

悬崖下的小道

THE PATH UNDER CLIFF

经营橙果一路跌跌撞撞，
这个过程替我打开生命中的窗，
——那些以前从来没有带给我任何阳光的窗。

蒋友柏

著

我在“命运”赋予我的地貌上，
搭建我的舞台。
而这也是我的天堂，
很无趣，很简单，很真实。



THE PATH UNDER CLIFF

悬崖下的小道

蒋友柏 著

中国青年出版社

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

悬崖下的小道/蒋友柏著;—北京:中国青年出版社,2011.8

ISBN 978-7-5153-0120-4

I. ①悬… II. ①蒋… III. ①蒋友柏—生平事迹

IV. ①K825.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第148574号

北京市版权局著作权合同登记章 图字:01-2011-3016

策 划:胡守文

责任编辑:杜惠玲

插图作者:大 毛

装帧设计:瞿中华

出版发行:中国青年出版社

社址:北京东四12条21号

邮政编码:100708

网址:www.cyp.com.cn

编辑部电话:(010)57350504

门市部电话:(010)57350370

印刷:北京市十月印刷有限公司

经销:新华书店

开本:880×1230 1/32

印张:6.5 插页:1

字数:100千字

版次:2011年9月北京第1版

印次:2011年10月北京第2次印刷

定价:30.00元

本图书如有印装质量问题,请凭购书发票与质检部联系调换

联系电话:(010)57350337



和全家便利店合作推出「好神公仔」，在夏季掀起一波公仔热潮。

2007年7月

推出翔暮「贱兔手机」，融合时尚与生活乐趣。

2007年1月

捷安特 City Storm 正式上市，被抢订一空，开发自行车「生活风格族群」。(年约)

2006年11月

雷诺「T」车队，虎虎生风王者图腾。为四大守护圣兽的延续。

2006年6月

设计 Kuro mp3 player，兼具听觉与视觉享受的时尚配件。

2006年1月

SONY VAIO 计算机提包，创新一体成形与隐藏式拉链。

2006年6月

发表 Intel UMPC，符合年轻学生族群喜好。

2006年11月

城市装置艺术——台湾微软公益圣诞树。

2006年12月

与裕隆合作 BUICK CASA 车款内装，诉求让消费者可以时时刻刻被精品所环绕。(年约)

2007年6月

雷诺「T」车队，守护凤凰图腾现身，延揽四大守护圣兽概念。

2005年6月

2003年7月

橙果设计首次涉足房仲业，与信义房屋合作，推出家的守护者「阿义公仔」。

百家珍△设计及浓缩醋瓶标，瓶身设计。

正式成立白木顾问有限公司。

再度与全家便利商店合作，推出「噜游记公仔」。

Coolmaster 创立新品牌「CHOIX」

SOGO 太平洋百货环保购物袋，换购量10000个，在兑换当日即兑换完毕。

台北捷运律动表，原订数量3600支，因反应热烈，客户再度追加量产数量。

捷安特Cip台湾正式上市，目前全省缺货中。(年约)

和全家便利商店合作推出「好神公仔第二代」。

Casio EXILIM S-10 专属限量皮套组。

蒙恬名片王极致版。

蒋生活运动——两蒋文化系列第二波商品发表。第二波商品共3个系列：漫画超人、四字箴言、添色变脸。

2009年8月

蒋生活运动——两蒋文化系列首波商品发表。首波商品共4个系列：五星风采、傲骨风姿、历史对话、世纪爱情。

2009年6月

统一 Dr. Miller 我的时尚进行式新瓶新上市。

2009年5月

橙果设计首次跨界与殡仪服务业——万安生命合作，推出结合「疗愈」、「环保」概念的「天堂式场」，为现代殡仪服务写下新的里程碑。

2009年3月

橙果设计首次涉足金饰业，与金生金饰合作，于2009年情人节推出爱情小恶魔一系列的饰品。在设计上更是跳脱旧有的造型，赋予情人节不同的意义并能抢救更多的年轻消费族群。

