

鯨魚
在噴水。

T
A
K
U
S
A
T
O
H

佐藤卓



鲸鱼在喷水。

T
A
K
U
S
A
T
O
H

佐藤卓

图书在版编目 (CIP) 数据

鲸鱼在喷水 / (日) 佐藤卓著; 蔡青雯译. -- 北京: 中信出版社, 2014.11

书名原文: クジラは潮を吹いていた。

ISBN 978-7-5086-4734-0

I. ① 鲸… II. ① 佐… ② 蔡… III. ① 艺术—设计 IV. ① J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 182697 号

クジラは潮を吹いていた。

佐藤 卓 著

日本語版発行人 株式会社 DNP アートコミュニケーションズ

無断複製不許可

Copyright © 2006 by DNP Art

Original Japanese language edition published in 2006 by DNP Art Communications

Chinese (simplified Chinese character only) translation copyright © 2014 by China CITIC Press

Chinese (simplified Chinese character only) translation rights arranged with DNP Art Communications

through the DON-CHINESE MEDIA GATEWAY

All rights reserved.

本书仅限中国大陆地区发行销售

本书经日本讲谈社株式会社授权出版

鲸鱼在喷水

著 者: [日] 佐藤卓

译 者: 蔡青雯

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 北京盛通印刷股份有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32 印 张: 11 字 数: 67.2千字

版 次: 2014年11月第1版 印 次: 2014年11月第1次印刷

京权图字: 01-2013-6400 广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号

书 号: ISBN 978-7-5086-4734-0/J·20

定 价: 58.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

目录

- 012 经验的设计 | 一甲纯麦芽威士忌 (1984年)
- 016 小堆 | 一甲桶酿威士忌 (1985年)
- 020 质疑概念 | 蜜丝佛陀 fec. 系列化妆品 (1986年)
- 024 失败的委托案 | 一甲玉米 & 黑麦威士忌 (1987年)
- 028 一点点的设计语言 | 蜜丝佛陀薄荷系列化妆品 (1987年)
- 032 以进化为前提的设计 | 湖池屋味辣姆久薯片 (1989年)
- 036 “便利”带来的损失 | 会津清川有机农法纯米酒 (1989年)
- 040 以颜色作为“招牌” | 日东超市茶包 (1989年)
- 044 举止的设计 | 佳丽宝口红 ROUGE'90 (1990年)
- 048 色彩的勾玉 | 美宝莲彩妆 (1990年)
- 052 自己的工具 | 佐藤卓设计事务所的海报 (1991年)
- 056 科技带来的可能性 | 《内景》杂志海报 (1991年)
- 060 设计的轴心 | 卡乐比玉米片 (1991年)

- 064 消失的设计 | 可尔必思乳酸饮料 (1993年)
- 068 建构甲类烧酌现代设计 | 宝酒造的委托案 (1992年)
- 072 多目的的形状 | 宝酒造回收酒瓶 (1993年)
- 076 日本美式设计 | 福乐冰激凌 (1992年)
- 080 艰难时代的艰难选择 | BANCO 绘图工具 (1989年)
- 084 一个人的眼光 | 高丝蔻丝魅宝系列化妆品 (1993年)
- 088 “不知道”设计 | 大正制药 ZENA 营养饮料 (1992年)
- 092 有意义的形状 | 富士银行收银盘 (1993年)
- 096 “后来”的设计 | 重建 (1993年)
- 100 日本第一支多米尼加舞乐乐团 | 阿拉斯加乐团 (1997年)
- 104 垂涎欲滴的设计 | 食品的包装 (1986年)
- 108 联系人和人之间的设计 | 乐天口香糖薄荷系列 (1994年)
- 116 小小的整理整顿 | 东洋水产的委托案 (1994年)

- 120 声音的影像 | 铂傲海报 BANG & OLUFSEN (1995 年)
- 124 “日本人”这个主题 | 圣保罗美术馆展览会海报 (1995 年)
- 128 世界第一轴心 | 和纸堂《和纸文化辞典》(1995 年)
- 132 日本的饮食文化和保鲜盒 | 保鲜盒 (1996 年)
- 136 企业的介面 | 林原生物化学研究所 (1991 年)
- 140 为创作人而进行的设计 | 作品集的委托案 (1991 年)
- 144 设计的隐喻 | 乐天木糖醇口香糖 (1997 年)
- 150 你已经知道了 | 千鸟屋的委托案 (1997 年)
- 154 未知世界的设计 | 大王制纸 怡丽卫生巾 (1997 年)
- 158 我在这里 | 卫材嘉龄霜 (1999 年)
- 162 封存的设计 | 封存设计 (1998 年)
- 166 设计的符号性 | 轩尼诗 NA-GEANNA (1998 年)
- 170 望着兄长的身影, 设计弟弟 | 轩尼诗 CLASSIQUE (1999 年)

