

「目」
佐藤大 著
邓超 译

問題解決ラボ

「あつたらいいな」をかたちにする「ひみめき」の技術

佐藤大：



用设计解决问题

北京时代华文书局

佐藤大：

〔目〕 佐藤大 著
Oki Sato 邓超 译

用设计解决问题

問題解決ラボ

「あつたらしいな」をかたちにする「ひらめき」の



北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

佐藤大：用设计解决问题 / (日) 佐藤大著；邓超译。

— 北京：北京时代华文书局，2016.5

ISBN 978-7-5699-0856-5

I . ①佐… II . ①佐… ②邓… III . ①产品设计 - 研究 - 日本 IV . ①TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 046556 号

北京市版权著作权合同登记号 图字：01-2015-7197

MONDAI KAIKETSU LABO by Oki Sato

Copyright © 2015 Oki Sato

Simplified Chinese translation copyright © 2016 by Beijing Time-Chinese Publishing House Co., Ltd.

All rights reserved.

Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with Diamond, Inc.

through Beijing GW Culture Communications Co., Ltd.

佐藤大：用设计解决问题

著 者 | [日] 佐藤大

译 者 | 邓 超

出 版 人 | 杨红卫

统筹监制 | 武 学

选题策划 | 范 炜

责任编辑 | 范 炜

装帧设计 | 程 慧 孙丽莉

责任印制 | 刘 银

出版发行 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮 编 | 100011 电 话 | 010 - 64267120 64267397

印 刷 | 北京顺诚彩色印刷有限公司 010 - 69499689

(如发现印装质量问题，请与印刷厂联系调换)

开 本 | 880 × 1230mm 1/32

印 张 | 8

字 数 | 230 千字

版 次 | 2016 年 6 月第 1 版

书 号 | 978-7-5699-0856-5

定 价 | 48.00 元

序言

运用设计视角，发现真正的课题

在国外出差，如果走进卫生间就发现一个小便池里居然有大便，请问大家会有什么样的感觉呢？如果是我，一定会分析出现这种状况的原因：

1. 当时特别着急，不得已而为之；
2. 文化差异造成的；
3. 只是一个不经意的小错误。

大家好，初次见面，非常感谢大家捧场，我是设计师佐藤大。

首先，我理解的“设计”，就是不错过日常生活中任何一件看似平常的小事，用心观察并分析，然后从中发现新的灵感。所以，当我在哥本哈根的这间厕所看到刚才讲述的场面时，绝对无法视而不见。

当然，我说的“视而不见”不是指冲厕所这事儿。

不管出现这种状况的真正原因到底是哪一个，都不难想象，无论是

一不小心看到的人，还是莫名其妙被看到的人来说，一定都留下了心理阴影，并且久久难以释怀。说不定事后还会忍不住在心里琢磨，那个人到底是用怎样的姿势在小便池里大便的呢？

这时候，我突然想到，自从 1596 年约翰·哈林顿（John Harrington）先生发明了抽水马桶之后，马桶的设计几乎一直未曾发生变化。

我观察了 19 世纪后半叶左右的马桶，发现现在我们用的马桶跟当时的比起来，几乎是一模一样的。事实上，如果我们摒除“马桶就应该是这样”的固有思路，就可以设计出完全不一样的马桶了吧。

我每天日常的工作，就是每当看到一件事，首先分析原因，然后把可能的前因后果都捋一遍，然后再将整个思路完整地存入自己的灵感素材库。

现在 nendo 同时进行的，有大约来自 70 家企业的 300 多个项目。我们的业务范围很广，不仅有室内设计、家具、家电产品、生活百货、产品包装等，还有企业 logo 等平面设计，有时也做品牌推广或站前开发等综合性业务。

