



天津大学出版社国际出版中心 出版策划

(德) 尤塔·娜赫特威 尤迪特·迈尔 著
王华萍 译

DESIGN ECOLOGY!

做生态的设计!

—— 品牌战略



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

尤塔·娜赫特威 (Jutta Nachtwey)

自1994年开始,她就在汉堡担任*Page*杂志的自由记者。她曾在多种刊物上发表过文章,有*Design Report*杂志(汉堡)、*Graphics International*杂志(伦敦)和*Experimenta*杂志(马德里),并且还为一一些门户网站如www.designklicks.spiegel.de做过采访报告。她也是《从感性到数字化:国际铅字设计师画像》(*Emotional-Digital-Portraits Internationaler Type-Designer*)的编写者之一,《网店:尽情地网上购物》(*Cybershop-Schöner Einkaufen im Netz*)的合著者之一(这两本书均是由Verlag Hermann Schmidt Mainz出版)。

尤迪特·迈尔 (Judith Mair)

流行文化专家,在柏林拥有自己的“hello-hello”工作室,其合作伙伴包括:达沃斯世界经济论坛和德国电信(Deutsche Telekom)、美国好彩香烟公司(Lucky Strike)以及奥地利能量饮料制造商红牛公司(Red Bull)等企业。她担任苏黎世艺术大学的客座教授,并且以自由作家的身份为*Page*杂志撰文。她的两本著作是《结束滑稽》(*Schluss mit lustig*) (Eichborn出版社)和《为了真实而仿造》(*Fake for Real*)【Campus出版社与斯尔克·贝克(Silke Becker)合作出版】。

图书在版编目(CIP)数据

做生态的设计!新绿色品牌战略/(德)娜赫特威,
(德)迈尔著;王华萍译.——天津:天津大学出版社,
2009.11
ISBN 978-7-5618-3236-3

I. 做… II. ①娜…②迈…③王… III. 环境生态学
IV. X171

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第179303号

© Originally published by Verlag Hermann Schmidt Mainz

著作权合同登记:天津市版权局著作权合同登记图字第02-2009-149号

天津大学出版社国际出版中心 策划

地 址:大连市沙河口区中山路427号星海创意岛
大轧2号3楼308室/大轧1号1楼103-105室

电 话:0411-84376181/6182

网 址:www.archi-china.com

责任编辑:侯雪倩 黎恋恋

装帧设计:王 峙 油俊伟

封面设计:张 群

做生态的设计!——新绿色品牌战略

(德)尤塔·娜赫特威 尤迪特·迈尔 著;王华萍 译

出版发行:天津大学出版社

出 版 人:杨欢

地 址:天津市卫津路92号天津大学内(邮编:300072)

