

可土和式

佐藤可土和

天野祐吉

本书采用传统法式装帧（French binding）

未裁开的部分请用裁纸刀裁开后阅读

〔日〕天野祐吉 〔日〕佐藤可土和 著 朱静雯 译

可土和式

佐藤可土和

天野祐吉

「日」天野祐吉 「日」佐藤可土和 | 著
朱静雯 | 译

图书在版编目(CIP)数据

可土和式 / (日) 天野祐吉, (日) 佐藤可土和著;
朱静雯译. — 南京: 江苏凤凰文艺出版社, 2017.6
ISBN 978-7-5399-8290-8
I. ①可… II. ①天… ②佐… ③朱… III. ①广告艺
术—设计 IV. ①J534.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 035429 号

KASHIWA SHIKI by YUKICHI AMANO and KASHIWA SATO
Copyright © YUKICHI AMANO and KASHIWA SATO, 2010 All rights reserved.
Original Japanese edition published by Amano Yukichi Sagyoshitsu

Simplified Chinese translation copyright © 2017 by Jiangsu Phoenix Literature and Art Publishing, Ltd.
This Simplified Chinese edition published by arrangement with Amano Yukichi
Sagyoshitsu, Tokyo, through HonnoKizuna, Inc., Tokyo, and Future View Technology Ltd.

江苏省版权局著作权合同登记号—图字: 10-2016-588号

可土和式

作者 [日] 天野祐吉 [日] 佐藤可土和
译者 朱静雯

出品人 黄小初
责任编辑 朱涛
日文版设计 [日] 佐藤可土和
中文化设计 朱涛
编务 叶蔚林
责任校对 闻艺

出版发行 江苏凤凰文艺出版社
出版社地址 南京市中央路165号 邮编 210009
出版社网址 <http://www.jswenyi.com>
<http://fhtzts.tmall.com>
印刷 江苏凤凰新华印务有限公司
开本 889毫米×1194毫米 1/32
印张 4.75
字数 96千字
版次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5399-8290-8
定价 35.00元

版权所有 侵权必究

营销电话: 025-68520896

地址: 南京市栖霞区紫东路1号紫东国际创意园F2栋4楼
江苏凤凰文艺出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

可士和式

- | | | | |
|-----|-------------------------|-----|----------------------------------|
| 第一章 | 可士和式品牌设计 | 5 | 为无形的物品打造形象，
明治学院大学的品牌设计。 |
| 第二章 | 解构广告的广告 | 49 | 媒体广告万能的时代已经终结。
环境也能变成广告媒介。 |
| 第三章 | 走向创意的明天 | 75 | 从糸井重里到大贯卓也，
广告革新每隔10年掀起一次新浪潮。 |
| 附 章 | 佐藤可士和长篇访谈录
岛森路子（采访者） | 109 | 纵观独特的创意，
探究设计的实质与可能性。 |
| | 制作者名单 | 145 | |
| | 创造与评论（代后记） | 147 | 天野祐吉×佐藤可士和 |

可土和式

佐藤可土和

天野祐吉

「日」天野祐吉 「日」佐藤可土和 | 著
朱静雯 | 译

试读结束：

江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING, LTD



凤凰天舟荣誉出品
HONORARY PRODUCT PRESENTED BY
PHOENIX TANGZHUO

请购买：www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

可土和式 / (日) 天野祐吉, (日) 佐藤可土和著;
朱静雯译. — 南京: 江苏凤凰文艺出版社, 2017.6
ISBN 978-7-5399-8290-8
I. ①可… II. ①天… ②佐… ③朱… III. ①广告艺
术—设计 IV. ①J534.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 035429 号

KASHIWA SHIKI by YUKICHI AMANO and KASHIWA SATO
Copyright © YUKICHI AMANO and KASHIWA SATO, 2010 All rights reserved.
Original Japanese edition published by Amano Yukichi Sagyoshitsu

Simplified Chinese translation copyright © 2017 by Jiangsu Phoenix Literature and Art Publishing, Ltd.
This Simplified Chinese edition published by arrangement with Amano Yukichi
Sagyoshitsu, Tokyo, through HonnoKizuna, Inc., Tokyo, and Future View Technology Ltd.