- 174 消失这件事情 | 菲婷资生堂的委托案(1994年)
- 178 寄托在一张海报上的想法 | 冲浪主题海报(1999年)
- 182 设计风土 | OKESA 制果“柿之舞”甜品(1999年)
- 186 满怀感激的赠礼 | 志贺昆虫(1999年)
- 190 抽出记忆的包装 | P.G.C.D.化妆品(2000年)
- 194 理解环境,发现共有事项 | RMK 肌肤保养系列(2000年)
- 198 操作记忆的实验 | 东京艺术指导俱乐部大展2000(2000年)
- 206 方便运用的舞台 | 《日经设计》杂志设计(1999年)
- 210 衍生无限可能性的两点 | 蓝色音符adding:blue酒吧餐厅(2001年)
- 214 脑中的交集点 | BS朝日电视台标志(2000年)
- 218 “原有风味”的设计 | 明治乳业的委托案(2001年)
- 222 设计是什么 | “设计的解剖”展(2001年)
- 230 以使用为目的的设计 | 狮王香皂(2002年)

- 234 看得见、看不见的设计 | 大塚食品的委托案(2002年)
- 238 以“自己”为标准的少量产品设计 | 远东眼镜(2003年)
- 242 小委托案的小常识 | 许愿的☆☆☆☆☆金平糖果盒(2003年)
- 246 配角的设计 | 孟买蓝宝石金酒展示架(1992年)
- 250 之间的形状 | 高田汽车安全装置视觉识别设计(2003年)
- 254 设计的“辨别” | 明治制果“身体导航”系列保健品(2003年)
- 258 工作的速度 | ± 0 家用产品设计品牌形象(2003年)
- 264 消失的“光的重组” | 宝酒造碳酸饮料(2003年)
- 268 设计的诊疗 | 神户可乐饼(2003年)
- 272 电视节目的设计 | NHK教育台“日语游戏”节目策划(2003年)
- 278 成长的记号 | 金泽21世纪美术馆标志(2004年)
- 282 潜藏于日常的事物 | 理发店标志设计(1996年)
- 288 70公分的设计 | 理木展览设计(2004年)

292	身份识别的发现		三宅一生设计文化基金会视觉识别设计(2004年)
296	设计和关键词		“三宅褶皱”杂志广告(2005年)
300	内含多项信息的简单形状		首都大学东京视觉识别设计(2005年)
304	只是其中一部分的认知		日本电报电话公司都科摩P701iD手机设计研发(2005年)
310	日本的设计		北连农业协同组合联合会“八十九”(2005年)
314	不是创造附加价值,而是创造价值		S&B食品“草药香料”系列(2006年)
318	知识与智慧的轮廓		北海道大学视觉识别设计(2006年)
322	记号的历史		商标(1991~2006年)
326	冲浪		
330	鲸鱼在喷水		
336	后记		
338	相关人员名录		

鲸鱼在喷水。

T
A
K
U
S
A
T
O
H

佐藤卓

诚实的设计最打动人心

我留意佐藤卓的作品已是多年前的事情，但真正认识佐藤卓是在2006年国际平面设计师协会（AGI）日本年会的时候。那天应该是在京都，所有AGI会员都在一所和式榻榻米的宾馆内，聆听10位受邀会员的演讲，佐藤先生就是其中的一位演讲者。大家对他所介绍的乐天口香糖案例做出了比较强烈的反应，西方设计师对东方哲学及东方式的幽默有时真的摸不着头脑，我身旁的一位德国会员还问我，日本人真的会留意企鹅小小的变化吗？

这些看似微小的改动正反映了如今日本设计的主流变化，过度包装的时代已经过去了，令人眼前一亮、5秒内征服眼球的设计也变得过时，夸张手法的使用也越来越少。喜欢冲浪的佐藤先生认为现代包装除了凸

显产品的优点，更重要的是赋予产品生命及“魅力”。“明快”是任何好包装应有的基本元素，如今日本消费市场能够运用这种理念和风格而成功的，谈何容易！在日本有个市场名词——“千分一”，意思是在残酷的淘汰战中，1000种商品里能够生存的只有1种，这不是日剧的情节，而是活生生的市场竞争！

好的设计不用太多花招，重内涵，重细节，而且还要诚实地与消费者沟通。诚实，这个词用得很有意思！在中国今天的消费市场里，充满着令人不愉快的夸张手法和不诚实的现象，从产品、广告到营销，受害者不单是消费者，商品制造者最后也会声名狼藉。烟酒、茶叶、月饼等礼品包装更有架屋迭床的设计趋势，与简、美、诚的要求也渐行渐远，佐藤先生的《鲸鱼在喷水》不单给中国设计师提供了一种新的设计思维，更重要的是给消费者一次当头棒喝！从一甲纯麦芽威士忌、明治牛奶到大家都熟识的乐天口香糖，从创作理念、设计过程到满足难搞的客户的经历，这本书既是丰富的知识宝库，也是令人回味的动人小品，我诚心推荐给每一位设计人。

