

Inspired

给你灵感的欧洲最佳创意实录

[荷兰] 多蒂·尼尔森 琪琪·哈特曼 丁 婷 译

en Ancers Lund Madsen Vicki Maquire Paul Neale Barbro Ohlson Smith Erwin Olaf Rodrigo Otazu Kim Papworth Chris Priest Ingegerd Råman Vibeke Rohland Lotte Romer Thomas Sandell Andrew Smart Paul Smith The Stone Twins Carouschka Streijffert Rob



Inspired

给你灵感的欧洲最佳创意实录

[荷兰] 多蒂·尼尔森

[荷兰] 琪琪·哈特曼 著

丁 婷 译

J0-02
23

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

Inspired : 给你灵感的欧洲最佳创意实录

[荷] 尼尔森, [荷] 哈特曼 著; 丁婷 译. —上海:

上海人民美术出版社, 2014.8

书名原文: Inspired: How creative people think, work and find inspiration

ISBN 978-7-5322-9082-6

I. ① I… II. ① 尼… ② 哈… ③ 丁… III. ① 创意—研究 IV. ① J0-02

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 156140 号

Copyright©2005 BIS Publishers, Kiki Hartmann and Dorte Nielsen.

Right manager: Ruby Ji

本书简体中文版由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2012-844

Inspired : 给你灵感的欧洲最佳创意实录

著 者: [荷] 多蒂·尼尔森 [荷] 琪琪·哈特曼

译 者: 丁 婷

策 划: 姚宏翔

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

特约编辑: 孙飘丝

封面设计: 潘 亮

技术编辑: 朱跃良

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号 邮政编码: 200040)

印 刷: 上海利丰雅高印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16 印张 13

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次

书 号: ISBN 978-7-5322-9082-6

定 价: 78.00 元

目录

探索创意者的秘密	3	安德斯·伦德·马德森	118
马克史汀·亚当逊	4	薇琪·马奎尔	122
安迪·阿尔特曼	10	保罗·尼尔	128
罗西·阿诺德	18	巴布罗·奥尔森·史密斯	132
佩尔·阿努迪	24	欧文·奥拉夫	136
西蒙·邦	30	罗德里格·奥他索	140
乔吉·宾	36	克里斯·皮瑞斯特	144
安迪·博德	40	英格格尔德·拉曼	152
亨利克·波维克	44	维贝克·罗兰	158
迪克·布鲁纳	50	洛特·罗默	164
托尼·戴维森和金·帕普沃思	56	托马斯·桑德尔	168
马克·丹顿	64	安德鲁·斯玛特	172
哥斯达夫·伊戈斯特德	70	保罗·史密斯	180
马丁·高尔顿	74	加雷斯·斯通和德克兰·斯通	186
费尔南多·古铁雷斯	82	卡罗西卡·斯特菲特	190
亨里克·朱尔	88	罗布·瓦其曼斯	198
埃里克·卡瑟斯	92	斯蒂娜·穆旭安	202
马琳·安妮·卡杰尔	100	致谢	208
菲莉帕·克努森	106	关于作者	208
奥托·克鲁伊森	110		

探索创意者的秘密

这是一本讨论创意过程的书。

探讨如何在一张白纸上自由挥洒创意灵感。

我们曾有幸与众多创意人士共事，他们“无中生有”的才能，创造了许多意想不到的精彩创意。这些点子到底从何而来？这个问题的答案让我们着迷。或许它就潜伏在创意人士桌子上堆得满满当当的草图、笔记和杂志中，又或许埋藏在他们身边一些不寻常的物件中。

带着一台数码相机、一支录音笔和整袋子的纸笔，我们前往欧洲，踏上了探寻创意答案的征途。我们采访了来自不同领域的创意人士，询问令他们最满意的点子从何而来，了解他们日常的工作环境，以及他们习惯的创意模式等等。

面对我们，他们展示了素描本、笔记本和其他百宝箱，讲述了鼓励、沉淀和激发自己的方式。

这本汇集了创意者日常思考、行业观察和独特见解的集锦，自2005年推出后获得了众多读者的喜爱，对此我们并未感到惊奇。本书吸引了广泛的读者群，远远超过了我们最初的预想，为满足读者的需求，本书进行了数次加印。