江苏省版权局著作权合同登记号—图字: 10-2016-588号

可土和式

作者 [日] 天野祐吉 [日] 佐藤可土和
译者 朱静雯

出品人 黄小初
责任编辑 朱涛
日文版设计 [日] 佐藤可土和
中文文化设计 朱涛
编务 叶蔚林
责任校对 闻艺

出版发行 江苏凤凰文艺出版社
出版社地址 南京市中央路165号 邮编 210009
出版社网址 <http://www.jswenyi.com>
<http://fhtzts.tmall.com>
印刷 江苏凤凰新华印务有限公司
开本 889毫米×1194毫米 1/32
印张 4.75
字数 96千字
版次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5399-8290-8
定价 35.00元

版权所有 侵权必究

营销电话: 025-68520896

地址: 南京市栖霞区紫东路1号紫东国际创意园F2栋4楼
江苏凤凰文艺出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

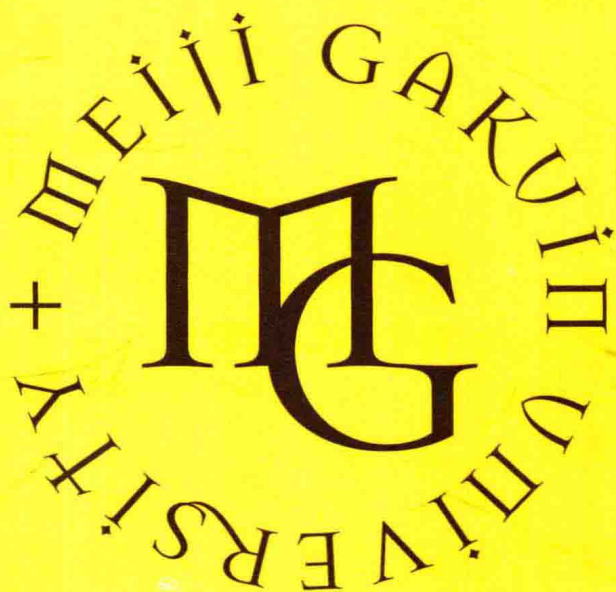
可土和式

- | | | | |
|-----|-------------------------|-----|----------------------------------|
| 第一章 | 可土和式品牌设计 | 5 | 为无形的物品打造形象，
明治学院大学的品牌设计。 |
| 第二章 | 解构广告的广告 | 49 | 媒体广告万能的时代已经终结。
环境也能变成广告媒介。 |
| 第三章 | 走向创意的明天 | 75 | 从糸井重里到大贯卓也，
广告革新每隔10年掀起一次新浪潮。 |
| 附 章 | 佐藤可土和长篇访谈录
岛森路子（采访者） | 109 | 纵观独特的创意，
探究设计的实质与可能性。 |
| | 制作者名单 | 145 | |
| | 创造与评论（代后记） | 147 | 天野祐吉 × 佐藤可土和 |

第一章

可士和式品牌设计

明治学院大学

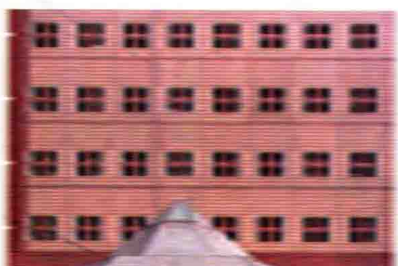
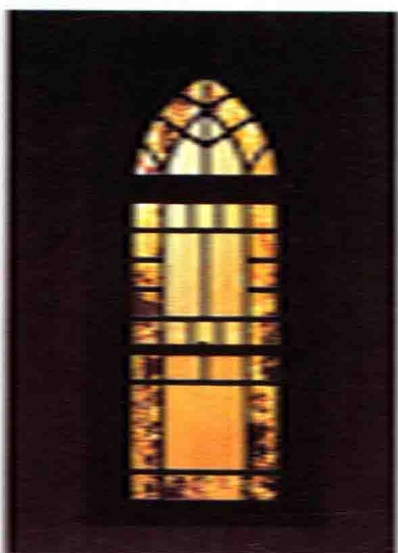


MEIJI GAKUIN UNIVERSITY

1-2-37 SHIROKANEBAI, MIYATO-KU, TOKYO 108-8636, JAPAN

1518 KAMIKURATA-CHO, TOTSUKA-KU, YOKOHAMA 244-8539, JAPAN

[HTTP://WWW.MEIJIGAKUIN.AC.JP](http://www.meijigakuin.ac.jp)