总 经 销:天津大学出版社发行部 / 大连安基传媒有限公司发行部

电 话:022-27403647 022-27402742(邮购) / 0411-84376101/6102

网 址:www.tjup.com

印 刷:恒美印务(广州)有限公司

开 本:215 mm×300 mm

印 张:17.5

字 数:510千字

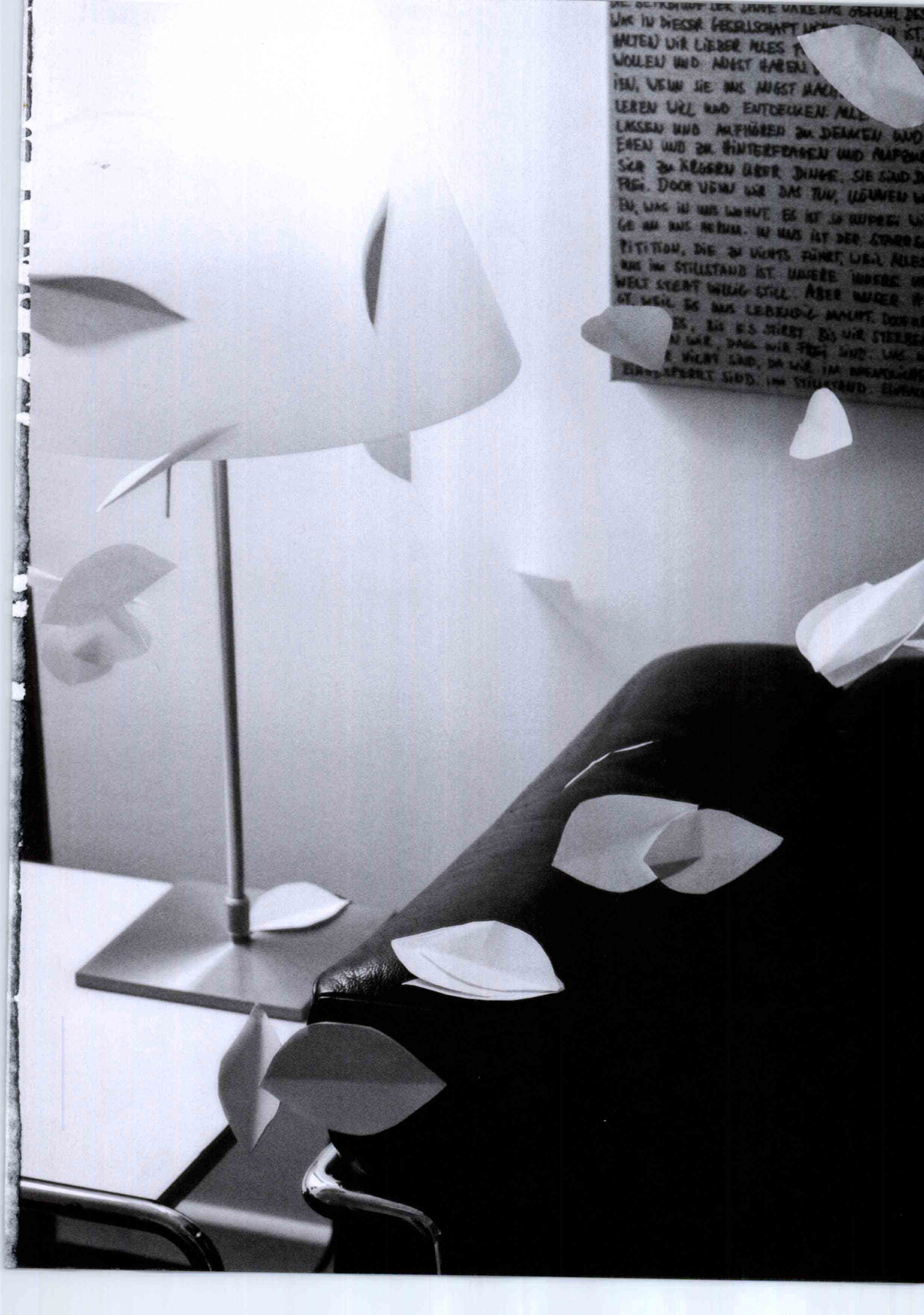
版 次:2010年1月第1版

印 次:2010年1月第1次印刷

定 价:260.00元

(本图书凡属印刷错误、装帧错误,可向发行部调换)

...IN DIESE GESELLSCHAFT ...
...UNTER DEN LIEBERN ALLES ...
...WOLLEN UND AMST HABEN ...
...IEN, VENN SIE NUS AMST HACH ...
...LEREN WIL UND ENTDECKEN ...
...LUSSEN UND ANFANGEN ZU DEAMEN UND ...
...EREN UND ZU HINTERFRAGEN UND ANPRA ...
...SCH ZU KESSEN UBER DINGE, SIE SIND ...
...FRI. DOCH VENN WIR DAS TUN, KESSEN W ...
...EN, WAS IN UNS WOHNT, ES IST SO RUHIG ...
...GE AN NUS NEM. IN WAS IST DER STAN ...
...PITION, DIE ZU WIRTS FÜHRT, WEL ALLES ...
...NUS IM STILLSTAND IST. UNTERE UNTERE ...
...WELT STERT WIRG-STILL. ABER NUS ...
...GT, WEIL ES DAS LEBENDIG-MANNT. DOCH ...
...ES, ES ES STERT, ES WIR STERBEN ...
...N WIR, DASS WIR FRI UND, WAS ...
...E NICHT SIND, DA WIR IM NUS ...
...ERSTEN SIND, IM STILLSTAND. ...