这会是一个奇妙的体验。衷心希望你们可以与我们一样从这些故事和图片中收获乐趣，也希望这本书可以让你同我们一样受到启发！

琪琪和多蒂

C14058401

J0-02
23

Inspired

给你灵感的欧洲最佳创意实录

[荷兰] 多蒂·尼尔森

[荷兰] 琪琪·哈特曼 著

丁 婷 译

J0-02
23

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

Inspired : 给你灵感的欧洲最佳创意实录

[荷] 尼尔森, [荷] 哈特曼 著; 丁婷 译. —上海:

上海人民美术出版社, 2014.8

书名原文: Inspired: How creative people think, work and find inspiration

ISBN 978-7-5322-9082-6

I . ① I… II . ①尼… ②哈… ③丁… III . ①创意—研究 IV . ① J0-02

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 156140 号

Copyright©2005 BIS Publishers, Kiki Hartmann and Dorte Nielsen.

Right manager: Ruby Ji

本书简体中文版由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2012-844

Inspired : 给你灵感的欧洲最佳创意实录

著 者: [荷] 多蒂·尼尔森 [荷] 琪琪·哈特曼

译 者: 丁 婷

策 划: 姚宏翔

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

特约编辑: 孙飘丝

封面设计: 潘 亮

技术编辑: 朱跃良

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号 邮政编码: 200040)

印 刷: 上海利丰雅高印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16 印张 13

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次

书 号: ISBN 978-7-5322-9082-6

定 价: 78.00 元

目录

探索创意者的秘密	3	安德斯·伦德·马德森	118
马克史汀·亚当逊	4	薇琪·马奎尔	122
安迪·阿尔特曼	10	保罗·尼尔	128
罗西·阿诺德	18	巴布罗·奥尔森·史密斯	132
佩尔·阿努迪	24	欧文·奥拉夫	136
西蒙·邦	30	罗德里格·奥他索	140
乔吉·宾	36	克里斯·皮瑞斯特	144
安迪·博德	40	英格格尔德·拉曼	152
亨利克·波维克	44	维贝克·罗兰	158
迪克·布鲁纳	50	洛特·罗默	164
托尼·戴维森和金·帕普沃思	56	托马斯·桑德尔	168
马克·丹顿	64	安德鲁·斯玛特	172
哥斯达夫·伊戈斯特德	70	保罗·史密斯	180
马丁·高尔顿	74	加雷斯·斯通和德克兰·斯通	186
费尔南多·古铁雷斯	82	卡罗西卡·斯特菲特	190
亨里克·朱尔	88	罗布·瓦其曼斯	198
埃里克·卡瑟斯	92	斯蒂娜·穆旭安	202
马琳·安妮·卡杰尔	100	致谢	208
菲莉帕·克努森	106	关于作者	208
奥托·克鲁伊森	110		

探索创意者的秘密

这是一本讨论创意过程的书。

探讨如何在一张白纸上自由挥洒创意灵感。

我们曾有幸与众多创意人士共事，他们“无中生有”的才能，创造了许多意想不到的精彩创意。这些点子到底从何而来？这个问题的答案让我们着迷。或许它就潜伏在创意人士桌子上堆得满满当当的草图、笔记和杂志中，又或许埋藏在他们身边一些不寻常的物件中。

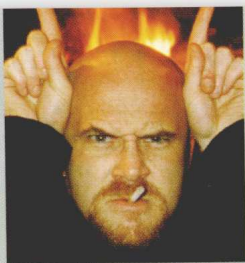
带着一台数码相机、一支录音笔和整袋子的纸笔，我们前往欧洲，踏上了探寻创意答案的征途。我们采访了来自不同领域的创意人士，询问令他们最满意的点子从何而来，了解他们日常的工作环境，以及他们习惯的创意模式等等。

面对我们，他们展示了素描本、笔记本和其他百宝箱，讲述了鼓励、沉淀和激发自己的方式。

这本汇集了创意者日常思考、行业观察和独特见解的集锦，自2005年推出后获得了众多读者的喜爱，对此我们并未感到惊奇。本书吸引了广泛的读者群，远远超过了我们最初的预想，为满足读者的需求，本书进行了数次加印。