2009年2月

为统一企业旗下的统一蛋糕创造一个全新的品牌形象。更在2009年的情人节推出「传情密码cupcake」，要突破过往情人节既定的送礼印象，让学生与年轻上班族有一个无负担又有创意的传情方式。

2009年2月

联合报太阳剧团 Alegria 欢跃之旅纪念商品上市。

2009年1月

微阁精品旅馆 Mega Funia! 大直馆开幕。不论在平面、空间及产品设计上，橙果设计都以趣味性的视觉、故事性的陈述带领消费者进入一个充满幻想的乐园。

2009年1月

上海家化在双妹 SHOWROOM 召开家化110周年庆记者会。其间展示了橙果设计作品：包袋、Fung 系列产品、限量图样丝巾、空间设计等。

2008年12月

与华漾大饭店合作打造「牡丹」&「Majestic」两款主题婚礼时尚宴设计。更领先同业，率先以高科技LED作为主题背板的发光材质，跳脱市场上既有的舞台设计。

2008年12月

喜事国际 MYSYAMING X 蒋友柏熊猫创意橱窗。

2008年11月

太平洋翡翠湾 LoveLocker 爱情锁正式发表。在太
福育乐全新的主题需求下，橙果设计团队回归爱情
本质，运用「因爱而锁」的概念进行产品设计发想。

意大利游乐世界吉祥物商品正式上市。

2010年6月

2010年6月