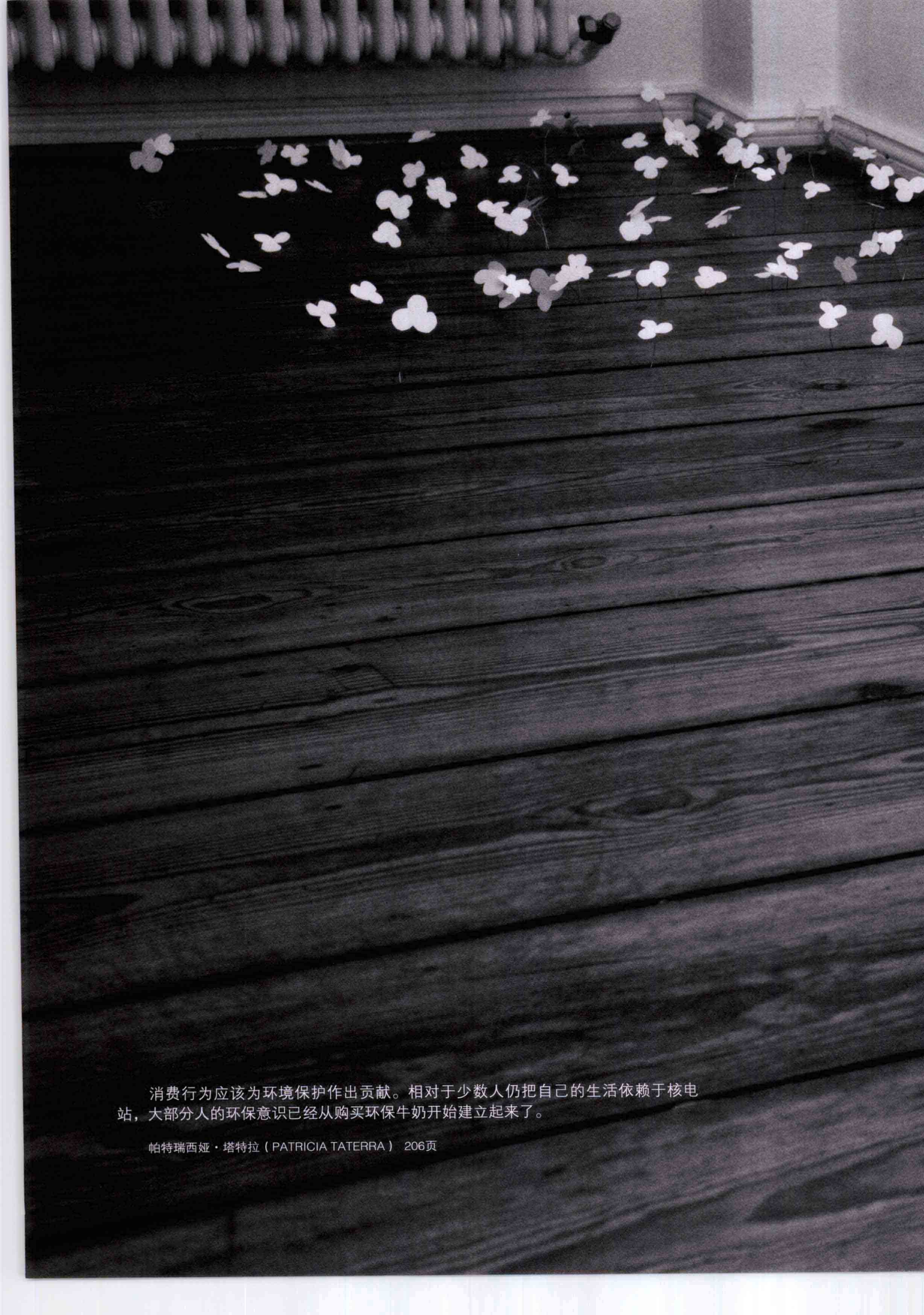




DESIGN ECOLOGY!

做生态的设计!

