

<<日本风格之旅>>

图书基本信息

书名：<<日本风格之旅>>

13位ISBN编号：9787122126122

10位ISBN编号：7122126129

出版时间：2012-5

出版时间：化学工业

作者：柯珊珊

页数：213

字数：100000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;日本风格之旅&gt;&gt;

## 前言

自序 回想与日本的渊源，好像进入一个时空隧道，一切要从音乐大师坂本龙一说起。高中时看了坂本龙一主演的电影《圣诞快乐，劳伦斯先生》（其实本来是冲着另一位男主角大卫·鲍威去看的），立刻对日本产生极大的兴趣，立志大学一定要念日文系，梦想着有一天可以当面用日语与偶像交谈（现在这个欲望已淡了）、研究所有有关他的第一手报道。

后来如愿考上了日文系，从此踏上我恋日的人生旅途。

此后每回到日本，都觉得特别亲切，说日语也非常自在，甚至常常被同胞说长得像日本人，在日本也常被日本人问路。

而我那七十多岁受日本教育的老父亲，虽然去过四五十个国家，最喜爱的还是日本，如今仍每年远赴日本各地开同学会。

我们父女俩最快乐的共同话题自然就是日本。

说起来，我与日本的缘分，应该是半遗传半养成的吧！

即使对日本已相当熟悉，日本人的民族性仍经常让我感到不可思议。

尤其是在责任感方面，日本人普遍来说都有极高的自觉性，也就是非常自律。

印象最深刻的是阪神大地震后，日本的相关单位官员因为深感无法于短时间内振兴地区建设，包括继任者竟然有三位人士陆续引咎自杀。

我至今仍忘不了当时看到这则新闻时，三张遗照并排在屏幕上带给我的强烈震撼。

日本人那种不成功便成仁、追求极致的武士道精神，至今仍然深植于民心之中。

诚信也是日本人令我肃然起敬的特点之一。

记得我曾经在书店买了一大堆书，结果回旅馆才发现店家少放了一本，经我打电话说明，他们确认后二话不说，隔天立刻请快递补送给我。

此外，对于细节的重视，也少有人可与日本人相比。

有一次我在一家连锁餐厅用餐，当时只是随口跟服务生说菜单照片上的竹笋比实物多，结果店长立刻端上半碗竹笋给我。

可见日本物价虽高，但消费经验却是令人满意而愉快的。

由于对日本的喜爱，在出版了一本分析日本的书以后，觉得还有不少东西想与读者分享，于是又开始企划第二本同样以日本为主题的书。

因为一向欣赏日本商品的细致与蕴含的美学，也热衷观察日本许多行业的生态变化，所以这次焦点放在品牌消费。

坊间虽然有许多日本购物指南或商家大搜集之类的书，但几乎都只停留在介绍商店层面，我想做的，则是一本美丽、深入又耐看的书。

本书中所收录的品牌在相关产业里几乎皆是第一把交椅，对正处于多元精致转型期的我们来说，五大类都可作为我们趋势变化的借鉴；而且懂得撷取欧美优点的日本企业，所消化反刍的细腻产物特别适合我们，其吸引人之处不是只有商品漂亮、橱窗美观的表象而已。

前往日本的消费者很多，喜欢购物的人更多，但在拥有消费力的同时，是否能够建立一种消费的文化？

品味比花多少钱更重要，创造自己的风格才有价值。

这本书希望提升大众花钱血拼的层次，因为那样的快感维持不了多久。

如果能够用更深入的角度与开阔的视野，通过一个个深入写实的品牌故事，去了解每个品牌美丽光鲜的面貌背后值得学习的经营理念、创意、运作模式与营销手法，必能收获更丰，进而吸收到让生活更有乐趣的能量。

书中一半以上的品牌，在我出发之前，就先以邮件探询过对方意愿，无论同意与否，抵达日本以后，我一律再用电话联络表达自己的诚意，终究靠着一颗“素直”（HONEST）的心敲开了各企业的大门。

虽然和以往单纯作为一位客人的立场不同，一个人在异乡交涉、采访、摄影与收集各种资料，有时身心的疲累皆已达到极限，但我还是很高兴能与这些品牌建立良好关系，也很荣幸能够为这些顶尖的企

## <<日本风格之旅>>

业留下一些记录。

感谢几位特别帮助我的异国贵人，尤其是LAZYSUSAN的大井总监，对素昧平生的我照顾有加，不但关心我的工作状况与安危，甚至运用人脉帮我安排采访BEAMS社长，并且意外得到设乐社长赠送四本好书的机会。

