

MUJI

無印良品

本书内容由日本株式会社良品计画直接授权 Edge 设计馆，许可在中国大陆地区编辑出版中文简体字版本。
未经书面同意，任何机构及个人不得以任何形式复制、转载。

在本书编辑过程中，承蒙日本株式会社良品计画金井政明社长、大西克史先生、栅山瑞妃小姐的鼎力协助，特此致谢。

图书在版编目(CIP)数据

无印良品 MUJI BOOK / [日]无印良品；朱镔译.
—桂林：广西师范大学出版社，2010.11（2011.11重印）
ISBN 978-7-5633-6251-6

I. ①无… II. ①日… ②朱… III. ①企业管理：质量管理—经验—日本 IV. ①F279.313.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第201374号

出品人 刘瑞琳
责任编辑 王罕历 陈凌云
翻译 林慧银 周密
校译 朱镔

中文版设计制作 汪阁 李婷 [朱镔设计事务所]
中文版项目企划及完成 朱镔设计事务所

广西师范大学出版社出版发行

(桂林市中华路22号 邮政编码:541001)
(网址:www.bbtpress.com)

出版人:何林夏

全国新华书店经销

发行热线:010-64284815

北京图文天地制版印刷有限公司印装

开本:965mm×1270mm 1/16

印张:11 字数:200千字

2010年11月第1版 2011年11月第3次印刷

定价:150.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

MUJI

無印良品

MUJI

無印良品

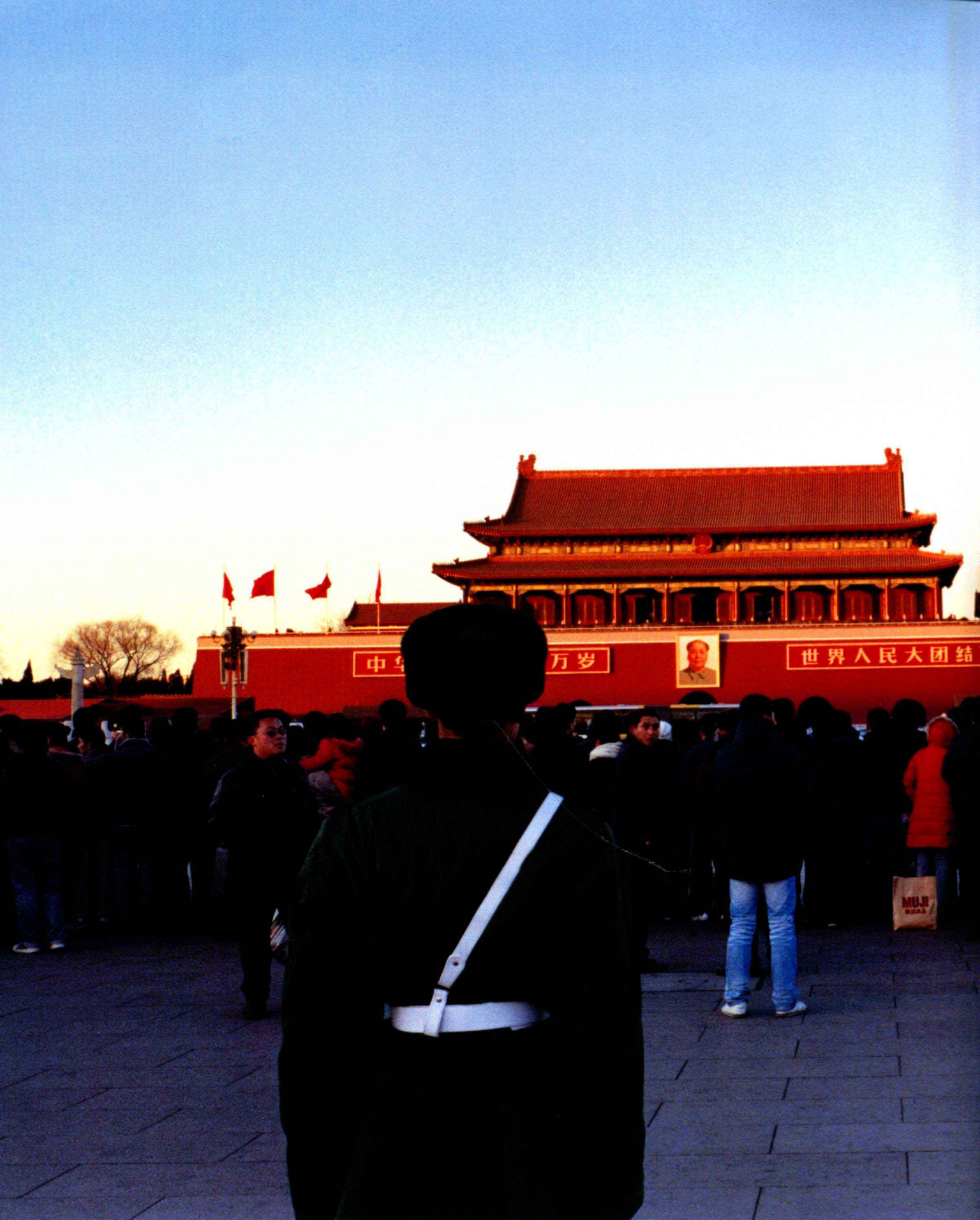








为無印良品宣传海报“像水一样随隙而入”拍摄的照片 [伊斯坦布尔] 2009





为無印良品宣传海报“像水一样随隙而入”拍摄的照片 [北京] 2009

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com





MUJI

不求“这是我要的”，但求“这是我需要的” 金井政明	014
無印良品对你有益 杰斯帕·莫里森	018
無印良品：重塑未来 约翰·C. 杰	022
相遇無印良品 激发乐观主义 布鲁斯·毛	026

1 無印良品的诞生 | 小池一子

便宜是有原因的	028
爱，无需美化 無印良品所传递的信息及定位的形成	030
一种生活方式 从单一产品到全方位的生活审美情趣	034
無印良品 传递文化 無印良品的国际化发展	048

2 無印良品的产品 056

3 無印良品的产品设计 | 深泽直人

拥有無印良品，生活足矣	082
背景与华丽	084
真正的家具	094
MUJI THONET	110

4 無印良品——无，亦所有 | 原研哉