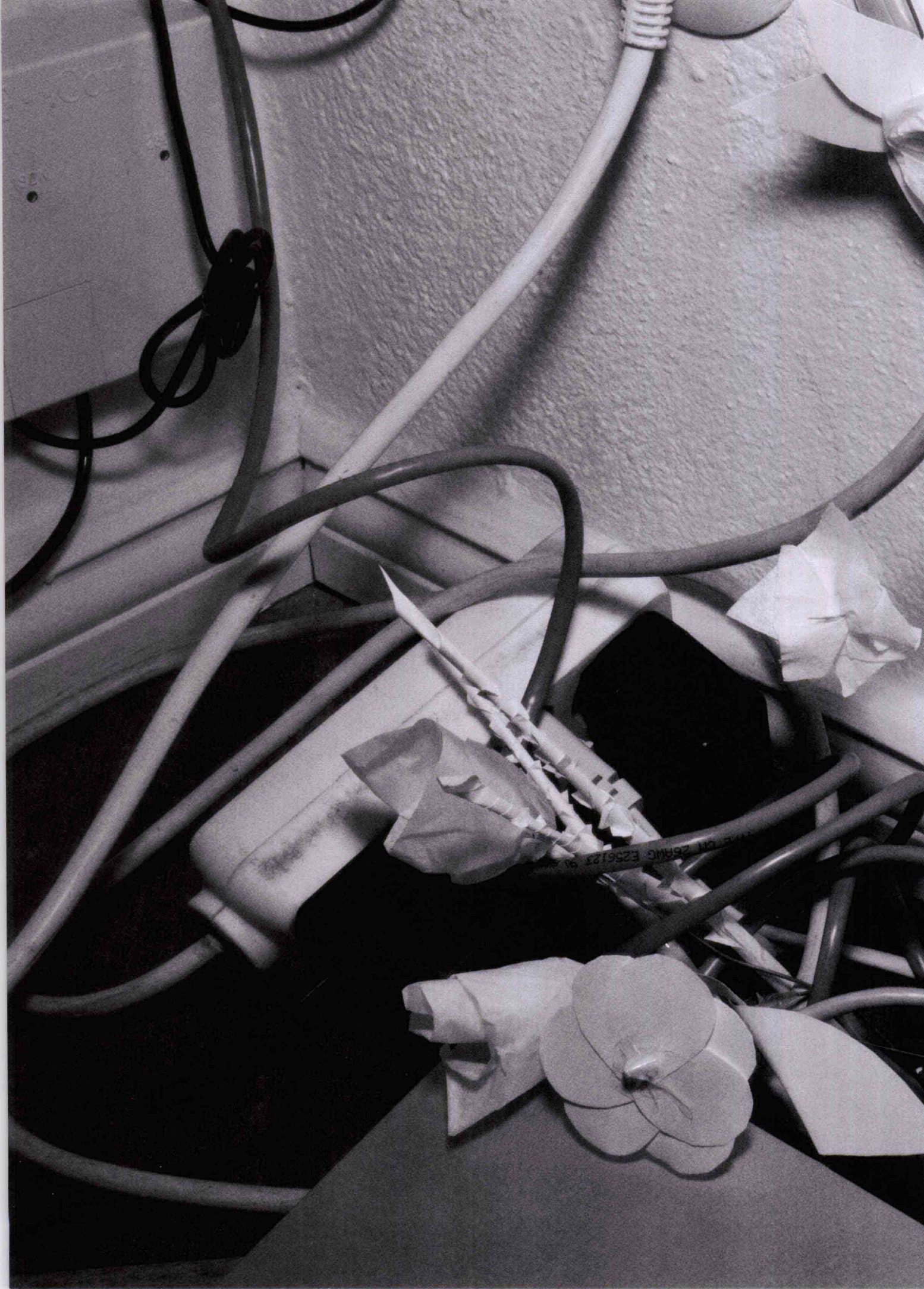
 天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS



消费行为应该为环境保护作出贡献。相对于少数人仍把自己的生活依赖于核电站，大部分人的环保意识已经从购买环保牛奶开始建立起来了。

帕特瑞西娅·塔特拉 (PATRICIA TATERA) 206页





A black and white photograph of a desk. In the top left, a desk lamp is partially visible. A small, delicate paper flower sits on the desk surface. In the bottom left corner, there is a pile of crumpled paper and some cables. The background is a textured wall.

