

<<可土和式>>

图书基本信息

书名：<<可土和式>>

13位ISBN编号：9789862352366

10位ISBN编号：9862352361

出版时间：2013-3-28

出版时间：臉譜出版社

作者：佐藤可土和,天野祐吉

译者：游韻馨

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>

<<可士和式>>

内容概要

<<可土和式>>

作者簡介

作者簡介

佐藤可土和、天野祐吉

佐藤可土和 (Kashiwa Sato)

藝術總監 / 創意總監

1965年出生於東京。

畢業於多摩美術大學平面設計科。

曾任職於博報堂，於2000年獨立開業，同年成「SAMURAI」創意工作室。

代表作品為東京國立新美術館的VI識別標誌計畫，以及各式品牌建構設計案，包括UNIQLO全球品牌戰略、樂天集團、麒麟LAGER啤酒包裝設計與宣傳策略、日本7-11自有品牌更新設計、「TSUTAYA TOKYO ROPPONGI」視覺意象與空間指導、NTT DOCOMO「FOMA N702iD、N703iD、N-07A」與「兒童手機SA800i、F801i」產品設計、明治學院大學品牌形象規畫、藤幼稚園（立川）翻新設計案等，並擔任NHK教育台《遊戲學英語》節目藝術總監，為其設計吉祥物「KEBO & MOTCH」。

佐藤可土和結合革新觀點和全方位視覺開發力，創作出創新並富有視覺震撼力的作品，深獲各界支持。

近幾年全心投入今治毛巾品牌建構案、日本國際文化產品展識別標誌設計與創意指導工作，將日本的優秀創意與產品推廣至海外。

除了設計工作之外，也身兼暢銷作家。

著作包括銷售超過二十萬本的暢銷書《佐藤可土和的超整理術》、《設計就是要解決問題：佐藤可土和的創意思考術》、《一冊收錄佐藤可土和》、《小翔和地球》等多部作品。

佐藤可土和出道以來獲獎無數：每日設計獎、東京ADC大獎、東京TDC金獎、朝日廣告獎、龜倉雄策獎、好設計獎、日本包裝設計金獎、亞洲最具影響力設計大獎等多項殊榮。

現為明治學院大學、多摩美術大學客座教授、東京ADC理事、東京TDC理事、JAGDA營運委員。

<http://kashiwasato.com/>

天野祐吉 (Yukichichi Amano)

編輯、專欄作家。

1933年出生於東京。

曾任職於創元社、博報堂，之後與友人共同成立製作公司「Madra」。

1979年4月創立《廣告批評》雜誌。

1989年由島森路子接手《廣告批評》雜誌總編輯一職，從此針對媒體展開評論活動。

2009年《廣告批評》休刊後，成立「天野祐吉作業室」。

除執筆《CM天氣圖》（朝日新聞）專欄之外，更出版多部著作，包括《廣告論講義》（岩波書店）、《天野祐吉 語言的空地》（Madra出版）、《語言改變了》（Impress Japan），以及繪本《小圖和小言》（信誼出版社）、《我爺爺的臉》、《窺視》（福音館書店）等。

< 選書 . 設計 >

王志弘

1975年生於台北。

一九九五年復興商工廣告設計科（補校）畢業，2000年成立個人工作室，並先後於2008年、2012年與出版社合作，自創INSIGHT、SOURCE書系，以設計、藝術為主題，引介如佐藤可土和、荒木經惟、原研哉、草間彌生、橫尾忠則等人之著作。

<<可土和式>>

設計作品曾六度獲台北國際書展金蝶獎之金獎、香港HKDA Design Awards葛西薰評審獎與銀獎，並入選東京TDC。

游韻馨

游韻馨

因日劇一腳踏進日文世界的全職譯者。

譯作包括《看護愛妻的鬥病日記》、《用五感學習》（臉譜出版）、《從書店窗口看京都》、《跨越一步的勇氣》、《關於愛情，Gay女王老實跟妳說：男人不明講，卻默默扣分的41個戀愛盲點》、《花》。

拼貼：綺麗的花樣，30款法式手作與禮物包裝》等多部作品。

<<可土和式>>

书籍目录

- 第一章 可土和式品牌建構設計案
- 為無形物體打造清晰輪廓
- 建構明治學院大學的品牌形象
- 第二章 解體廣告的廣告
- 媒體廣告萬能的時代宣告終結
- 看不見的氛圍也成為廣告媒體之一
- 第三章 邁向創意的明日
- 從系井重里到大貫卓也
- 廣告革新每十年掀起新浪潮
- 附章 佐藤可土和長篇採訪特集
- 綜觀可土和獨特的創意經歷
- 探尋其真實面貌與未來可能性
- 創造與評論（代替後記）
- 天野祐吉 × 佐藤可土和

<<可士和式>>

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>