这会是一个奇妙的体验。衷心希望你们可以与我们一样从这些故事和图片中收获乐趣，也希望这本书可以让你同我们一样受到启发！

琪琪和多蒂



马克史汀·亚当逊

Marksteen Adamson

英国梅登黑德镇 Arthur Steen Adamson
公司创始人兼创意总监

马克史汀从事创意行业 15 年，已是一名享有盛名的创意战略家。他曾发表多篇论文，讨论公司形象和品牌形象有关的创意。作为 Interbrand 集团全球战略委员会的成员，马克史汀为提升集团的创意水平发挥重要作用。在担任全球创意总监时，他参与创作或指导的多个项目获得国际大奖。2002 年，他离开原来的岗位，创建了属于自己的公司，继续创意事业。马克史汀最广为称道的项目包括 St. Kea 和大英图书馆第 26 届国际展览会，其中他为后者创造了世上最大的可食用海报。

灵思泉涌

很多事都能启发我的灵感：遇见的人，遇见的事，街上的流浪汉，玩具店里最新的设计等。我也喜欢昙花一现的流行品，还有那些通常会被扔掉的报纸、包装纸、快餐店赠送的玩偶。设计类的书几乎从未让我找到灵感，相反，它们不仅无聊，而且只是换着法儿地讨论同样的内容。

我喜欢读与新思维或是社会问题有关的书或是文章，与我本身行业并无相关。摩托车，垃圾电影文化，比如蝙蝠侠、蜘蛛侠、星战电影系列，或是其他除了好莱坞式温馨电影之外的所有电影。我有时也作曲玩乐器。我的同事、小孩和母亲都不时为我带来灵感。还有上帝也是我的灵感之源。只需关注上帝的创造，创意便会迎向你。我的终极灵感之源：坦桑尼亚的灌木丛、美光手电筒、保温杯、睡袋、帐篷还有日落。有这些就足够啦。

工作环境

我不太相信人们可以创造一个催生新点子。一个人要么是有很棒的创意，要么什么都没有。你要走出自己的天地，才会有真正全新的创意。或者去看一场电影，去一家顶尖餐厅用餐，或者飞到巴黎散心，离开城市去游猎，或者与无家可归的人玩乐、喝醉酒，或者吃很多巧克力，与朋友聊天，或者洗个澡，又或者是开一整晚的车，你可能就能想到一些不错的创意。最重要的是，你不要试着去找点子，点子会来找你的。

创意过程

我的创意从改变信念开始。大多数人自以为需要很多东西，但实际上却不是真正必要的东西。我喜欢找出真正的目标，然后去思考一个可以让真实目标最大化的点子。这个点子一出现便可以吸引市场目光，不需要再进行营销。最好的点子出现在每时每刻，某一次无聊的会议上，或是出差旅行等途中。不过，对我来说睡前是灵感最充沛的时刻。我通常都会在床头放本笔记本，以便在点子出现时可以把它们都记下来，有时候一晚上我会为此起来好几次。为了让自己有灵感，我有时也会拿出笔记本，坐在电视机前不断切换频道，寻找新鲜灵感。我喜欢看广告，因为它们比节目更能让我放松。我会喝点红酒或是啤酒，但不会喝太多。如果还是一点思路都没有，我会开始翻看杂志。另外，长时间开车也很棒。不要有目的地，就一直开着。最后，灵感会突然到来，于是你有点子了。高速摩托车是最棒的灵感创意方式。

动力

全球品牌统治。

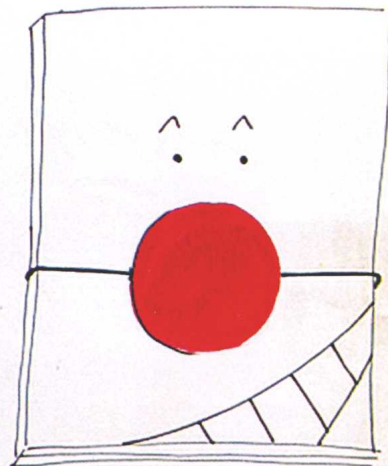
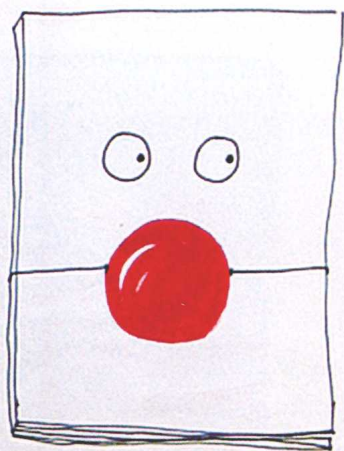
阅读

