

a fine line

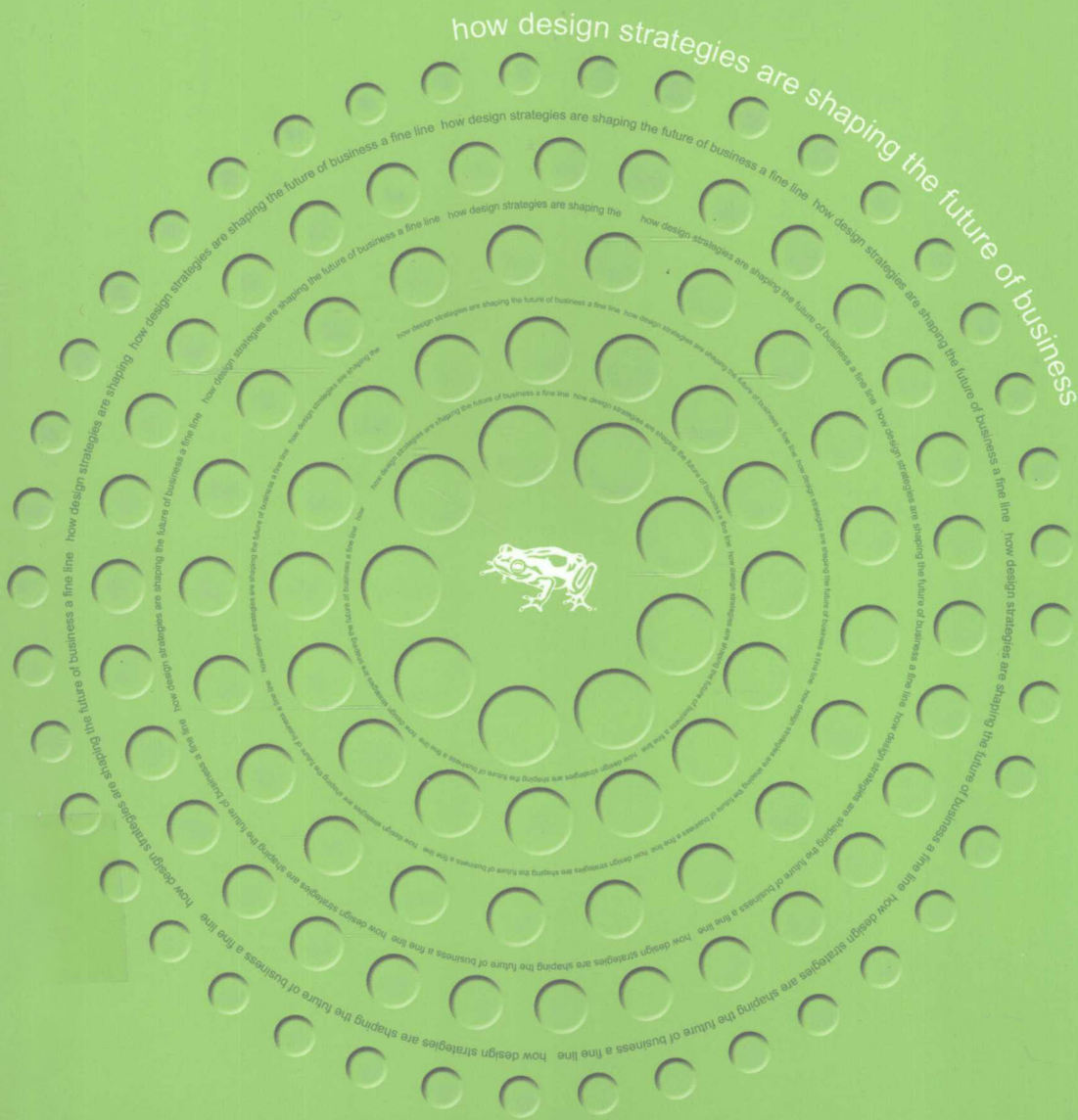
全球工业设计教父、青蛙公司创始人

[美] 哈特穆特·艾斯林格
(Hartmut Esslinger) 著

孙映辉 译

一线之间

设计战略如何决定商业的未来



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

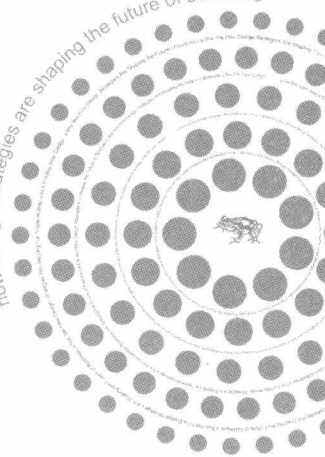
a fine line
一线之间

设计战略如何决定商业的未来

[美] 哈特穆特·艾斯林格 著
(Hartmut Esslinger)

