

無印良品的設計



[無印良品的設計_下载链接1](#)

著者:日經設計

出版者:天下文化

出版时间:2015-10-30

装帧:平装

isbn:9789863208563

沒有設計的設計，如何征服全世界？

第一本深入剖析無印設計的中文專書

原研哉、深澤直人、杉本貴志、小池一子

四位日本當代頂級設計大師首度共談

從創意、平面、商品到門市陳設

逾200張商品設計、商場陳列照片

深入剖析、完全圖解無印良品「沒有設計」的終極設計

獨家公開打造全球暢銷商品的秘密關鍵

大家都知道，無印良品的成功90%靠制度；

大家也知道，無印良品在培育人才方面，有很獨到的祕笈；

然而，如果光有制度和人才，而沒有好的設計，

無印良品絕不可能像今天一樣，

征服世界各地文化、品味、需求各異的廣大生活者。

創業30多年來，從日本西友超市的自有品牌開始發展，

時至今日，不論是在講究生活品質與美感的歐美先進城市，

或是歷史悠久、擁有獨特文化的中東、中國等地區，

無印良品與其思想，跨越文化藩籬，獲得廣泛共鳴，

隨著事業版圖的擴張，更已跳脫零售業的範疇…。

無印良品到底是怎麼做到的？

在這本書中將深入探討無印良品成功的秘密。

質樸看似沒有設計的商品 | 商品設計

無印良品的目標是極致的「這樣就好」，不以昂貴的名牌自居，也不靠低廉人力大量生產低價商品，而是採用最合適的素材、制定最合宜的價格，追求以「素」為旨的極致設計。

「不限定產品的使用方式和形象，而是留下很多空間，以接受各種可能性。」

空無風格的視覺與文案 | 傳達設計

海報的模特兒選角、文字配置、照片調性和文案風格，都與流行做出明確的區隔。看起來或許好像沒有刻意控制什麼，但為了不過度陳舊、也不過度新潮，做了非常周密的控制。

「不高聲宣揚理念、不絮絮叨叨說明這個、解釋那個，讓觀看者自己詮釋。」

不只好看，還要好賣 | 門市設計

以永恆不變的媒材——木材、紅磚與鐵板，展現簡約無華的無印思想，搭配持續進化的陳列策略，在世界各地打造一家家深具無印風格，卻又各有特色的門市，預計2017年海外分店的數量將會超越日本國內。

「不須刻意討好消費者，也無須勉強自己引人注意。」

※無印風格怎麼來？誰決定？

書中收錄影響無印設計的四位核心人物專訪，

他們的思想牽動無印良品的每一步！

創意 | 小池一子 Kazuko Koike

自無印良品草創初期起便開始負責文案、廣告創意

空間 | 杉本貴志 Takashi Sugimoto

從無印良品1號店至最新的世界旗艦店，皆出自他手

平面 | 原研哉 Kenya Hara

將無印良品的日式「空無」美學發揚至全世界

商品 | 深澤直人 Naoto Fukasawa

親自參與所有無印商品的開發與設計

※品味推薦（依姓氏筆畫順序排列）

吳東龍、梁益嘉、黃威融、盧建彰、蕭青陽、聶永真 共同推薦

無印良品從80年代的西友超市，迄今成為席捲世界的一大生活品牌。30多年間它如何與時俱進，在設計的理想與環境的現實間抓出平衡點？如何不斷推陳出新，讓商品背後的生活意識更加迷人？這本書裡藏著更多設計的故事與秘辛。——吳東龍（日本設計觀察作家）

"無印"，像是沒有填入內容的「」，「」中存在人們對於生活價值的不同看法；"良品"沒有準備好的答案，但捫心自問卻可以發現無限的可能性。——梁益嘉（台灣無印良品總經理）

喜愛無印良品的人很多，理解他們的思想、設計和廣告的人有點少，非常佩服日本雜誌同行做出這樣的書。——黃威融（《Shopping Design》、《小日子》創刊總編輯）

在廣告業，我們常和攝影、美術、造型人員溝通「ㄟ，那個我要無印TONE喔」，然後對方就會說「好，我知道」，同時臉上流露認同的神情。是的，有哪個品牌能夠具體地成為美學的代名詞呢？而時間過去，我們會死去，這樣的東西卻將活著，並證明這時代有美存在。——盧建彰（詩人導演）

「無」本當是生活與反思文明的初始，MUJI讓它成為了建立在品味認同上的消費，提醒了全世界「無擾的設計才是最好的設計」。——聶永真（設計師）

作者介绍:

日經設計 | 編

《日經設計》是一本專門報導如何在商業或經營上活用設計的綜合情報誌。深入探討熱賣商品背後與設計相關的各式主題，例如「如何打造品牌」、「顏色的趨勢」、「暢銷的包裝」、「如何創新」等，剖析因設計而成功的各式商業實例。business.nikkeibp.co.jp/ND/index.html

目录: 編者序

第1章 商品設計
圖解無印良品的商品開發過程
無印良品廚房家電的變化

顧問委員專訪
陷入價格競爭，便失去設計家電用品的意義
深澤直人 商品設計師

column 3D列印開拓新的可能性
column 「把人變成馬鈴薯」的沙發是這樣來的！
column 無印良品的智慧財產權訴訟

第2章 傳達設計
不變的態度，刻意與流行保持距離

顧問委員專訪
無印良品的強項在於「感化力」
原研哉 平面設計師

商品開發也是和顧客一起進行
培育及傳達無印良品的概念

顧問委員專訪
經營者和創造者的共識，正是無印的力量所在
小池一子 創意總監

column 後311時代的無印良品

第3章 門市設計
永恆不變的基本——木材、紅磚與鐵板

顧問委員專訪
無印是日本的重要創作
杉本貴志 室內設計師

展示豐富品項的魔法——新式貨架
持續進化的VMD策略

第4章 新的挑戰
為成田機場新航廈妝點色彩的無印良品家具
無印良品與BALMUDA的合作

無印良品世界旗艦店在中國
MUJI AWARD 2014 in China
實現「好感生活」的住宅

專訪
無印良品之所以一直是無印良品的理由
金井政明 良品計畫會長

從熱門商品回顧無印良品
．．．．． ([收起](#))

[無印良品的設計_下载链接1](#)

标签

设计

日本

无印良品

生活

艺术

经营策略

经营

在单向空间读的

评论

如果我要买房的话，那首选会是无印良品之家（当然我的人生目标里没这一项

为啥没有我的小CD机？

陈列时候可以按照逻辑打破分区。高货架反而比让店铺一目了然的低货架更能提升销售，因为减少视线内可见的物品反而能看见更多物品。连锁店因为在地化而有不同侧重。最最最重要的是它在“观察用户行为”和坚定坚持贩售自己的理念之间的平衡。以及对muji开发设计的房子好有兴趣，可惜书内没有更多内容。muji的设计真漂亮啊。

从心，实用

[無印良品的設計_下载链接1](#)

书评

设计一个产品之前考虑功能性，比如“懒人沙发”，设计目的是在杂货和家具之间存活
的物品，该用什么材料，该是什么形状，以功能性为参考。
注重知识产权，市场的类似设计应引起注意，适当维权。
不陷入价格战争，追求这样“就”好。“就”不是意味着放弃，而是刚...

[無印良品的設計_下载链接1](#)