人们不相信设计师能够改变我们的气候环境。
我们的任务就是唤醒人们的环保意识。

娜塔莉·胡恩特(NATHALIE HUNTER) 215页

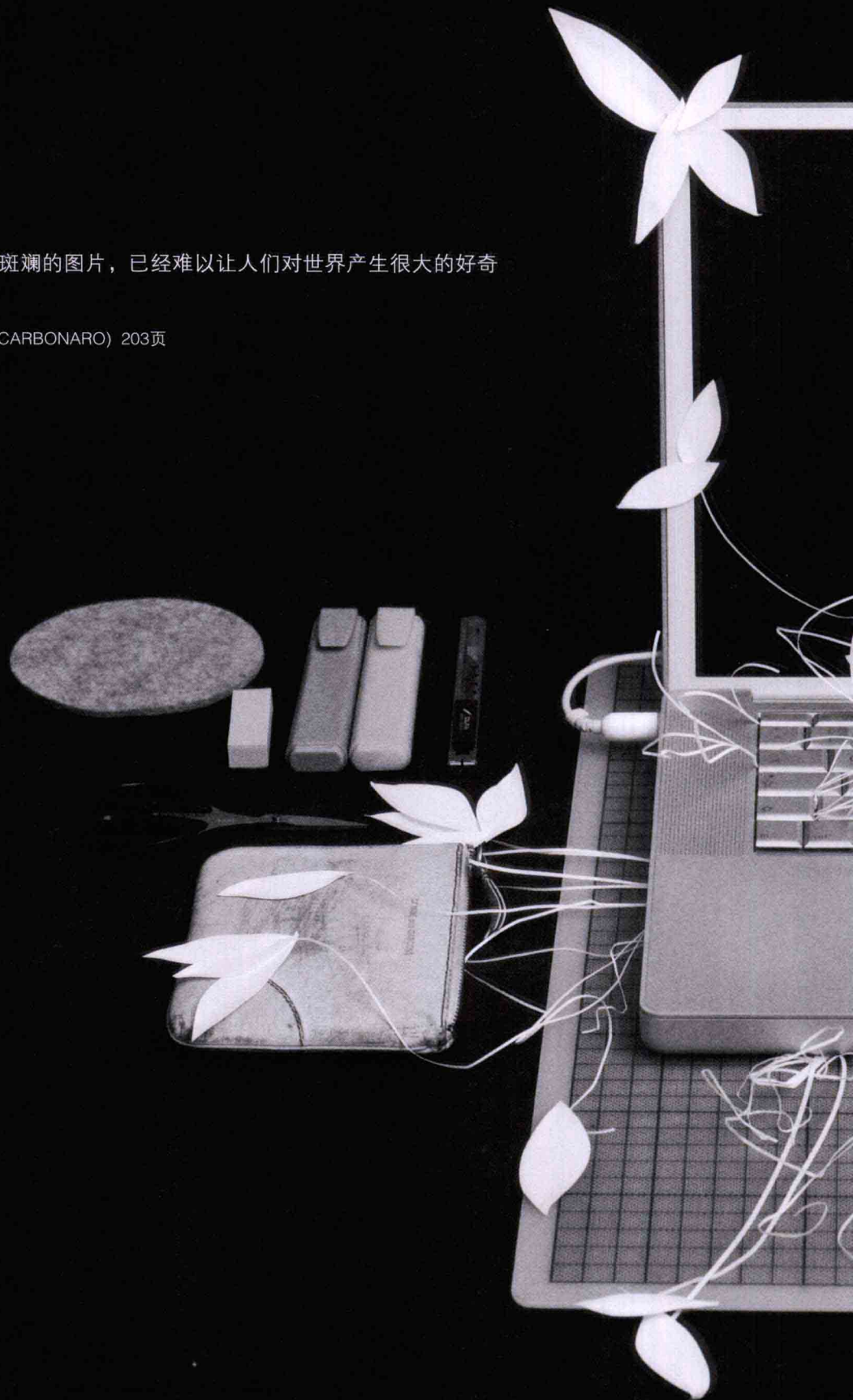