我读比尔·布莱森 (Bill Bryson)、马尔科姆·格拉德威尔 (Malcolm Gladwell)、尼克·霍恩比 (Nick Hornby)，还有阿伦·卡尔 (Allan Carr) 的作品。另外，我也读《The Week》、《国家地理》、《太阳报》、《经济学人》、《每日电讯报》、《镜报》和《圣经》。

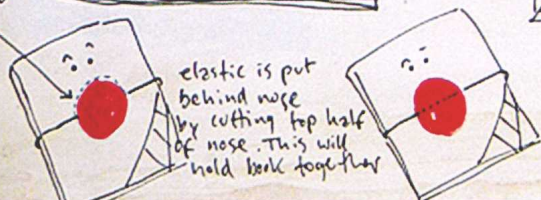
最启发你的人

我的母亲。

“当时，我是执行创意总监，我的客户是一家知名移动手机品牌，那段工作经历和做梦一样。我去参加他们的会议，发现会议桌中间放着很多玩具和各种小玩意儿。这是客户公司内部‘创新’部门组织的‘头脑风暴’会议。主持会议的人穿着一件宽松的黑色夹克衫和一条黑色的裤子。夹克衫上还粘着一些字母魔术贴，可以根据心情来改动文字。就像一个移动的黑色电冰箱。那天他选了‘想象力’这个词贴在外套上。他让我们解放大脑，开始头脑风暴。他问大家害怕些什么，大家一一回答，最后一个才到我（我是最后一个回答的）。我的答案很简单。我说，我怕你。他是一位资深的工作场合外交官，但我却不认为他明白我。会议结束，就像他主持的其他讨论会议一样，并没有什么实质性的点子出来，但每个人却都满足地离开了。”



Put behind

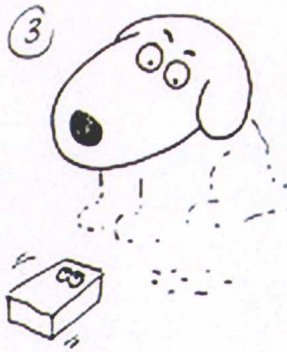


elastic is put behind nose by cutting top half of nose. This will hold back together