日本顾问担任 AEON 的品牌总顾问，掌握客户品牌的市场定位，
突破目前市场上既有的车厂垄断及消费者对 AEON 的无深刻认知。

味丹多喝水新瓶上市。橙果设计运用独到的视觉专业，
以及对于市场的高敏锐度，为 15 年历史的品牌注入新生
命，针对瓶身创造崭新的面貌，强化对消费者的吸引力。

2010年5月

2010年4月

AEON 新机车 80-15 于台北世贸机车展首次曝光。

白木顾问担任台湾烟酒的品牌总顾问，针对「二」的五大事业群作出
定位，让商品精实，提升市占率，重新让品牌价值与市场趋势接轨。

2010年3月

2010年1月

白木顾问担任震旦企业的品牌总顾问，为震旦企业重
新塑造企业形象，并将品牌重新定位为「中华品牌」。

戏谷 10 周年庆「将子求才」麻将公仔组。

2010年1月

2009年10月

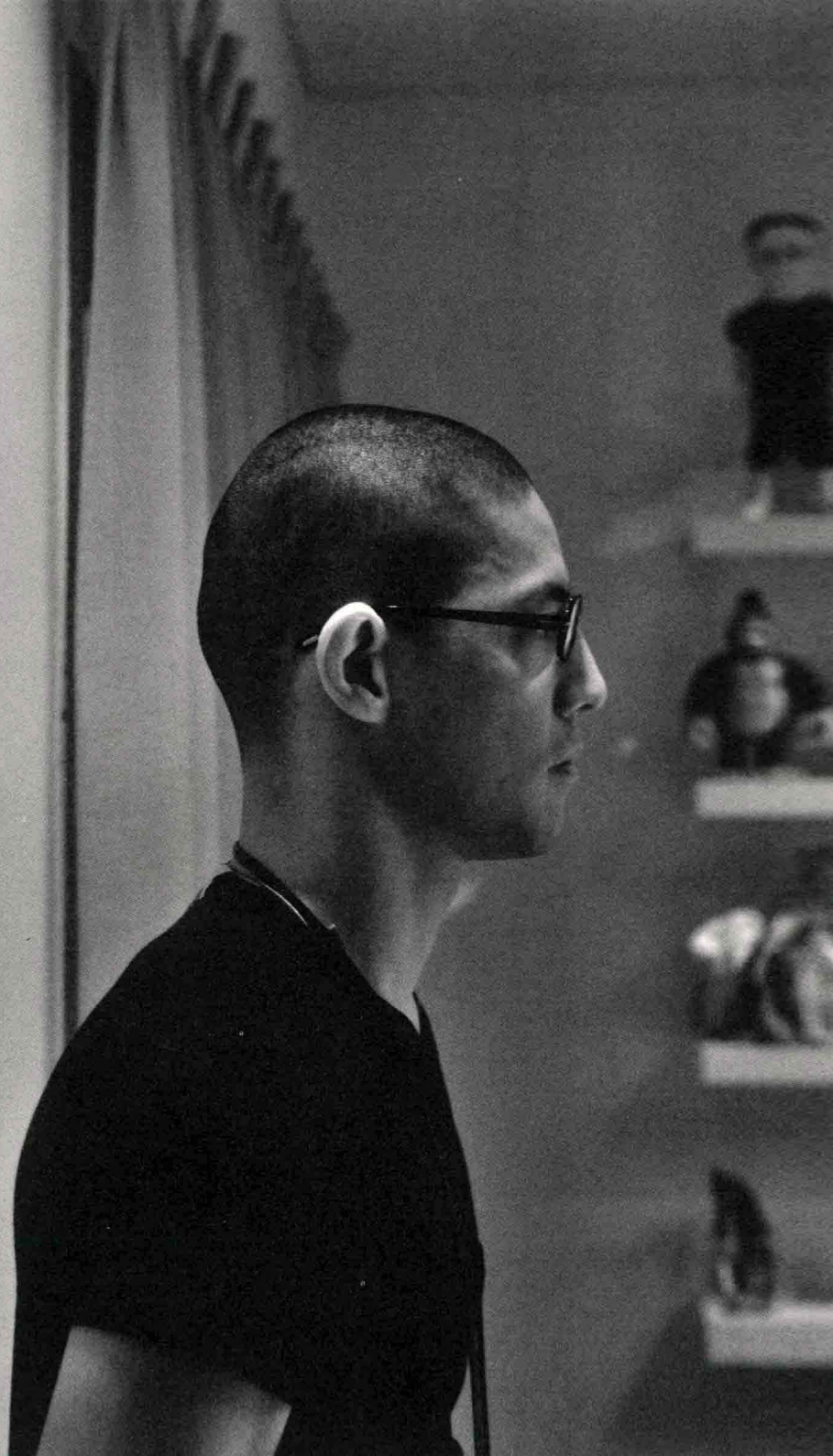
PLAYA 全新 PLAYA Orange 系列鞋款。橙果设计运用对
品牌独到的见解与坚持，重新诠释 PLAYA。限量 300 双经
典「造次，越域」两大系列，采用「多重跨界」概念，融入
跨时代复古风与现代感的经典元素，包括菱格纹、牛津雕纹，
搭配跨材质混搭，一鞋两穿，跨场合可正式、可休闲的风格。