虎屋、资生堂、LAZYSUSAN与MARY'S不只表示欢迎，还非常正式地款待我，让我感受到许多温情。

而原本拒绝受访的TOMORROWLAND、伊藤园，因为我不气馁地第二次赴日恳求，终于被我的诚意与热情打动。

丸井则由于我两次采访，同意提供的信息内容从旗下一个家具品牌扩大范围为整个百货集团。

与企业之间充满酸甜苦辣的互动，一点一滴都让我心存感激，成为永志难忘的回忆。

此刻有幸与大陆读者结缘，作者由衷感激能有机会分享观察日本企业的心得。

本书探讨一线品牌的经营理念、商品美学、店铺陈列与营销创意，从初版上市至今，不少企业资产丰富，如资生堂、BEAMS、北海道、ITOYA、LOFT、TOKYUHANDS与BOOKOFF等品牌的分店数量比以往更加成长。

而像IDEE因成为株式会社良品的子公司，获得资金挹注后，也大为茁壮。

在商业界由于商圈市场变化转移，偶尔会有结束旧店或开设新店等情况，此乃零售业新陈代谢的常态现象，重要的是这些日本优良品牌值得学习的内涵与精神，尤其本书介绍的全部品牌依然在日本屹立不倒。

作者为表示诚意，尽可能更新文章与店铺信息，如有疏漏之处，请读者多多包涵。

珊珊 2011年4月

## <<日本风格之旅>>

### 内容概要

本书作者从时尚美学、创意设计、便利生活、美食、城市再造等五个层面精选了17个优质品牌和2大梦幻城市，以一个消费者的角度，去领略这些深谙设计、经营和顾客心理的品牌所提供的商品和服务，并且悠游在基于这种凡事讲求极致的民族性和精神所延伸出来的未来城市之中，深刻体验被美与幸福包围的生活。

## <<日本风格之旅>>

### 作者简介

柯珊珊

淡江大学日文系毕业。1996年曾至东京研读社会情报学，工作后至今仍多次往返日本。

兴趣为阅读、创作、电影、音乐、美食和杂货文具等热爱旅游，足迹踏遍亚洲、美洲、欧洲等地区十多个国家，日本仍是最爱。

曾任旅游杂志采访编辑、旅游；出版物主编、品牌营销企划经理等，目前担任日语同声传译、写作及商业咨询企划。

著有《欢迎光临！

幸福株式会社》、《日本创意学》等。

## <<日本风格之旅>>

### 书籍目录

#### 1 时尚美学篇

- 资生堂 —— 开创时代潮流的大派先锋
- LAZY SUSAN —— 描绘幸福人生蓝图的专家
- BEAMS —— 时尚指标的发信先驱
- TOMORROWLAND —— 眺望未来的理想时尚园地
- 丸井 —— 年轻人热爱的百货分隔高手

#### 2 美味老饕篇

- 虎屋 —— 正港的和果子老铺
- MARY ' S —— 最令人想念的巧克力情人
- 伊藤园 —— 发扬茶叶文化的扶桑茶园
- 梅之花 —— 美味又价格合理的平民化怀石料理
- 北海道 —— 优雅大气的居酒屋

#### 3 创意设计篇

- IDEE —— 家饰设计界的一流台柱
- 伊东屋ITOYA —— 最齐备的上班族文具王国
- 无印良品 —— 老少咸宜的无记号好东西

#### 4 生活便利篇

- LOFT —— 都市人的杂货百货公司
- TOKYU HANDS —— 各种名堂都有的生活创意中心
- 不二家FUJIYA —— 是日本成功的连锁大众餐厅
- BOOK OFF —— 让书虫满载而归的连锁二手书店

#### 5 城市再造篇

- 六本木之丘 —— 二十一世纪最完美的城镇
- 横滨港区未来二十一 —— 城市功能最齐全的东京之窗

## <<日本风格之旅>>

### 编辑推荐

日本人不仅擅于创造风格，如果说他们是最擅于贩卖“幸福感”的民族，大多数人也应该不会反对。

在那些极具设计感的视觉外观下，包含着贴近消费者需求的细腻巧思；所以一间店面、一块蛋糕、一张座椅，都能勾起消费者的消费欲望，并且几乎是让人怀抱着满满的幸福感离开。

让消费者心甘情愿且愉快地掏钱（且一来再来），不论你称此为感性营销 / 风格营销 / 体验营销，日本人无疑是个中高手。

而在这样如此精于“设计”的市场中，能居于顶尖地位、并且数十年甚至逾百年声势不坠的品牌，肯定更是高手中的高手。

我们大多数人都不是营销人员、品牌经理，也不是设计工作者，但仅仅作为一名游客和观赏者，我们也可以在这趟轻松的日本风格之旅中，理解美好生活的可能。

为什么日本永远迷人？

因为即使韩流当道，日系品牌对世界来说，还是有种莫以名之的不败魅力……因为一座座美丽的新市镇可以不断从原本衰败的老小区中重生、令人惊艳于日本都市的新貌……因为从教育扎根的人本创意，能带给人们感动，然后自然而然想要创造更幸福的力量……海报：

<<日本风格之旅>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>