

做生态的设计!-新绿色品牌战略



[做生态的设计!-新绿色品牌战略_下载链接1](#)

著者:尤塔·娜赫特威

出版者:天津大学出版社

出版时间:2010-1

装帧:精装

isbn:9787561832363

本书呈现给读者70个引领绿色生态理念发展最前沿的国际品牌，例如Kuyichi时装、“小行动，大改变”组织（WE ARE WHAT WE

DO)、 “红杉枝花环” 牌苹果酒 (FICHTEKRANZ)、 米欧家居用品 (MIO)、 潘吉雅有机化妆品 (PANGEA ORGANICS)、 “爱巴维娃” 妇婴护理品 (RBAVIVA)、 “生态记录” 纸文具用品 (EC OJOT)、 《新能源》杂志 (NEUE ENERGIE)、 B-E-E家庭清洁用品等各行业领域的绿色品牌。并且, 本书将每个品牌从诞生到成长的精彩故事娓娓道来, 展现出这些绿色品牌是如何顺应时代发展潮流的, 又是如何成功地表现并传播着自身的 “绿色” 概念的。

另外, 书中收录了对10位专家学者的专访记录, 他们对21世纪的新绿色品牌战略有着独到而深入的见解, 并以其丰富的经验和敏锐的洞察力给出了对绿色品牌发展的前景展望。这一切有助于企业家、 营销人士、 广告人对绿色生态市场的把握, 同时更有助于设计师在印刷及包装设计方面找到适于环保理念的设计方案。

目录:

序言

26—33

新生态: 目标消费群体的快速转变 / 消费者的新力量 / 经济的回答 / 给不知所措者的建议 / 生态也很性感 / 绿色魅力 / 新的节制方法 / 大众的疑惑 / 企业的压力 / 绿色家园绿色统一 / 对改革创新的前景展望

时尚潮流

34—49

Kuyichi时装 (KUYICHI) / “慈悲之心” 法国时装 (MISERICORDIA) / 波祖生态鞋 (PO-ZU) / 白丽伞 (BRELLI) / “自然对决未来” 服装 (NATURVSFUTURE) / 绿色环保内裤 (GREENKNICKERS) / 艾盾服装 (EDUN)

酒店餐饮

50—59

NAT餐厅 (NAT) / “汉斯香肠” 素食餐厅 (HANS WURST) / 高瑞拉快餐店 (GORILLA)

社会团体和社会倡议

60—79

哥本哈根的自行车奇迹 (COPENHAGEN CYCLE CHIC) / 免费的大树 (TREES FOR FREE) / 我们一起加入 (WE ADD UP) / 为了气候去露营 (CLIMATE CAMP) / “超级基金365” 行动 (SUPERFUND365) / “小行动, 大改变” 组织 (WE ARE WHAT WE DO) / “NATUREZA VIVA” 方案 / 德国自然保护联盟的广告短片《潜水者》 (NABU:TAUCHER) / 爱你的自行车 (LOVE YOUR BIKE)

美食

80—93

薄荷糖 (VERMINTS) / “红杉枝花环” 牌苹果酒 (FICHTEKRANZ) / 我的麦片 (MYMUES LI) / 薇拉牌巧克力 (VERE) / 纯天然绿茶 (SENCHA NATURALS)

／萨文德梅捷瑞奶制品 (SØVIND MEJERI)

家居文化

94—105

米欧家居用品 (MIO) ／现代绿色纺织品 (MOD GREEN POD) ／罗甘的设计 (ROGEN OBJECTS) ／设计师达米安·奥苏里万 (DAMIEN O' SULLIVAN) ／抽屉家俱店 (SCHUBLADEN)

化妆品

106—127

潘吉雅有机化妆品 (PANGEA ORGANICS) ／纽迪化妆品 (NUDE) ／丽丝恩有机护理品 (LISEN ORGANICS) ／珂诺诗纯天然化妆品 (KORRES) ／凯特琳·里维斯美容品 (KATHLEEN LEWIS BEAUTY) ／穆莱4个分子式化妆品 (4MULA) ／凯瑞化妆品 (CARE VON STELLA MCCARTNEY) ／斯甘妮香皂 (SKINNYSKINNY) ／莫普洗发护发用品 (MOP) ／福雅身体护理品 (VOYA)

回收利用

128—139

艾可伊斯特生态时尚饰品 (ECOIST) ／再生T恤 (RE-SHIRT) ／赛酷生活用品 (Secco) 纸板地毯 (MESSAGE IN A BOX) ／“瓶盖” 社团 (BOTTLETOP)

杂志

140—151

在线杂志“问题” (QUESTIONS) ／在线杂志“风格会拯救我们” (STYLEWILLSAVE US) ／“生态细高跟鞋” (ECOSTIETTO) ／“绿色和平” 杂志 (GREENPEACE MAGAZIN) ／“乌托邦” 网站 (UTOPIA)