Embossed nose



SCULPTURE OF CAT



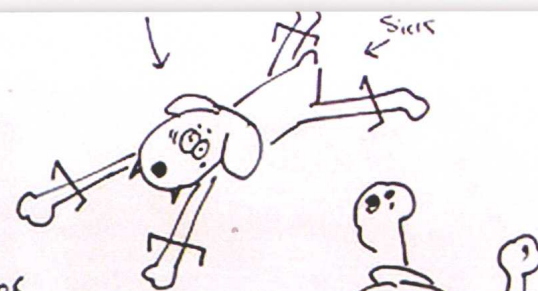
TAIL



HAPPY DOG

niceday fox paper

Fox paper

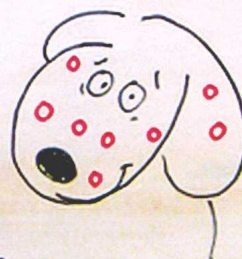


chicken pox
Chicken pox

chicken fox

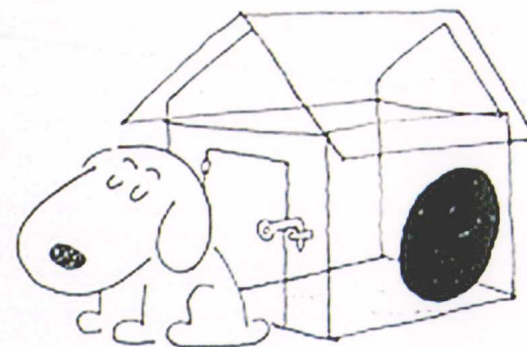
puppy fox

niceday fox paper



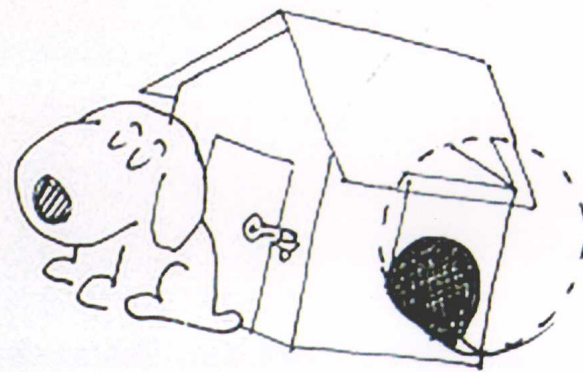
sickday

DON'T KNOW

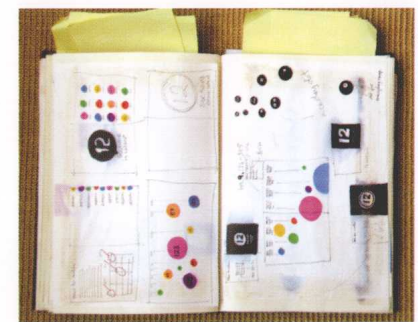
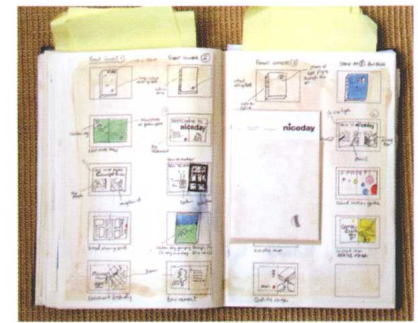
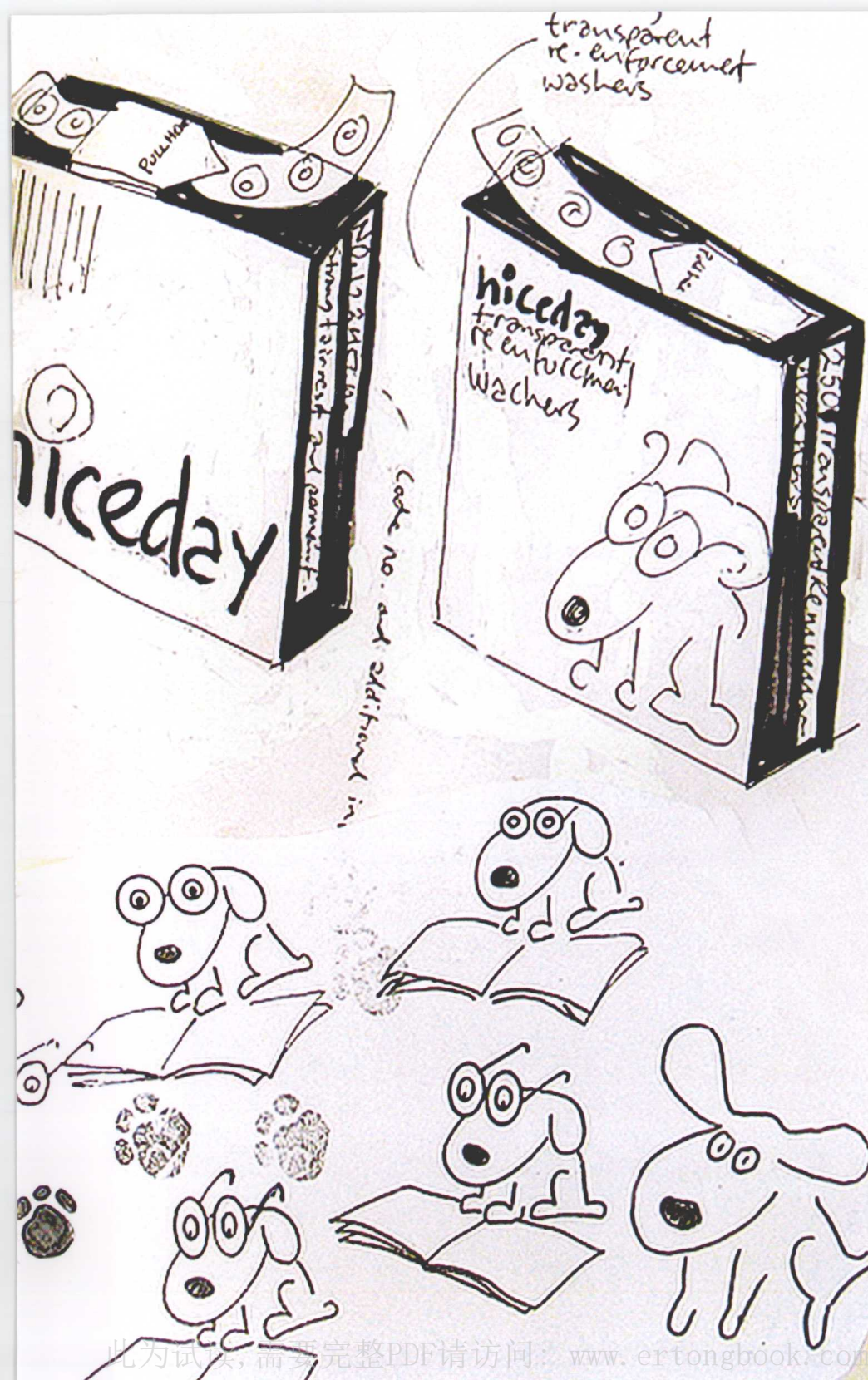