孙映辉 译

how design strategies are shaping the future of business



图书在版编目 (CIP) 数据

一线之间 / (美) 艾斯林格著; 孙映辉译. —北京: 中国人民大学出版社, 2012
ISBN 978-7-300-16108-2

I . ①—… II . ①艾… ②孙… III . ①企业管理 IV . ① F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 162691 号

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京诚英律师事务所 吴京菁律师
北京市证信律师事务所 李云翔律师

一线之间

[美] 哈特穆特·艾斯林格 著

孙映辉 译

Yixian Zhijian

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170 mm × 230 mm 16 开本

版 次 2012年9月第1版

印 张 16.75 插页 6

印 次 2012年9月第1次印刷

字 数 179 000

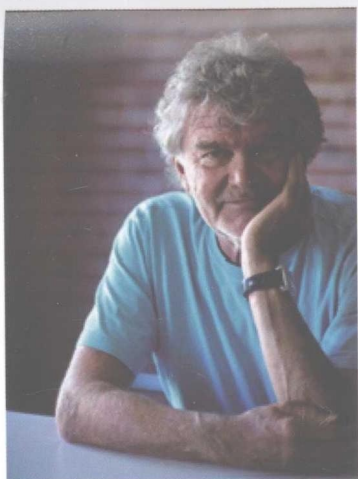
定 价 49.90 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换



哈特穆特·艾斯林格

- 全球工业设计教父，世界顶级创意咨询公司青蛙公司创始人。
- 全球知名企业背后的品牌打造大师，为苹果、微软、IBM、西门子、索尼、戴尔、通用、惠普、摩托罗拉、雅虎、思爱普、美国电话电报公司、太阳计算机系统公司、花旗集团、迪士尼、柯达、LV、阿迪达斯、宏碁、Swatch以及本田等企业成功创造了畅销而经典的产品。
- 开创了苹果“白雪”设计语言，催生了Apple II计算机系列，这一设计获得了1984年《时代周刊》的年度设计奖。
- 被美国《商业周刊》誉为自“1930年以来美国最有影响力的工业设计师”，以及首位“高科技设计超级明星”。
- 曾获得数百项设计和创新大奖，以及帕森设计学院荣誉艺术博士学位。他的作品被纽约现代艺术博物馆、史密森研究院和慕尼黑新艺术中心永久收藏。

a fine line

湛庐文化
Cheers Publishing

更多精彩书讯，请搜索关键词：

@湛庐文化 新浪微博

知识让世界更简单!

湛庐文化
Cheers Publishing

湛
(湛)
庐
(E)

铸剑大师欧冶子「十年磨一剑」，炼就了「天下第一剑」湛庐剑。

——《吴越春秋》记载

Cheers Publishing

CHEERS
出版文化

出品 Published by: 湛庐文化 Cheers Publishing

总经理 General Manager: 陈晓晖 Chen Xiaohui

出品人 Publisher: 韩焱 Han Yan

法律顾问 Legal Consultant:

北京诚英律师事务所 吴京善律师

北京市证信律师事务所 李云翔律师

湛庐文化 豆瓣小站

<http://site.douban.com/109787>

高级副总裁 Senior Vice President: 张晓卿 Anna Zhang

夏红卫 Xia Hongwei

总编室主任 Editor-in-chief Assistant: 李阳 Lydia Lee

对外合作部主任 Director of Copyright Dept.: 赵丽琴 Lina Zhao

质量总监 Quality Director: 周裕 Zhou Yu

营销中心 Marketing Dept.

总经理 Marketing General Manager: 陈漪 Tanya Chen

财富汇 Finance, Economics & Management

副总编 Deputy Editor-in-chief: 董寰 Dong Huan

心视界 Psychology & Positive Psychology

副总编 Deputy Editor-in-chief: 季阳 Christine G

责任编辑 Executive Editor: 黄昕 Kaylie Huang

装帧设计 Designer: 水玉银文化
shuiyuyin@ydhoo.cn

采购热线: 010-64970851/64979054

传真 FAX: 010-64979547-8032

投稿请至: service@cheerspublishing.com





雷军 小米公司董事长兼 CEO

艾斯林格先生作为全球工业设计的领军人物，在《一线之间》中首次将设计提高到战略的高度，指出了在当今商业社会中，设计之于企业发展和商业进程生死攸关的决定意义。而书中对于设计战略理念和设计战略实践的探讨，值得我们每个做商业的人深思和回味。