深圳发展银行信用卡卡面设计陆续推出。

2009年9月

2009年9月

德记洋行精品茶礼上市。



D
E
M
O
S



两蒋文化系列

把两蒋“人”化，用一种自然的方式呈现“世纪爱情”和“历史对话”。



双妹系列

东情西韵，中西合璧，用新方式演绎老品牌。



好神公仔

民俗文化的深刻体验，让传统精品化、年轻化。



酷库熊

针对年轻人的电脑赠品，造型独特，具有独一无二的收藏价值。



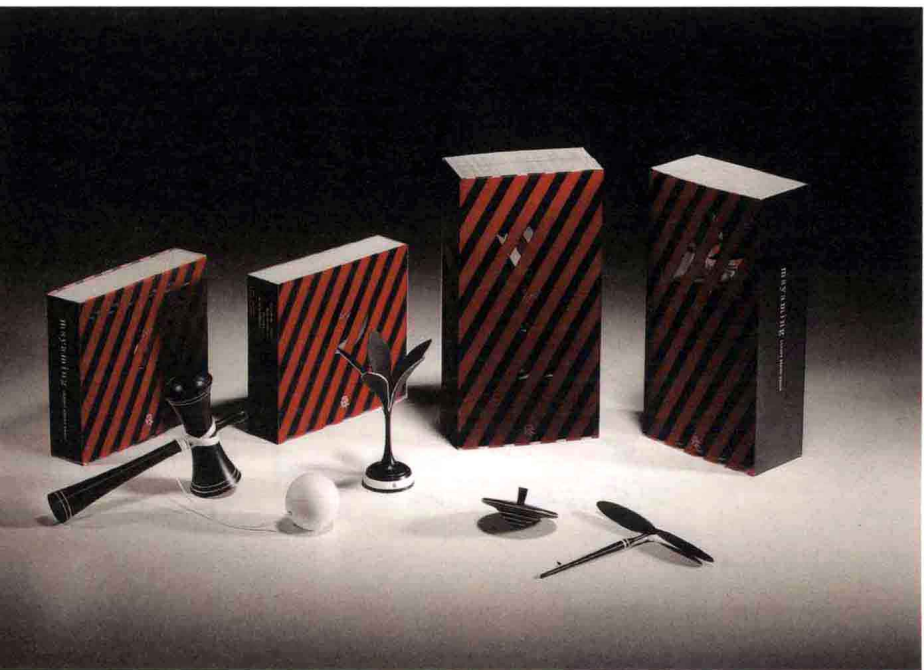
茶壶杯具礼盒

以灯笼这一茶楼象征为设计主轴，轻透温润的新骨瓷、外盒上茶水流动般的水墨笔触和光影折射，尽显新中国风的人文意境。



精品茶礼

引用陆羽《茶经》为瓷罐釉烧作装饰，木纹锦盒采用古籍意象营造饮茶氛围，以此表现茶文化的高深以及对茶叶质量的坚持。



时尚童玩

毽子、竹蜻蜓、陀螺、日月球，“一年四季，一生四戏”，东方的传统与西方的摩登，让童趣注满人生的不同阶段和不同场合。

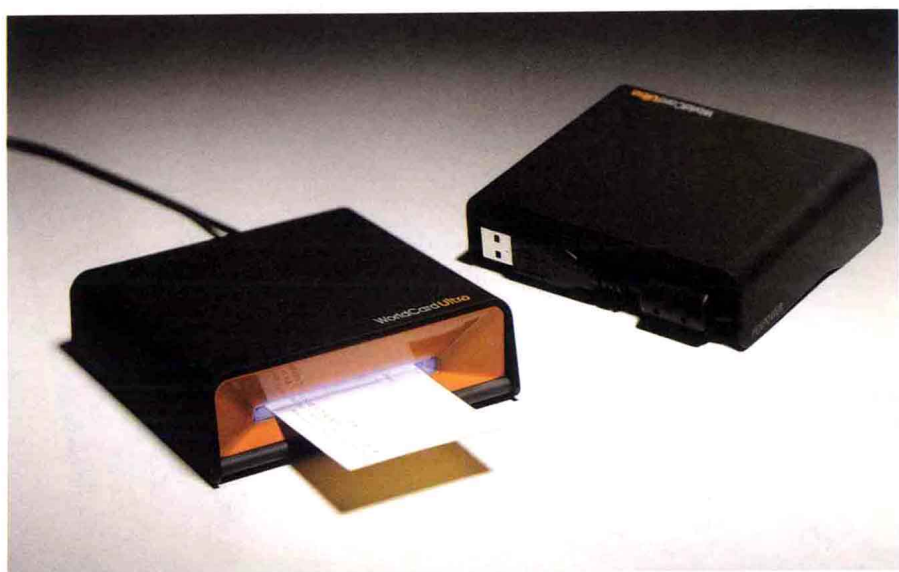


守护凤凰



从中国历史中寻找灵感和故事，
大大提升设计价值和文化意义。

虎虎生风



名片王极致版

别具吸引力的外型，简化的使用流程，让其突破定价的门槛。



Life style 系列

时尚与运动连接，舒适方便的骑乘
体验，兼顾安全、轻量与防盗。