Glass house

MAYBE

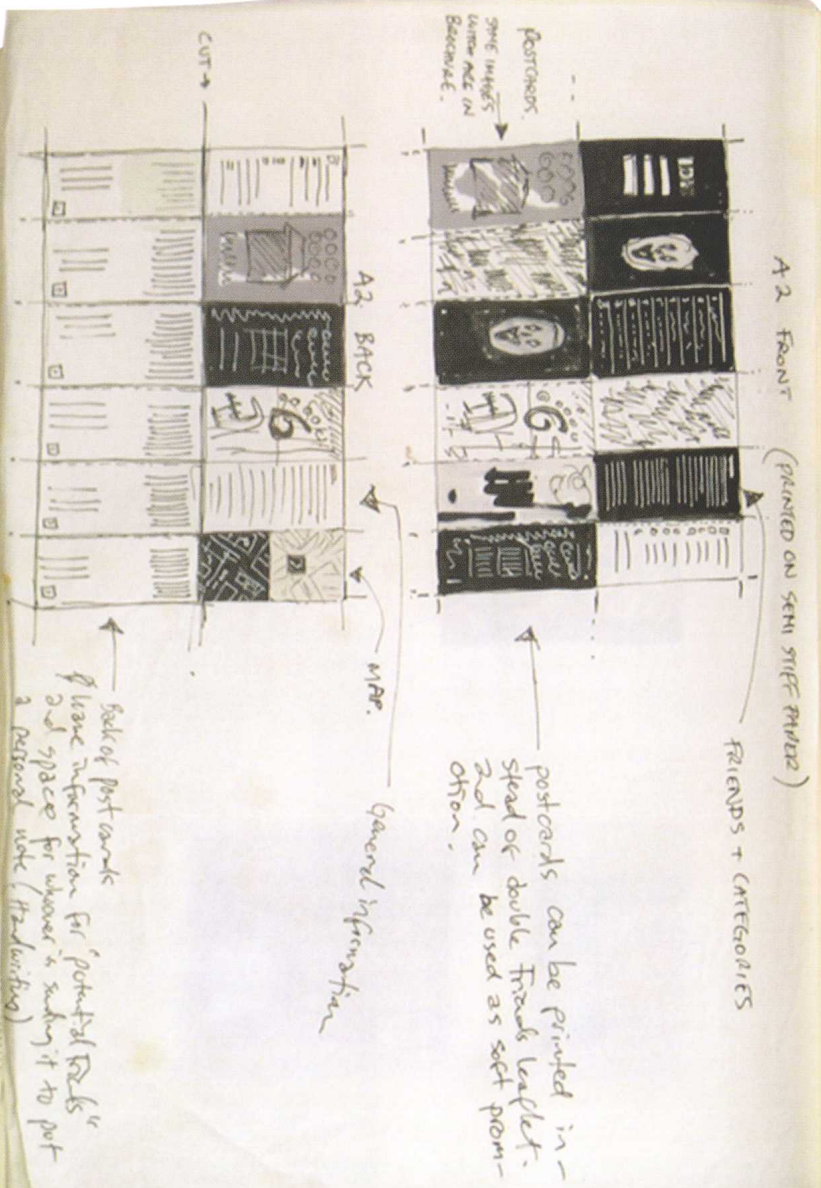


niceday





- ① Copy for friends to be re-used
- ② Map re-considered
- ③ BUDGET
- ④ TIME



A2 FRONT (PRINTED ON SEMI STIFF PAPER)