李永铨 Tommy Li

前言

以前我总觉得平面设计师这个职业可有可无。可是，最近我开始产生不同的想法。随着工作范围越来越广泛，我越来越能够正视这个职业的称谓了。什么都行的万事通令人难以相信。比如我总觉得在没有国别菜式限定的餐厅中，无法尝到真正美味的料理。万事通往往对自己非常宽容，进而纵容自己的工作。虽然这个世上或许存在着纵容有理的工作，但是我不想成为那样的设计师。

最近，我有幸参与了各式各样的工作。然而万事起头难——在广告工作的第一线，最初我全部精力都投注在牢记每件事情上，如牢记震撼力十足的照片、牢记意义深远的文字设计等。无论是海报、报纸广告、杂志广告和电车车厢内广告，或只是将文字排列整齐、

搭配已经耗尽心力的广告宣传单排版等，我都来者不拒，向左或向右微调文字的细节也都是亲力亲为。换言之，平面设计的基本功都是在广告制作的第一线磨炼而成的。在工作现场获得的一点一滴的经验，在体内构成了量尺，逐年刻画记录。这道量尺能够适用在任何地方，这道“设计的尺”能够放诸四海皆准。因此，我才逐渐认同了这个职业，最近我终于能够毫不迟疑地介绍自己是平面设计师了。

天底下没有一蹴而就的工作，反而总是必须经由一再地讨论，才能向前推进。本书的重点在于我所参与过的工作，尤其是在决定设计方向时，自己印象深刻的部分。书中多是叙述日常理所当然之事，希望能够给各位读者提供在闲暇之余轻松阅读的乐趣。

佐藤卓

目录

- 012 经验的设计 | 一甲纯麦芽威士忌 (1984年)
- 016 小堆 | 一甲桶酿威士忌 (1985年)
- 020 质疑概念 | 蜜丝佛陀 fec. 系列化妆品 (1986年)
- 024 失败的委托案 | 一甲玉米 & 黑麦威士忌 (1987年)
- 028 一点点的设计语言 | 蜜丝佛陀薄荷系列化妆品 (1987年)
- 032 以进化为前提的设计 | 湖池屋味辣姆久薯片 (1989年)
- 036 “便利”带来的损失 | 会津清川有机农法纯米酒 (1989年)
- 040 以颜色作为“招牌” | 日东超市茶包 (1989年)
- 044 举止的设计 | 佳丽宝口红 ROUGE'90 (1990年)
- 048 色彩的勾玉 | 美宝莲彩妆 (1990年)
- 052 自己的工具 | 佐藤卓设计事务所的海报 (1991年)
- 056 科技带来的可能性 | 《内景》杂志海报 (1991年)
- 060 设计的轴心 | 卡乐比玉米片 (1991年)

- 064 消失的设计 | 可尔必思乳酸饮料 (1993年)
- 068 建构甲类烧酌现代设计 | 宝酒造的委托案 (1992年)
- 072 多目的的形状 | 宝酒造回收酒瓶 (1993年)
- 076 日本美式设计 | 福乐冰激凌 (1992年)
- 080 艰难时代的艰难选择 | BANCO 绘图工具 (1989年)
- 084 一个人的眼光 | 高丝蔻丝魅宝系列化妆品 (1993年)
- 088 “不知道”设计 | 大正制药 ZENA 营养饮料 (1992年)
- 092 有意义的形状 | 富士银行收银盘 (1993年)
- 096 “后来”的设计 | 重建 (1993年)
- 100 日本第一支多米尼加舞乐乐团 | 阿拉斯加乐团 (1997年)
- 104 垂涎欲滴的设计 | 食品的包装 (1986年)
- 108 联系人和人之间的设计 | 乐天口香糖薄荷系列 (1994年)
- 116 小小的整理整顿 | 东洋水产的委托案 (1994年)

- 120 声音的影像 | 铂傲海报 BANG & OLUFSEN (1995 年)
- 124 “日本人”这个主题 | 圣保罗美术馆展览会海报 (1995 年)
- 128 世界第一轴心 | 和纸堂《和纸文化辞典》(1995 年)
- 132 日本的饮食文化和保鲜盒 | 保鲜盒 (1996 年)
- 136 企业的介面 | 林原生物化学研究所 (1991 年)
- 140 为创作人而进行的设计 | 作品集的委托案 (1991 年)
- 144 设计的隐喻 | 乐天木糖醇口香糖 (1997 年)
- 150 你已经知道了 | 千鸟屋的委托案 (1997 年)
- 154 未知世界的设计 | 大王制纸 怡丽卫生巾 (1997 年)
- 158 我在这里 | 卫材嘉龄霜 (1999 年)
- 162 封存的设计 | 封存设计 (1998 年)
- 166 设计的符号性 | 轩尼诗 NA-GEANNA (1998 年)
- 170 望着兄长的身影, 设计弟弟 | 轩尼诗 CLASSIQUE (1999 年)