儿童产品

152—163

奇卡婴儿服饰 (KEE-KA) ／“积极的力量” 儿童服装 【+E (POSITIVE ENERGY) 】

／“爱巴维娃” 妇婴护理品 (ERBAVIVA) ／伊普斯&爱福斯儿童服饰 (IMPS&ELFS) ／“无花果” 儿童服装 (FIG)

纸张

164—175

苏奇” 纸制品 (SUKIE) ／施瓦茨纸质办公用品 (SCHWARTZ) ／“生态记录” 牌纸文具用品 (ECOJOT) ／“夜晚工作的猫头鹰” 纸制品 (NIGHT OWL PAPER GOODS)

／坦斯&格兰特纸文具用品 (TENTH&GRANT)

新能源

176—185

通用电器公司的“绿色畅想”（GE ECOMAGINATION）／“太阳能转换”生态智能技术工程公司（TRANSSOLAR）／《新能源》杂志（NEUE ENERGIE）／艾普荣公司（EPURON）

家居清洁用品

186—199

“美擦得”清洁用品（METHOD）／“洗衣女工”衣物洗涤护理用品（THE LAUNDRESS）／“伊卡福”有机产品（ECOVER）／“迪斯特”清洁用具（TWIST）／“第七代人”卫生用品（SEVENTH GENERATION）／B-E-E家庭清洁用品（B-E-E）

立场与展望

200—221

专访：西蒙内塔·卡波娜欧

企业需要从根本上做重新思考：

在生态和人性化问题面前，任何企业都回避不了。

专访：弗劳克·格达特和帕特瑞西娅·塔特拉

用感召的方式代替命令：我们就是这样让人们环境保护行动充满热情的。

专访：克罗蒂娅·郎格

绿色社区建筑：如今，传统的广告技术和传统的设计发挥着怎样的作用？

专访：哈尔夫·施迈伯格

良好的意识&更多的自由空间：社会责任感是如何激发和影响新的设计灵感的。

专访：约什华·昂斯库

通往成功的金钥匙：产品外观应该是一个品牌的社会立场和社会行动的折射和体现。

专访：艾米·弗兰西施尼

把艺术当成消费评论的手段：艺术进程如何给生态问题做出回答。

专访：娜塔莉·胡恩特

创意产业和环境变化：在寻找可持续性解决方案的过程中，设计师们的作用。

专访：马丁·霍夫勒

起到先锋作用的年轻企业：如何使经济的想法和生态的做法完美结合。

专访：乌莎·波尔

真正的增值手段：为什么融合了人性与美学元素的产品，从来没有像今天这样，受到消费者的喜爱。

绿色生活片段

223—231

记录报告：一个新生态贵族（NEO-ÖKO）的生活／悼词：永别了，塑料袋

未来发展的指向标

232—244

包装材料：材料选择之苦／符合生态标准的印刷制造业：干净，但是却很肮脏？

索引

247

版权页

272

作者介绍:

尤塔·娜赫特威（Jutta Nachtwey）

自1994年开始，她就在汉堡担任Page杂志的自由记者。她曾在多种刊物上发表过文章，有Design Report杂志（汉堡）、Graphics International杂志（伦敦）和Experimenta杂志（马德里），并且还为一一些门户网站如www.designklicks.spiegel.de做过采访报告。她也是《从感性到数字化：国际铅字设计师画像》（Emotional-Digital-Portraits Internationaler Type-Designer）的编写者之一，《网店：尽情地网上购物》（Cybershop-Schöner Einkaufen im Netz）的合著者之一（这两本书均是由Verlag Hermann Schmidt Mainz出版）。

尤迪特·迈尔（Judith Mair）

流行文化专家，在柏林拥有自己的

“hello-hello”工作室，其合作伙伴包括：达沃斯世界经济论坛和德国电信（Deutsche Telekom）、美国好彩香烟公司（Lucky Strike）以及奥地利能量饮料制造商红牛公司（Red Bull）等企业。她担任苏黎世艺术大学的客座教授，并且以自由作家的身份为Page杂志撰文。她的两本著作是《结束滑稽》（Schluss mit lustig）（Eichborn出版社）和《为了真实而仿造》（Fake for Real）【Campus出版社与斯尔克·贝克（Silke Becker）合作出版】。

目录:

标签

设计

生态设计

品牌

Design

营销

绿色设计

广告

绿色

评论

去买了希腊的那个有机唇膏和自然哲理的手霜，于是这本书对于我就是败家名录的存在吗==

看看

还不错，今天公司刚买，瞄了一眼。

不错的一本书，前年买这本书时冲动的就专门建了生态设计研究室的网站www.meroo3r.com。只是疏于时间打理，欢迎有同样理想和爱好的设计朋友一起来打理这个博客。

[做生态的设计!-新绿色品牌战略_下载链接1](#)

书评

[做生态的设计!-新绿色品牌战略_下载链接1](#)