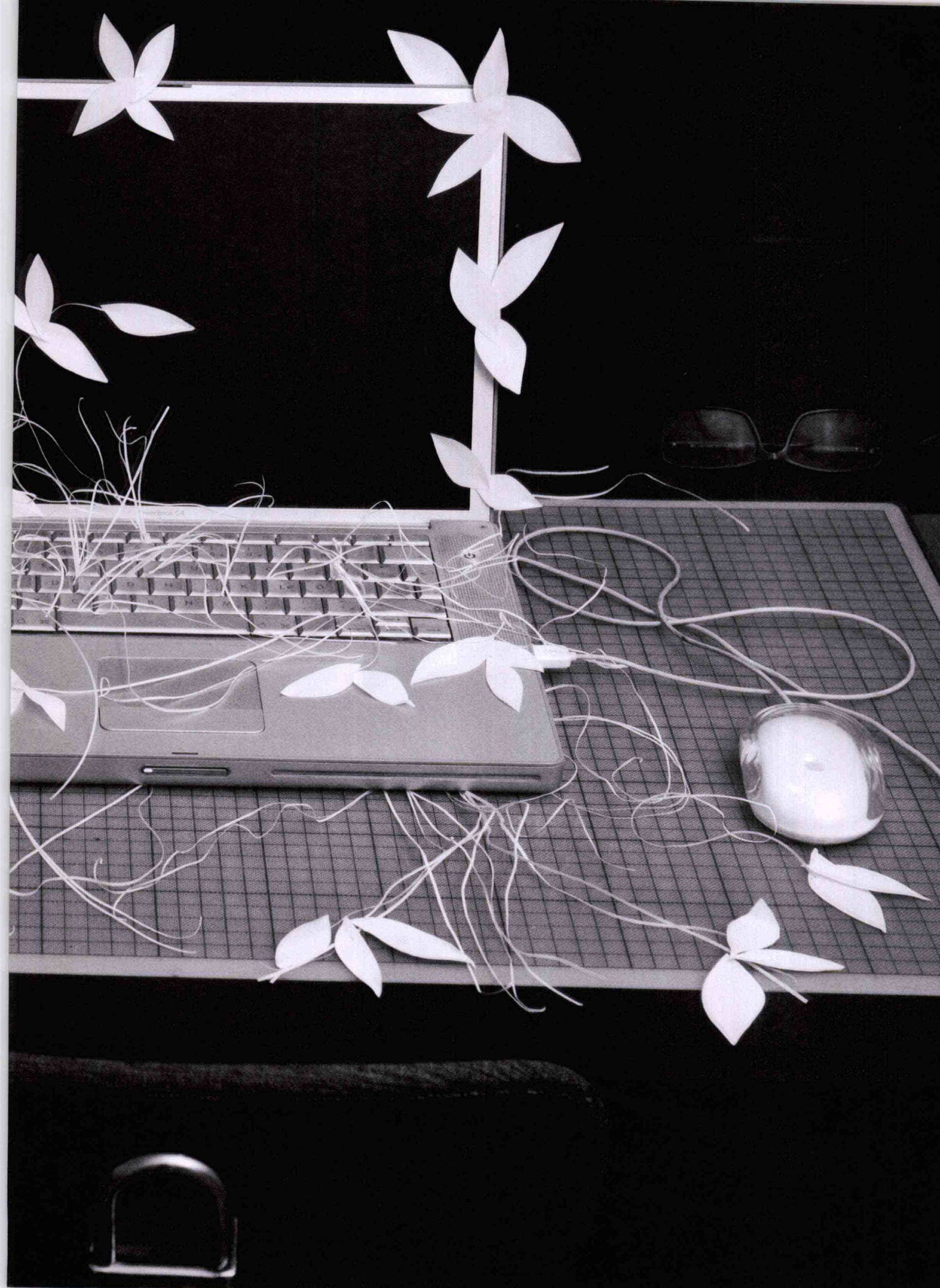
消费观潮流发展的趋势是，让自己在消费中得到享受和满足，而不是试图去改变什么。如今，消费者越来越认同“人性化这个概念是通过直观的美学而不是抽象的思维去了解的”。