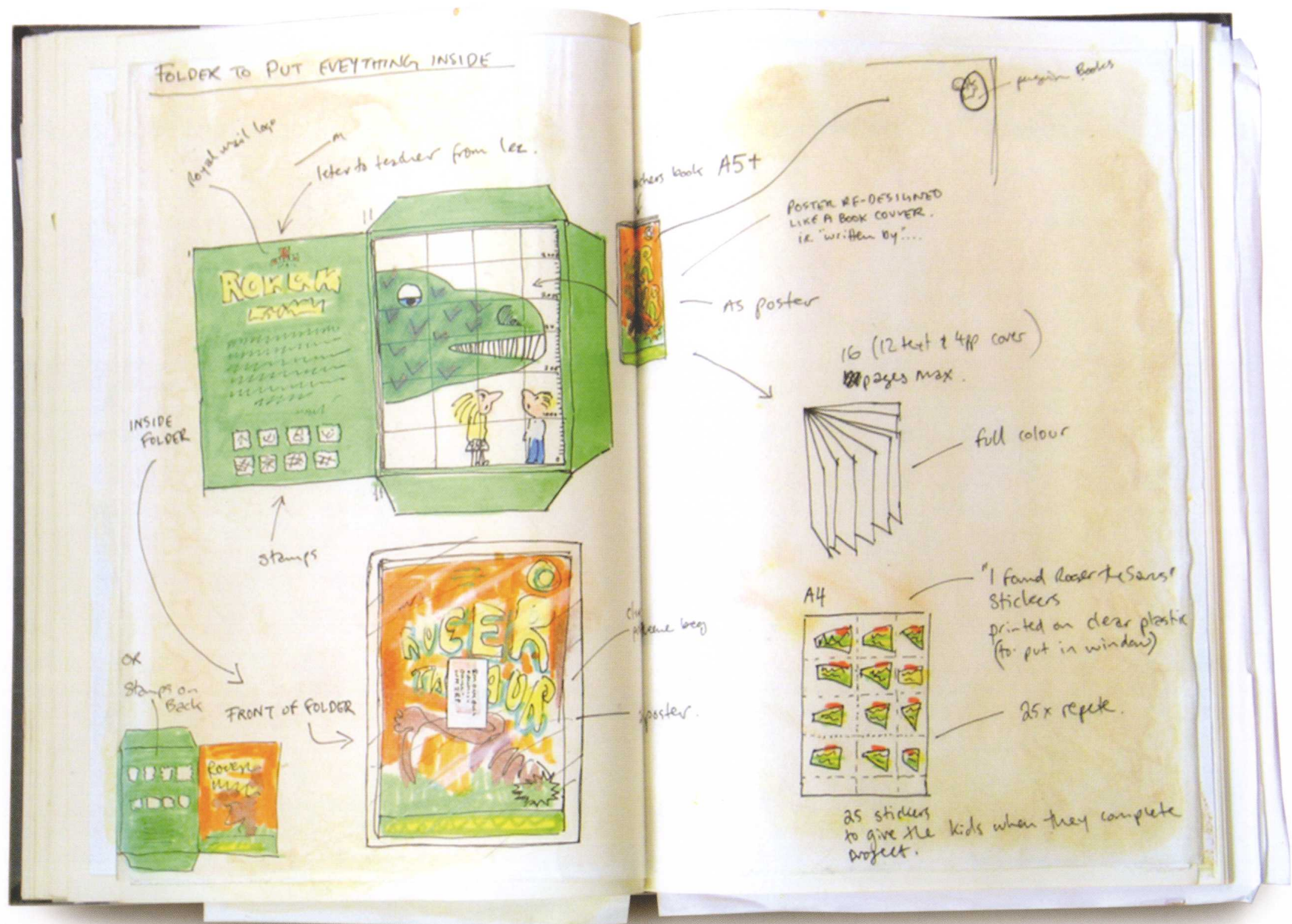
POSTCARD
SOME HIGHS
LARGE A2 ON
BESIDE

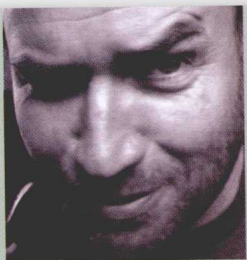
A2 BACK

MAP
General information

postcards can be printed in -
stead of double friends layout -
and can be used as set prom-
otion