不是“这个好”而是“这样就好”	118
無印良品的表面	150
关于欲望的教育	152
节制的设计	156

5 無印良品的空间 | 杉本贵志

自然地做自然的事	170
东京中城的無印良品	184
無印良品之家	208
無印良品露营地	222
無印良品BGM	230

6 無印良品的未来 | 座谈会

迈向新领域	234
为居住和生活创造未来	236
世界的無印良品	240

出处·作品一览	242
供稿者	252
著作者	253
無印良品创始成员	254

不求“这是我要的”，但求“这是我需要的”

金井政明 | 社长兼首席执行官, 日本良品计画公司

我十分高兴能为全球广泛的读者构思这样一本关于無印良品的出版物。同时我感觉到很可能当这本书出版时，正是無印良品面对世界迈出新一步的时期。

無印良品于1980年在日本创立，它与当时社会的消费习惯形成了鲜明的对比。一方面，当时的经济呈现出前所未有的繁荣，海外的奢侈品牌逐渐博得消费者的喜爱；另一方面，价廉质糙的低端产品充斥市场。这两方面致使民众的消费方式呈现一种两极分化的现象。作为对这种盛行局面的批判，無印良品诞生了。它致力于还原产品实用的形象，同时在生活和改善生活的物品之间维持合理的平衡。这一概念诞生于两个截然不同的立场的交汇点：“無印”[无品牌]；“良品”[优质产品]。

無印良品从“精选素材”、“检查工序”、“精简包装”起步。强调合理设计，彻底消除冗余，使物品散发出本身的魅力。这种创意与日本传统的审美情趣“素”——简洁而不累赘——有着共通之处。简洁不仅仅是单纯的朴素和节俭，而是能超越豪华奢侈的简洁。去除产品中个性及品位的偏好——这两样都是当时人们所痴迷的——以留给顾客空间，任随顾客之意赋予产品个性。这使得消费者能根据自己使用商品的习惯来做出选择。最初的标语如“有理由的便宜”、“每个人的無印良品，所有人的無印良品”都传递了在如此经济环境下产生的無印理念。这种强大的理念直到今天仍发挥着作用。

無印理念与遵循这一理念生产出来的商品从一开始就获得了公众的认可，無印良品因而迅速发展起来。诚然，無印良品的发展是因为它追求合理精简的产品，让使用这些产品的人们在简朴生活中体验到美和尊严。然而，無印良品并不是独自在这道路上，在不断交流中，每一位顾客都与我们同行。我认为成功的商品是长期以来不断和顾客交流的成果。

独特的产品也归功于与世界各地设计师的合作。最初，無印良品是通过传统产品的改良和简化，而非完全地重新设计来生产商品。但为了追求理想的产品，我们认识到要设计高端的、符合生活自然需求的产品，而不是刻意地讲求“无设计”。世界知名的杰出设计师们，给予了無印良品智慧和灵感，创造出像这本书中所描述的独特、简约又实用的产品。而且，现在我们还同以历史和传统闻名的权威制造商合作，如索奈特公司



舒适条纹直角袜
2006

因为脚跟处呈90度，
所以这些袜子穿着会十分舒适。