盖伊·川崎 硅谷创意大师

这本书有如业界的一股新鲜空气，而绝非自大狂 CEO 的选择性记忆和“外行专家”的胡言乱语。艾斯林格从设计的角度重新诠释了创新的意义，该是听取他宝贵意见的时候了。

迈克尔·马克斯 美国伟创力公司前首席执行官、瑞伍德资产公司合伙人

我们伟创力的所有人，都深深爱上了艾斯林格和青蛙，还有他们将疯狂而杰出的设计和设计过程引入到企业最前沿的热情。他们的专业技能极大地帮助了我们的消费者，其中包括世界上最杰出的产品生产商——苹果、惠普、思科、微软等。在全球经济严重衰退之时，青蛙依然能够每季都创出收益新高，艾斯林格与他的合伙人功不可没。他们的奋斗史是独一无二的精彩故事。

萨特吉夫·沙欣尔 惠普资深副总裁

在本书中，艾斯林格为我们展现了他的冒险故事和他无与伦比的成就，而且是如此谦逊地展现出来，这真是一份厚礼。他敢于超越专业定义的界限，积极思考，不断行动。他把融合了智慧与善良的人文关怀带到了产品设计之中。他所采用的创新设计理念，在全球各地的企业和家庭中都可以感受到。他证明了，细腻的设计不仅有益于消费者，更有益于企业，两者息息相关。我曾经很幸运地近距离观察到他对索尼、苹果以及惠普的影响，并从他那里学到了很多。他是我们这个时代的无名英雄！《一线之间》是设计师和企业人士的必读作品。

彼得·扎克 国际工业设计协会主席、红点设计大赛创始人

本书所描述的成功故事，充满了艾斯林格精彩纷呈、激动人心、有典范意义的真知灼见；尤其在现今这个时代，它直指现实要害，蕴藏着巨大的信息潜能。艾斯林格描绘了一幅诚实而激励人心的画卷，指明了设计与商业结盟所带来的不可思议的力量。《一线之间》是设计专业人士的必备手册，也是最好的经营艺术手册，书中呈现了各种各样卓有成效的解决方案和新颖构想。

这是一本关于“聆听”的书，讲的是如何捕捉弦外之音，如何培养对人类需求的敏感。它还谈到了勇气，它坚信文化与经济可以实现双赢，无论实现这个目标的道路有多么崎岖。而最重要的是，它谈到了连接于创意思维和商业思维之间的桥梁。本书可以看做是向切·格瓦拉式的热情和专业的致敬之作，是所有企业领导者和设计师的必读书。

托马斯·洛克伍德 设计管理学院 (DMI) 院长

本书真实地反映了艾斯林格的高瞻远瞩，这是一部杰出的作品，讲述了设计以及具备设计思维的人对企业和社会的价值。本书充满了对于企业人士和创新者的重要洞见。

杨洁清 上海设计双年展与上海科学技术交流中心 CEO

本书非常具有启发意义。设计是一件神奇的事，它可以穿越国家和历史创造价值，并改善我们的生活。艾斯林格总是热情地和那些明白设计真正目的的人分享并交换他的想法和经验。他不仅是德国和美国的骄傲，也是全球设计界的巨擘。



设计改变商业

红杉资本合伙人
迈克尔·莫瑞茨

几十年前，当Apple II独霸电脑业时，我坐在一辆梅赛德斯上，司机正是史蒂夫·乔布斯。我们沿着加州伍德赛德附近起伏的山路行驶，史蒂夫一路上对汽车窗口控制的用户界面赞不绝口。忽然，他谈起了他刚刚在德国巴伐利亚拜访过的一位杰出工业设计师。这位设计师就是哈特穆特·艾斯林格。

很多年后，也许是命运的巧合，我发现我竟然作为伟创力董事会的一员，与艾斯林格的青蛙设计公司寻求合作。不过，我是在读了《一线之间》之后，才真正了解了艾斯林格经历的所有心路历程。他的一生，时刻

面临着美学与功能相结合所带来的挑战，他立场坚定地对抗着平庸所造成的毁灭力。艾斯林格的工作显示出：“品位”可以获得巨大成功，设计和生产可以成为灵魂伴侣，一个人的眼光可以塑造一个产品甚至一家公司。最终设计出的产品可以改变公司的命运，同时还成为我们生活中必不可少的伙伴。艾斯林格的思想让很多人受益良多，我们应该感激他。



一线之间在中国

如今，中国已经成为了经济强国，但是“设计战略”，这种能为企业带来巨大商业成功的力量，却还没有被充分认识到。同时，“设计战略”所具备的能打造出一个更加人性化、更具可持续性未来的潜力，同样也没有被充分认识到。随着不断发展，中国经济对海内外消费者的依赖程度将会越来越高，而这些消费者对产品创新的要求也会越来越高。在这种情况下，中国的企业家、CEO 和管理人员必须要采取创新型战略，因为“山寨”无法成就能带来丰厚利润的品牌。**浪费中国宝贵的人力物力去生产廉价商品，是没有未来的。**