如今，通过大量夸张、色彩斑斓的图片，已经难以让人们的世界产生很大的好奇心了。

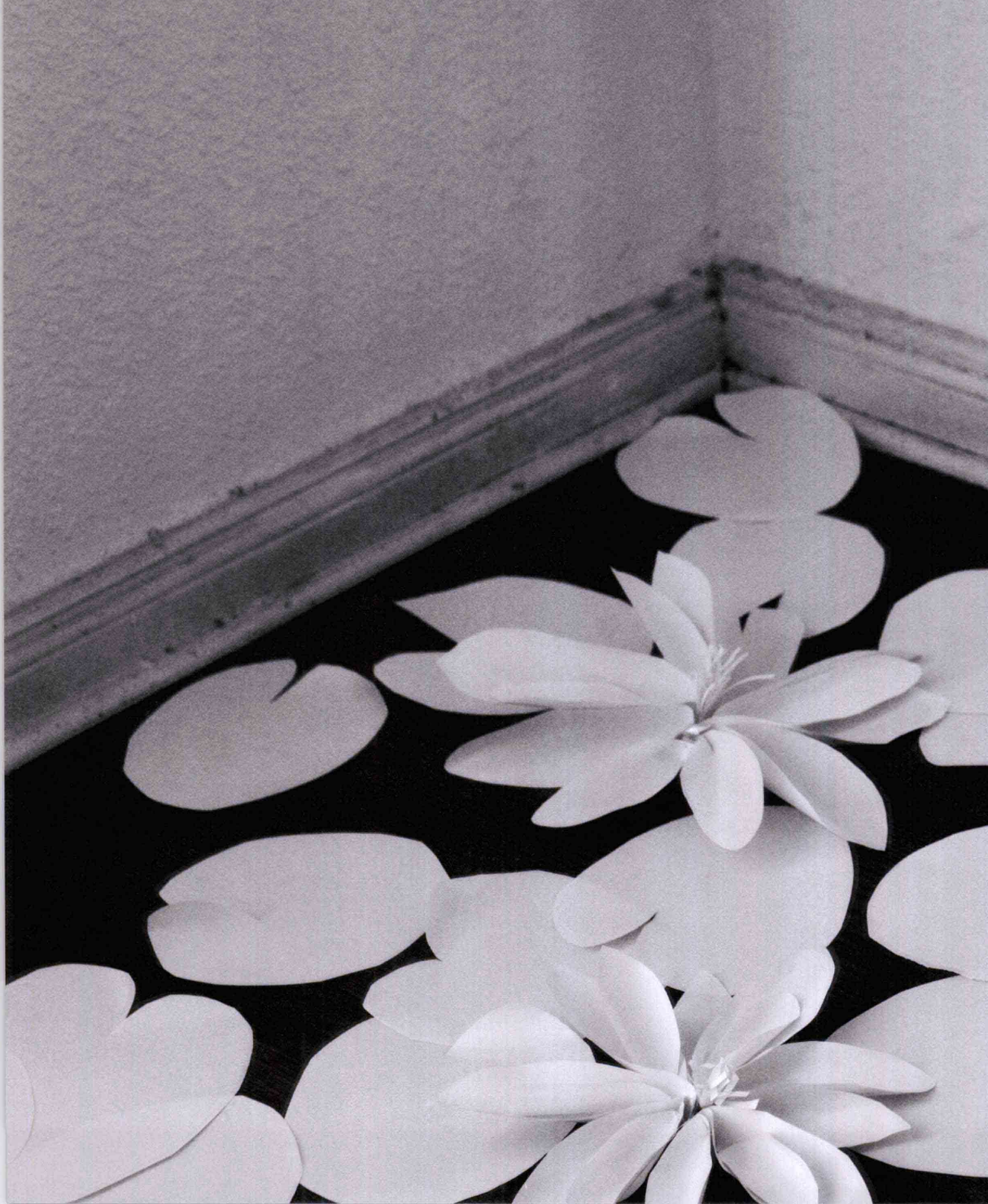
西蒙内塔·卡波娜欧(SIMONETTA CARBONARO) 203页





如果“绿色”只是一个象征性的空洞表达，那么它的出现毫无意义。

乌莎·波尔(USCHA POHL) 221页









乐活族（LOHAS）的消费意识与他们的前辈完全不同，他们并不违背生态保护，相反是要促进环保。他们正努力把享受生活和环保意识结合起来。

弗劳克·格达特（FRAUKE GODAT）206页