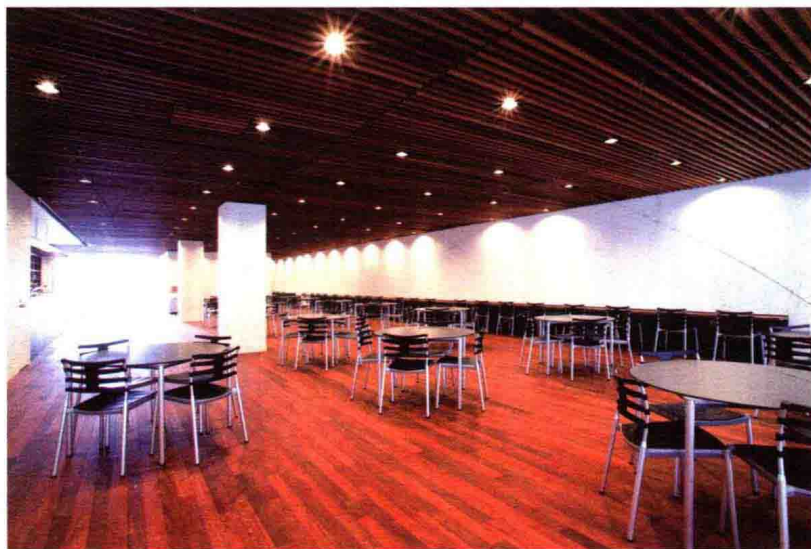
03/03/03



自创周边产品



自创周边产品



MG Café



球队制服

其一 / 关于选择大学这件事

2006年，佐藤可士和应明治学院大学的委托，给该学府设计品牌形象。明治学院大学大概是第一所实施品牌设计的学府。在此机缘之下，趁着7月16日明治学院大学校园开放日，佐藤可士和和天野祐吉以“选择大学”为题展开了一场公开对谈，在场许多年轻人两眼放光，热切关注。

“太浪费”与“不像样”

天野 不管什么时候看到可士和先生您，都是那么帅气啊！

佐藤 没有没有，您过奖了。（笑）

天野 我不是今天才感觉出来，而是一直这么觉得。您不仅外表帅气，作品也非常帅气。

佐藤 谢谢抬举。（笑）

天野 最近，“太浪费”这个词好像又重新流行起来，让我想到“太浪费”和“不像样”的区别。比如说，吃完饭，看到碗里留下很多饭粒，我们是说“太浪费了”，还是说“真不像样”呢？

佐藤 哦，您说的是这回事啊。

天野 那么，您认为应该是哪个？

佐藤 我认为两个都算吧。

天野 在这样的场景下，两个说法都可以用，是吧？那么，吃长崎蜂蜜蛋糕的时候，剥掉贴在蛋糕底下的纸，不小心把很多蛋糕也

一起剥了下来。如果直接把粘上了蛋糕的纸扔掉，就浪费了蛋糕。我呢，会把粘在纸上的蛋糕用下面的牙齿刮下来吃掉（笑），这么做很“不像样”吧？还是说您会认为这是为了“不浪费”呢？

佐藤 这个……（笑）

天野 啊，反正怎样说都对。不过，“太浪费”和“不像样”这两个说法，常常是互为表里的。说“太浪费”是一种价值观或者思想的问题都行，但“不像样”说的就是美学意识了。

佐藤 是吧。

天野 所以世上大多数人会把思想放在优先的位置，而我呢，认为美学意识也至关重要。如果一个社会丧失了美学意识，我想，那将是多么糟糕啊！

佐藤 我也是这么想的。

天野 而且，在这点上，“帅气”实际上也是一种关于美学意识的表达，它是不是也很重要呢？可是，外表这种东西，又常常被认为是次要的。有人会说“不要看外表，要看内在美”什么的。这是哪里的话！内在还是藏于外表里面的呢！

佐藤 是啊，真是这样。讲到设计、品牌形象什么的时候，我也常常被问到外表和内在哪个更重要。而这两者，我认为实际上是一致的。

天野 比如说，可士和先生您的穿着打扮，就反映了可士和先生您的内在啊。

佐藤 是哦。（笑）因为人们心里在想的事情，基本上是不会外露的。