不管是哪一类的设计，重要的都是如何通过提出全新的观点来解决眼下存在的问题。无论是一粒小小的糖果还是一栋高大的建筑，在设计中要思考的问题，其实没有太大差别。

只有像这样从崭新的角度出发来想办法解决问题，才算得上是用“设计视角”思考。

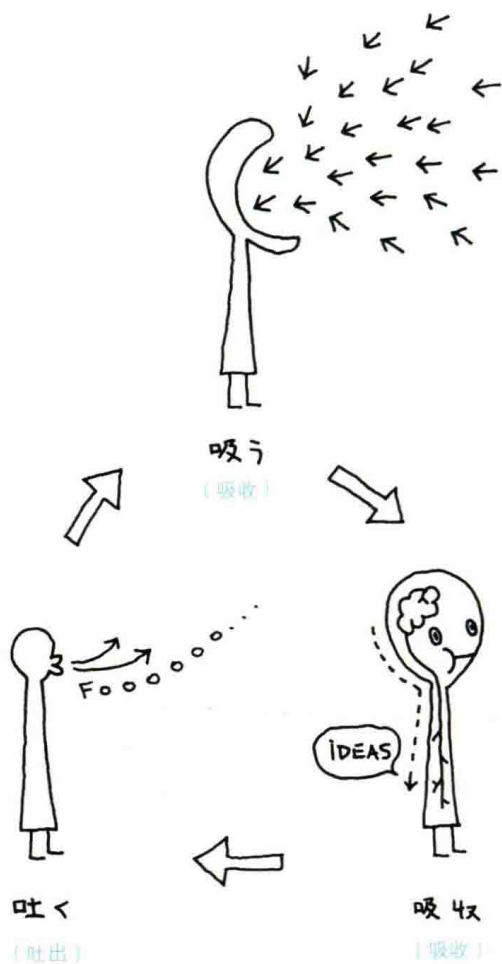
设计师要做的，是必须从眼前一团乱麻的问题中发掘事物完全不同的另一面，让灵感不再匮乏，而是喷涌而出，并从中摸索解决问题的新思路。只有这样，才可能找到有效的解决方案。

基于以上原因，我将本书内容分为了“发现问题”“灵感闪现”“解决问题”“传达思路”“进行设计”五个章节。在这些章节中，我会提到很多实用的技巧。另外，其中的每一个技巧，我都不只讲述了其外在，还为大家准备了补充外在的“内在”。

在这里需要提前强调的是，我所说的“设计视角”并非是只有设计师才能用到的特殊技巧，可以说对所有苦思而不得解的人和问题来说，这种思维方式都暗含着很多能刺激灵感的东西。

我也一样，在刚开始设计某个事物的时候，脑海中往往并没有什么思路，空空如也。

希望读者朋友们能放空心态来看这本书，看完后，若是能在百无聊赖的日常生活中更敏锐地捕捉那些隐藏的小小创意，我就满足了。



就像人类通过毛细血管吸入氧气一样，我们每一天也都在吸收着来自外界的各种灵感。只有彻底地“呼出”，放空自己，才能吸收到更多。

問題
解決
ラボ

目录

CONTENTS

佐藤大：用设计解决问题

第一章

运用“设计视角”发现真正的“问题”

——佐藤氏“发现问题”讲座

- 01 真正的问题，隐藏于语言的背后 / 002 /
- 02 必要的是，“半步”之前出现的感觉 / 006 /
- 03 从偶然的不便中，发现“相见恨晚”的东西 / 009 /
- 04 从“小小的灵机一动”发现课题——串联构思法 / 014 /
- 05 通过二次审视，发现更丰富的信息——关于“超·慢阅读法”
的建议 / 018 /
- 06 比起“完美无瑕”，“笨拙可爱”反而更容易让人印象深刻 / 022 /
- 07 尝试一些与设计无关的事情，会有新发现 / 026 /
- 08 锻炼大脑，使偶然变成启示 / 030 /
- 09 每一个机会，都是“三层构造”的——让好运常在的方法 / 034 /

第二章

用“设计视角”寻找“相见恨晚”的灵感

——佐藤氏“创意量产”研究

- 01 创意不是想出来的——运用“模糊扫视”的方法，改变角度 / 040 /
- 02 想出创意固然重要，但培养“创意型素质”更关键 / 044 /
- 03 有时候，“即视感”也能成为“武器” / 048 /
- 04 用反转“图”与“地”的方法，打磨创意 / 052 /
- 05 将各种“理所当然”搭配，找到“菜单”中没有的创意 / 056 /
- 06 利用零碎笔记，让灵感产生化学反应 / 060 /
- 07 越是不成熟的画面，越可能有创意正在“发酵” / 064 /
- 08 简单三步，助你实现灵感“输入”与“输出”的良性循环 / 069 /
- 09 用幻想激发更多的点子 / 073 /
- 10 运用“遗忘的技巧”，将下一个创意装进脑海 / 077 /
- 11 “尽早犯错”和“无论如何先跳到第二选项” / 081 /
- 12 安装几个可以让大脑感到“舒适”的开关 / 085 /
- 13 有了 99% 的逻辑思考，才有最后 1% 的感觉 / 089 /