Back of post cards
I have information for 'potential friends'
and space for whoever is sending it to put
a personal note (handwriting)





安迪·阿尔特曼

Andy Altmann

伦敦 Why Not Associates 设计公司工作室共同创始人，合伙人以及平面设计师

安迪先后从伦敦圣马丁艺术学校和皇家艺术学院获艺术学士学位和艺术硕士学位。1987 年，安迪和大卫·艾利斯 (David Ellis)，霍华德·格林哈尔 (Howard Greenhalgh) 共同成立了 Why Not Associates 设计公司。这是一家跨领域的设计工作室，以其脱俗的创意和形式多样的作品而著称。在过去的 17 年里，安迪工作的项目涉及各种媒体形式。此外，安迪也在全球范围内就其作品进行演说，包括澳大利亚、美国、非洲和日本。

灵思泉涌

所有的事物都是我的灵感之源。可以是一本书、我的孩子或者是其他任何东西，甚至是已经坏掉的东西。我喜欢收集，收集很多不同的东西。

我会保存剪贴簿、素描本和剪报。在皇家艺术学院的时候，我们需要一个剪贴簿，但因为画画不行，所以通常我都是把素材直接贴到本子上。现在我不经常做这件事了，改用苹果笔记本电脑来记录、设计一些草稿。

工作环境

我喜欢安静的工作环境，比如我现在的办公室。我喜欢被各种东西围绕。虽然我现在的办公室比较干净，但我以前的办公室可比现在乱很多。现在我的东西都放在柜子里藏着，不容易看到，但我知道它们在柜子里的具体位置，需要时便可找出来。

工作过程

我并没有一个固定的套路来想创意。通常来说我的第一个点子总是最好的。有时，通常我会离开工作环境，思考一些别的方案，但总会再次回到第一个点子上，因为没有比它

更好的点子了。

直觉和经验会告诉你如何判断哪一个点子是好点子。学生时代你可能有 400 个点子，而什么是可以做到的，什么是应该做到的，经验可以帮助你迅速筛选，缩小范围。我的优势应该就是具有洞察创意是否优秀的能力。如果我的灵感卡住了，或者是在原地打转，我会尝试通过其他方法入手。

阅读

我只在休假的时候读书，并且会读得很多。我喜欢历史小说，例如彼得·阿克罗伊德 (Peter Ackroyd) 的《Dan Leno and the Limehouse Golem》。

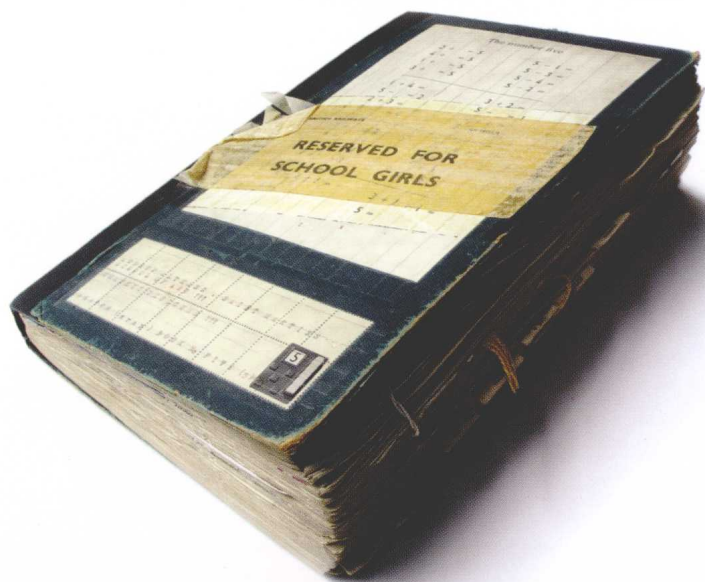
最启发你的人

乔治·贝斯特 (George Best)，他的观察力非常敏锐，非常有想象力。他做事不落俗套，也不爱遵守世俗的规则 (总出其不意，也不循规蹈矩)。



Why Not Associates
伦敦设计工作室





“我画得不好，所以
我把素材贴在本子上。”