“设计战略”要求设计师们不仅能满足于美学“装饰”或是“山寨”苹果、奥迪、奔驰等经典产品，他们更需要发展自身的独特优势，不断挖

掘潜力。在《一线之间》中，我介绍了很多具有历史价值的实例：40多年来，青蛙曾为众多世界级的顶级公司工作，从索尼到LV、从苹果到微软、从汉莎航空到迪士尼。我们的经历让我坚信，“设计”必须成为一个自上而下的议题，而设计师们必须站在公司的高层，成为企业家、CEO的得力伙伴，或者成为董事会成员，与企业一同成长，不断发挥作用、承担责任；必须与CEO一起，将“设计战略”整合到机构核心竞争力的战略框架中。本书呈献给读者的案例、理念，以及创意解决方案清晰地说明了一个问题：**在一个快速发展的创意经济中，企业可持续的核心竞争力，来源于创意蕴含的巨大赢利能力，以及设计本身至关重要的作用。**我非常希望能推动中国设计师和创意战略师的职业发展，所以，我在上海复旦大学视觉艺术学院开展了教育项目。

在《一线之间》中，我谈到了商业与社会的未来。我与读者分享了我了解到的有关环境可持续性发展的知识。此外，我在如何应对浪费资源的竞争、过度生产及其所带来的环境问题等方面，提出了一些具有创新意义的方法。我还提到了我对现代工厂的热爱（这样的工厂中国现在有很多）；而设计师要想创造出更有创意、更以人为本、更历久弥新的产品，必须了解最新的生产技术。

如今，中国正在经历一个前所未有的变革。很多世界最先进的工厂都落户在这里，但是，主要的经济驱动力依然是“世界工作台”（“World's Work Bench”）。中国正面临历史性机遇，如果能充分利用当前中国仍然蛰

伏的人力和创意潜力，中国将很有可能跨越式地发展到一个兼备创意、可持续性、人性化的产品文化阶段。

我希望《一线之间》能够引发变革，这场变革也将是人类的变革和文化的变革。**技术和市场趋势转瞬即逝，真正能永恒的是品牌以及它们所代表的独特文化，而“设计战略”正是促成这种文化神奇的驱动力。**

哈特穆特·艾斯林格

于美国旧金山洛斯加托斯，2012年8月



a fine line

how design strategies are
shaping the future of business

目录

引言

站在平庸与卓越的一线之间

✱ 是设计让技术人性化，帮助企业直达人的精神；是设计把商业根植于历史，使它与更深远的未来连接在一起。

✱ 设计必须跨越那条将商业与文化割裂的线，让“杰出”的创意战略从“好”的创意战略中脱颖而出，让“卓越”从“平庸”中脱颖而出。

001

第1章

第一次就做对

✱ 只有勇于探究和冒险的战略，只有那些愿意给人类带来惊喜和激励的战略，才有希望在不断发展的经济中赢得胜利。

✱ 一个公司必须首先认识到，在塑造创新驱动型商业战略的过程中，设计具有生死攸关的重要作用。

009

第2章

永远不要失去自己的灵魂

※ 很多公司的领导者甚至无法认识到一个简单的事实——一个公司今天取得的成功，很大程度上来自于领导层过去的正确决策。

※ 坚定不移地从事合乎道德的商业活动，是领导层的基本责任以及机构创意战略的核心元素。

027

第3章

只要最好的

※ 只要最好的工作，只要最好的客户，只要最好的战略，只要最好的实施。如果你想成为最好的，你不能固执己见，你必须为必胜而战。

※ 文化 + 过程 = 利润！商业领域与设计领域的创意战略家，必须携手并进，不断自我完善和提高，为自己、为公司、也为这个世界创造更光明的未来。这是取得成功的终极战略。

053

第4章

“头脑”击败“金钱”

※ 创新是一场思想和过程的博弈，仅靠金钱是无法获得成功的。保证项目成功的最终决定因素是“人”，是卓越的设计头脑。

※ 密斯·凡德罗曾说过：“上帝存在于细节中。”但是，要想让你的创新工作为客户及其消费者带来经济上的利益，则“上帝存在于实施中”。

第5章

来一场“绿色思维”的革命

※ 设计师的工作构成了连接人类与科学、技术、商业之间的桥梁，他们有责任、也有机会成为“绿色”新经济的驱动力。

※ 我们所大量生产的那些“廉价”商品，从文化、社会和环境意义上来说，都过于昂贵了。事实上，它们正在戕害我们的生命，而“绿色思维”将最终成为一个政治上和经济上的主流策略。