

# 共感力



[共感力\\_下载链接1](#)

著者:[日] 内田广由纪

出版者:尖端出版

出版时间:

装帧:

isbn:9789571040622

共感力量大！

日本視覺設計權威開發「共感語言」系統，透視暢銷商品的熱銷祕密

Asahi SUPER DRY：經過20年仍歷久彌新，拯救日暮途窮的朝日啤酒

小學館CanCam雜誌：無視市場分眾趨勢，擁抱活力積極的主流女性讀者

三得利天然水——配合急速成長與改變的市場，讓包裝進化迎合家庭主婦客層

豐田COROLLA汽車——世界銷量NO.1的車種，每一代隨著潮流穩健做細部修正，維持品牌特色同時抓住共感力

東京狄士尼樂園——共感、美感與歡迎感的極致展現，「好感力」最高夢幻王國

優良的品質與服務是商品的基本。然而，只有引起消費者共鳴的商品才能暢銷。商品是否暢銷，取決於商品本身的「共感力」。

日本視覺設計權威．內田廣由紀，以「共感語言」為眾多暢銷商品做完整的個案分析，讓讀者從「共感力」評分表來了解暢銷商品受歡迎的因素。

本書所列舉的暢銷商品誕生過程，從產品定位分析、包裝設計過程、最後商品的呈現與市場銷售實績，在在顯示良好設計的認定標準就在於「共感．共鳴」，各項評估標準決定了商品的面貌。

本書每件個案，都是經過多年追?研究後提出的見解，不僅能讓一般讀者明瞭設計的語言，也給商品開發企劃者與設計者極大啟發。

作者介绍:

內田廣由紀

日本專業的設計研究單位「視覺設計研究所」所長。1940年生。日本大學藝術學部畢業後，任教於東京藝術大學、武藏野美術大學、東京造型大學、女子美術短期大學等校。1975年創立「視覺設計研究所」，進行視覺設計的研究與專書出版。著有《簡單學會平面設計》《簡單學會廣告設計》《好感度版面設計法則》《好感度配色法則》《網頁設計初級講座》《網頁設計好感度調查報告》等設計類書籍。其作品以客觀、考究為長，收集的資料之豐富，在日本設計類教學書籍中，佔有一席之地。

內田先生研究視覺設計的熱情，展現在其「視覺實驗室」研究多年所歸納出的「設計的語言」。這套知識系統，將抽象的設計概念具體化，使這一門艱深的學問，成為人人皆可運用的技術。

目录:

[共感力\\_下载链接1](#)

标签

设计

内田广由纪

思考方式

商业

互联网

日本

心理学

经济学

评论

太冷静的一本书，但是设计就是有非常冷静的一面，因为你要面对市场面对消费者。这本书是非常有实际内容的一本畅销书，甚至可以归为一片研究性论文，日本人细致入微的整理和观察能力在书中甚能体现，对工业设计和平面设计有很大的提示和建议性内容，值得一读。

-----  
僅供參考。

-----  
[共感力 下载链接1](#)

书评

-----  
[共感力 下载链接1](#)