

# 设计之门



[设计之门\\_下载链接1](#)

著者:水口克夫

出版者:电子工业出版社

出版时间:2019-9

装帧:精装

isbn:9787121370939

像广告人用单词去表达一样，设计讲求“以画传心”。？  
设计，指将各种不同的主题通过平面或视觉形式展现出来的工作。正因如此，设计师需要能够灵活运用设计或视觉效果视角，以及相应的思考力和行动力。？  
本书从这样的“视角?思考力?行动力”中选出极其重要的30条表达“设计中的规则”。

作者介绍:

水口克夫Hotchkiss董事长， 艺术设计师1964年生于金泽市。毕业于金泽美术工业大学

。入职电通后，作为艺术设计师参与了各种类型的企划，2003年与他人合伙建立singata公司。2012年独立出singata，建立Hotchkiss公司。参与过NEC“ This is bazar de gozarre”系列，JR东日本“北陆新干线开业活动”，三得利“Boss”“响”，全日空，明光义塾等多支话题广告的制作及企划。著有《This is bazar de gozarre 的小小冒险》（与佐藤雅彦、内野真澄合著），《大象消防员帕尔》（与小西利行合著）。

孙妙璇，北京第二外国语学院研究生。本科就读于西南交通大学，大三赴日交换留学，保送进入北京第二外国语学院日语学院翻译口译（同声传译）方向专业。拥有多次会议口译翻译经历，笔译作品有《人工智能》、《在妈妈身边守护着我们》、《没有归属的礁石灯塔》等。

## 目录: 第一章 创造之“门”

神的视角与蚂蚁的视角

创造“？”与“！”

用图片说话

舍

使用

制造“另类的声音”

否定

拥有一技之长

执着于分辨率

发挥地利优势

连接

## 第二章 讲述之“门”

诉说

在当今社会也有新意

截取

用软件，而不是硬件

站在对方立场上

填补气氛的空白

不要逃离商品

使用文字

背叛

幸福的提案

## 第三章 推动之“门”

为设计保鲜

临场应变

取长补短

融合才能

成为伙伴

非日常化

跳出常规

活用已有的经验

致力于服务

事例研究：北陆新干线启动宣传

后记 问诊

• • • • • ([收起](#))

[设计之门\\_下载链接1\\_](#)

## 标签

艺术设计

设计思维

日本平面设计

广告

创意

2019年9月上新

## 评论

不限于设计

---

主要讲的是广告创意方面。提供了一些想法，设计是相通的，有部分参考价值。

---

我有点后悔买这本书，今天刚拿到，内容了了几笔，思维概论和总结为主，案例图基本上是黑白的，读得快最多两天就看完了，花了我49软妹币！原价69.9，真心不值这个价！

---

私认为，书名改为《创意之门 广告工作中的30条规则》更为适宜。  
碰巧最近工作中遇到一些问题，这本书解答了我的几点疑惑，非常感谢。

---

[设计之门\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[设计之门\\_下载链接1](#)