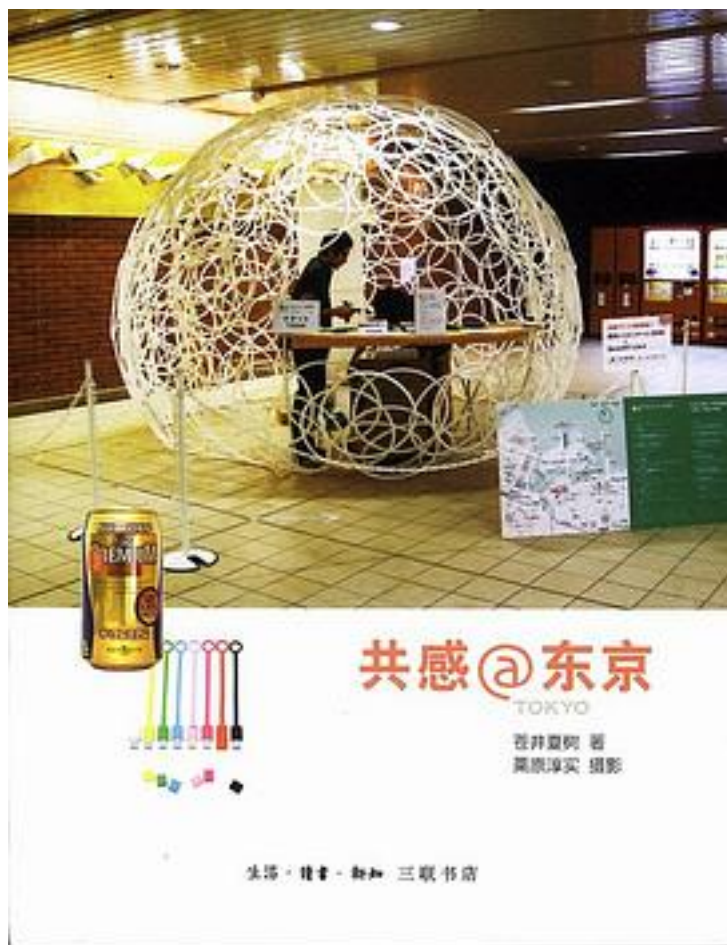


共感@东京



[共感@东京 下载链接1](#)

著者:苍井夏树

出版者:生活·读书·新知三联书店

出版时间:2011-8

装帧:

isbn:9787108036940

《共感@东京》内容简介：为什么UNQLO的发热保暖内衣大卖2000万件？为何晨间新闻的商机从4点开始？H&M和ZARA引领平价经济风潮你的相机配哪一款明星，富崎葵、木村拓哉还是小田切让？半宫半民的HATOBUS，一杯茶的改革带来V字型业绩翻转“妈

妈味料理”也不是随随便便做出来的长期旅居日本、专攻感性工学的早稻田大学博士候选人——苍井夏树，带领你观察草食系平成男子，洞悉“小奢华”疗愈经济；运用仙鹤报恩学习法、生活馅饼时间管理，打造秋刀鱼情报脑；直击日本设计现场、当代创意艺术展，第一手报道绿色设计未来潮流。解读日本创意设计与消费趋势，你的书架一定需要这本《共感@东京》！

作者介绍:

苍井夏树，阅读、散步，跳跃想；

抹茶、手帖，随意写。

研究散寿司，恋恋京汤叶：

记忆蒙太奇，光影二重奏。

玩广告，写企划，拍短片，搞出版，教创意。

早稻田大学情报生产系统研究科博士后期课程进修，专攻“感性工学”。

长期观察日本消费趋势与设计美学，著有《创意@东京》、《日本·美与远足》、《共感@东京》、《东京里风景》。

现任台湾中国文化大学广告系助理教授，兼想象力实验室(Imagineer Lab)主任。

栗原淳实，直岛大南瓜的鲜黄，天守阁墙垣的净白，九州SONIC音速号的湛蓝，松岛渡月桥的朱红，金泽21窗外植被的嫩绿采光。清晰与模糊的印象，明亮与晦暗的情景。在5.6和1/250间变化的数字，让景深与时间流不经意地偶遇和错过，决定了一段段的瞬间纪行。脚下踏过的版图成为绘布，一台DSLR、几张零散的地图，在青山逝水间，在人群交错处，在长廊迂回中。一块块不停遗失的记忆拼图，又惊喜地拼组起来，在生活中持续上演着。

目录: 自序 共感@东京Chapter 1 共感·魔法师 共感力的五个原点 草食系男子
小奢华的幸福 消费者设计师 日本畅销商品的奥秘 平价经济风潮Chapter 2
设计·找灵感 时间缝隙 横滨三年艺术展 闰的竞争力 东京设计周 理性与感性 日本Good
Design设计大奖 绿色设计 Eco+ 东京国际车展Chapter 3 锻炼·情报脑 情报秋刀鱼
早稻田学习生活 电视研究所 电器屋学行销 商店观察法 消费者·原来如此Chapter 4
创意玩生活 城市深呼吸 岂术放轻松 妈妈味料理 代富山甜蜜时光 心的服务
· · · · · · [\(收起\)](#)

[共感@东京 下载链接1](#)

标签

日本

设计

创意

苍井夏树

文化

艺术

旅行

视觉

评论

设计点亮生活，东京银民好幸福

作者的专业是感性工学，用理性的方式研究创意，但又绝不止步于此，强调一种跨背景的，“全光谱”各学科为基础的有趣研究。对于启发创意和思考创新，还真的是有参考价值的！购于上海季风书园

不错，增长了部份知识跟了解。3.5

其实挺好的。

为什么不给四星？

缓解视疲劳

用心的小创意

台湾人模仿日本人的口吻写的……很水阿……分析模具也没啥说服力
当课外补充读物随便看看吧

一个小时就能读完

可读性远不及《创意东京》

比我想象的好一些，设计与营销结合

跟苍井夏树学创意，用极简的心态，迎接生活防御时代的来临，

插图好

案例都不赖哦

恍然大悟！

霓虹的设计总是能把商业与艺术完美结合啊 以小见大

讲共感的书 自己本身引不起读者什么共感这种事。。。。。。。。。

创意还是要在日本学

了解了解日本流行和各种产品什么的还不错。没什么太深入的东西。

物：UNQLO的Heat Tech发热保暖内衣；INOMATA 滤水洗米篮。食：纽约Krispy Kreme Doughnuts 甜甜圈。事：小奢华的幸福。

[共感@东京 下载链接1](#)

书评

日本经济产业省METI提出《感性价值创造研究报告书-第四价值轴提案》指出，除了开发商品功能、提升制造技术外，更重要的是运用感性价值（Kansei Value）来创造经济价值。
感性价值是除了价格、功能、品质之外的第四价值思考轴，通过感性诉求的故事，和消费者沟通商品概念或服务...

[共感@东京 下载链接1](#)