第三章

运用“设计视角”，真正的“解决办法”自会浮现

——佐藤氏“解决问题”研究

- 01 循序渐进，打破规则 / 096 /
- 02 “正解”往往存在于不安和安心的狭缝之中 / 100 /
- 03 有意识地背叛，让“思考得以自由”——寻找新答案的方法 / 104 /
- 04 如何质疑常规——不要“1+1”，而是要 1/2 / 108 /
- 05 如何优雅地进行“改编” / 112 /
- 06 尝试从出彩的“配角”开始思考 / 116 /
- 07 把事物连成线，答案自然会出现 / 120 /
- 08 先扬长，后“差异化” / 124 /
- 09 站在“巅峰”的逆运算——设计路线，解决问题 / 128 /
- 10 分清什么是“任性”，什么是“坚持” / 132 /

第四章

运用“设计视角”才能“打动人心”

——佐藤氏“表达方式”讲座

- 01 那个创意，能在电话里清楚地讲给朋友的妈妈听吗？ / 138 /
- 02 产品即信息——一切都要看“用谁的视角传达” / 143 /
- 03 时常反省，是否为正确传达而努力过 / 147 /
- 04 将看不见的物体“可视化”，诉诸“五感” / 151 /
- 05 区分“用户是怎样看待的”和“想如何被看到” / 156 /
- 06 摸透对方“适合”什么 / 160 /
- 07 设计不需要多么奇特——运用“借喻”思考，训练“比喻”的技巧 / 165 /
- 08 无论是怎样的高科技，能否传播都要看是否能与虚拟事物完美结合 / 169 /
- 09 品牌即信赖——要知道，借来之物往往会起反作用 / 173 /
- 10 品牌即信赖——其二，缺点也要诚实传达 / 177 /
- 11 语言的表现力对设计的影响 / 181 /
- 12 通过“模型化”，观察长处和短处 / 184 /
- 13 “发信力”决定设计力 / 188 /

第五章

运用“设计视角”发现隐藏的“价值”

——佐藤氏“设计”讲座

- 01 从本质上讲，设计是一种“表达”手段 / 194 /
- 02 设计所能解决的问题，正变得越来越多 / 199 /
- 03 所谓“灵感”，取决于能否从肉眼看不到的事物之中寻求价值 / 203 /
- 04 如何分辨“赏心悦目的设计”和“令人恶心的设计” / 207 /
- 05 设计的“领域”时时在发生变化 / 212 /
- 06 如何更加热爱工作 / 217 /
- 07 做设计，不一定是作品越优秀越好 / 221 /
- 08 如果没有做好心理准备，是很容易被人看穿的 / 225 /
- 09 设计、消费水平、世界经济三者之间的可悲关系 / 229 /
- 10 匠人型的思路是无法实现突破性进展的，只有“创意型”才可以 / 233 /

结束语 / 237 /

第一章

运用『设计视角』发现真正的『问题』

——佐藤氏『发现问题』讲座

0 1

真正的问题，隐藏于语言的背后

大学毕业后，我创建了自己的设计事务所 nendo，到如今，差不多十三年了。

对于如何经营一家设计事务所，大家可能不是很了解。事实上，想要做一间设计工作室并不难，它不需要特别好的硬件设备，也不需要开在特别繁华的位置。正常情况下，一间普通的设计事务所，只需要做好客户委托的项目，获得相应的报酬即可。

但在实际经营一间设计事务所的过程中，常常遇到的左右为难的困境，也就是“越努力，越难以保证盈利”。

具体而言，就是我们越是想要通过全新的思路来进行设计，越需要投入大量的时间和精力。因为全新的点子一般很难通过已有的素材得以实现，需要花费大量的时间反复做调研和查证工作。相反，如果只是将显眼的部位稍作“装饰”，只要过了客户那一关，让他们看了满意，就