



苹果公司前首席设计师罗伯特·布伦纳
亲述如何以设计俘获人心

Do You Matter?

How Great Design
Will Make People Love
Your Company

伟大的设计

通向完美用户体验的门户

罗伯特·布伦纳 (Robert Brunner)

[美] 斯图尔特·埃默里 (Stewart Emery) 著 林敏 谢国标 译

拉斯·霍尔 (Russ Hall)



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



Do You Matter?

How Great Design Will Make People Love Your Company

伟大的设计

通向完美用户体验的门户

罗伯特·布伦纳 (Robert Brunner)

[美] 斯图尔特·埃默里 (Stewart Emery) 著 林敏 谢国标 译

拉斯·霍尔 (Russ Hall)



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

在《伟大的设计》中，世界顶尖设计大师、乔布斯设计团队中最有影响力的设计大师、苹果公司前首席设计师罗伯特·布伦纳，首度以“苹果人”内部视角揭示苹果设计之道，讲述如何成就俘获人心的伟大设计，如何为客户设计出令人心动的体验。你会从中学习到“设计驱动”的真正含义，了解耐克、苹果、宝马、宜家等公司如何将这一理念付诸行动；学会怎样以“设计驱动”技术来管理你的企业价值链；明确定义设计策略和设计语言；学习如何自上而下地“管理”设计，鼓励“有风险”的设计创新，进而开辟全新的市场领域。作者还将展示如何进行用户调研、如何将设计的价值扩展到市场、制造等更多层面以及如何将设计文化贯穿到企业管理的方方面面。

Authorized translation from the English language edition, entitled *Do You Matter? How Great Design Will Make People Love Your Company*, 978-0-13-706506-6, by Robert Brunner, Stewart Emery, Russ Hall, published by Pearson Education, Copyright © 2009 by Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and China Machine Press Copyright © 2016

本书封面贴有 Pearson Education（培生教育出版集团）激光防伪标签。

无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2016-7686 号。

图书在版编目（CIP）数据

伟大的设计/（美）罗伯特·布伦纳（Robert Brunner），（美）斯图尔特·埃默里（Stewart Emery），（美）拉斯·霍尔（Russ Hall）著；林敏，谢国标译。—北京：机械工业出版社，2016.12

书名原文：Do You Matter?: How Great Design Will Make People Love Your Company

ISBN 978-7-111-55678-7

I. ①伟… II. ①罗… ②斯… ③拉… ④林… ⑤谢… III. ①电子工业-产品设计 IV. ①TN602

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 302725 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：李新妞

责任编辑：李琳瑜

责任印制：李洋

北京汇林印务有限公司印刷

2017 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

203mm×203mm·15 印张·131 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-55678-7

定价：49.90 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：（010）88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：（010）68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

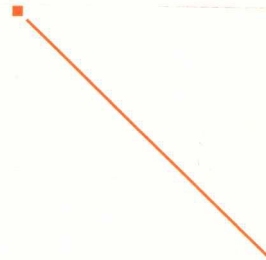
（010）88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com

设计至关重要，
设计是一个过程而非一个事件。



的对本
赞誉书

伟大设计的“伟大”之处，在于构建完美用户体验供应链。这是当今所有成功的设计驱动型品牌共同的顶层战略视野与谋划。罗伯特·布伦纳基于曾任苹果公司设计主管及数十年设计实战的感悟，分享了这一伟大的发现。

——童慧明 广州美术学院工业设计学院教授

从“工业时代”到“信息时代”，“设计”作为人类第三种思维一直在创意美学和解决问题的交叉口不断螺旋上升，现在我们即将进入“人工智能时代”，人与机器的交互方式也正在随着AI技术的突破而发生新一轮的革命，很快就会将我们从鼠标键盘和低头点触摸屏的场景解放出来。

这个新时代背景下，设计会需要面对许多前所未有的新挑战和新机会，甚至颠覆原本行业对设计的一些理解，朝着更自然、更直觉的人本理念演进。而当下的人工智能消费级产品又都太没有创意和灵感，这里，设计可以发挥举足轻重的作用。因此，接下来很长一段时间，产品和服务创新都会面临人工智能技术与灵性交互设计结合的进化升级，人机共生的灵性世界就在眼前！

——顾嘉唯 物灵智能联合创始人

关于作者

罗伯特·布伦纳 (Robert Brunner)

高科技领域充满传奇色彩的工业设计师。

作为苹果电脑公司的工业设计总监，他建立了工业设计团队并设计出第一代麦金塔电脑、牛顿掌上电脑以及 iMac 电脑的前身：20 周年版 Mac 电脑。

作为全球最具影响力的设计公司之一五角设计公司 (Pentagram) 的合伙人，他为耐克、微软、惠普、戴尔和诺基亚等财富 500 强企业服务，也为众多全球企业设计新产品。

在 2007 年初，他创立了弹药咨询公司 (Ammunition)，提供产品设计、品牌和交互设计等方面的服务。他的产品设计获得了美国工业设计协会和《商业周刊》评选的无数奖项，囊括了 8 个类别的最佳奖项。他的产品被现代艺术博物馆永久收藏。他还在斯坦福大学教授高级产品设计课程。



献

辞

我希望把这本书献给我生命中非常重要的两个人。一位是我的父亲罗素（Russell）。他是一位十分敬业的工程师，引导我对事物工作原理产生了浓厚的兴趣。他在职业生涯中的卓越表现也一直激励着我。另一位（同样重要的人）是我的好妻子伊丽莎白（Elizabeth）。她始终给我支持，并时常提醒我只要下定决心就可以去做任何想做的事情。

罗伯特·布伦纳

2008年5月

译者序

虽然在用户体验这个领域已经工作了十多年，但我对用户体验的思考一直没有停止过。从最初更多的从设计角度思考体验，到逐渐认识到品牌对于用户体验的意义，我逐渐形成了自己的思维体系。在我看来，品牌、体验和设计在本质上是三位一体的一件事情，是围绕产品的三个角度。在阅读《伟大的设计》这本书的过程中，我找到许多共鸣的地方，也深感本土企业在对用户体验的理解上的不足。

因此，尽管非常清楚翻译这项工作的繁重，我还是答应接下《伟大的设计》这本书的翻译任务。原本预期用三个月完成，但还是由于其他工作的缘故，又多花了三个月的时间才得以完成。我要特别感谢机械工业出版社经管分社的编辑。没有她的耐心与及时的提醒，这本书的翻译可能还会耽搁更多的时间。我专门腾出了两周的时间，放下其他近 80% 的工作，专心翻译，终于完稿。

这本书不仅深刻指明体验和品牌的内在联系，更通过不同行业的实例生动展示伟大的体验是如何被打造出来的。我很希



致 谢

当我们回顾过往，探寻那些杰出的人物是在怎样的交流与合作中完成了给全世界的人们带来极致体验的伟大设计时，我们总是意识到一件简单的事情：一个好的想法有时需要成百上千的优秀人才共同来实现。鉴于此，我们非常感激所有跟我们一起工作让这本书完成的人。这其中的很多人都成了我们的好朋友。

沃顿商学院出版社（Wharton School Publishing）副总裁兼出版人和金融时报出版社（FT Press）资料库的提姆·莫尔（Tim Moore）向我们提供了全球最大的出版商培生集团（Pearson）的资料权限。提姆以极大的慷慨和无限的耐心，为我们写作的每个阶段提供支持。

同样重要的是，他为这本书建立了一个很棒的团队。我们特别感谢以下人员：版权专家克里斯蒂娜·布利安尼克（Christina Brianik）、市场经理助理梅根·科尔文（Megan Colvin）、文字编辑克丽丝塔·汉辛（Krista Hansing）、总编辑克里斯

