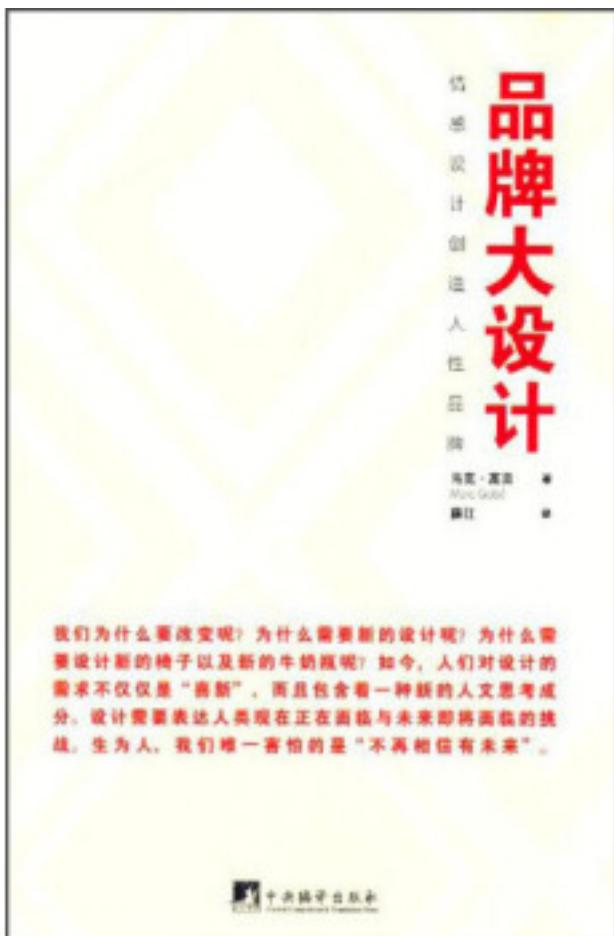


# 品牌大设计：情感设计创造人性品牌



[品牌大设计：情感设计创造人性品牌 下载链接1](#)

著者:马克·高贝 著, 薛江 译

[品牌大设计：情感设计创造人性品牌 下载链接1](#)

标签

评论

快递很快，价格合适，一直从京东买书，很赞

-----  
价格不贵，质量可以。

-----  
不错的书。很好的东西。

-----  
看上去是正版，没看呢

-----  
京东快递很快，价格合适，这些年一直从这里买书，很赞！！

-----  
发票+快速物流+送货上门+品牌保障就是选择京东的理由！希望京东保持！

-----  
很好的一本书，对做设计、产品经理，运营都很有用。

-----  
老师推荐的书～看过再来评价～～～

-----  
受益匪浅

-----  
还没看呢

-----  
“事实上我们在生活中给了品牌一种更具有情感性的回答，绝非我们的理性所能领悟到的。”而人最能产生情感莫过于有关于自己的事情以及人和人之间的关系。  
植根在我们的心中的是一个纯然的欲望，延续自千古的文化，被现代社会的种种所凸显。古时，小国寡民，鸡犬相闻，自家的蔬菜，手做的烧饼，附带贩售的浓浓的人情，买卖里有邻里之间的熟稔与关怀。文人骚客不时嚷嚷着要归去隐逸，所求的也是青山绿水，一亩田园。这是对自然的亲近，对生命本真的追求，是我们的情感之根。在台湾、厦门、上海、北京，那些精致杂志，食客老饕们嘴里眼里追捧的古早味也是这样的一种味

道，简单精致里面蕴含的是动人的温度和心意。那些值得怀念的事物，有着那个年代的味道，是特有的工艺，更是对家人的爱意，对生活认真的态度。那些从大地取得食材，被怀着诚意的心认真对待，才有了敦厚温暖，纯朴、纯正、纯粹的动人味道。这也是对传统中华文化的追寻、坚守、传承，创新与发展。

这种人情味恰恰是情感消费中最看重的，能够有策略地使用这种感情，将会成为我们这个时代塑造农产品的一个突破口。随着工业化的发展，人与人之间，人与自然之间越来越分离，人们的内心也越发不安。人们的内心异化、扭曲、恐惧，相对应的是对自然、人情的怀恋。真正源自自然，带着制作者的诚意和敬畏的产品往往更能打动消费者，更能让消费者产生“依恋”。这种文脉的构筑比将产品形象单纯地表现为高价、高端、高贵的产品更有吸引力和持久度。

台湾的精致农业品牌化的进程中就非常重视这一点。“掌生穀粒”的品牌塑造中，非常重视对农业文化的传承，对自然、农民的敬畏与诚意。企业与顾客之间仿佛就是农业时代邻里小铺之间的关系，有着浓浓的人情味。售卖的对象是朋友，俄入世冷冰冰的，符号化，对立的消费者。每一件产品的介绍中都会写上耕作者、水源、品种以及碾米、储存、炊煮方式，自然的就体现出了以诚相待的暖意，不只是在买东西，而是本着利人利己的精神同时在进行着一种认真生活的教育。

近来大红的《舌尖上的中国》，实实在在地带动很多农产品的销售，随着不断地深入挖掘和演绎，“舌尖”本身俨然已经成为了一个具有重大影响力的品牌。在主创们的心中制作的时候很重要的就是要去表达心里的敬意，食物背后是劳动人民的淳朴与智慧，是对生活本身的热爱，是脚踏实地的坚实。农产品的品牌塑造是大雅——传承了传统文化和社会的变迁，也是大俗——土气里面是贴近大地，贴近自然的真实和纯粹。物是疏离的，要有人，要有情感才能动人。

总而言之，品牌要去维系的是与人的关系，品牌是属于顾客的。文脉构筑的最基本思路是消费者对产品的期望，在食品安全问题严重，人情冷漠的时代，人们希望安全、自然的产品，更希望有诚意和敬意的产品，希望能看到人性、人情。

---

一本小册子，应该可以吧，看看再说吧！

“假如一直这样下去，那么我就支持不住了！”她说。

但是她得支持下去。事情就是这个样子，而且将会一直是这个样子。

这时一滴热泪落到她的头上了，沿着她的脸和胸脯流下来，一直流到她踩着的面包上面。另一滴眼泪也流下来了。接着许多许多颗流下来了，谁在为英格儿哭呢？她不是在人世间有一个妈妈吗？母亲为儿女流的悲痛的眼泪，总会流到自己孩子身边去的；但是眼泪并不会减轻悲痛，它会燃烧起来，把悲痛扩大。再加上这无法忍受的饥饿，同时又摸不到她的脚所踩着的那条面包！最后她感觉到她身体里的一切已经把自己吃光了，她自己就好像一根又薄又空的芦苇，能够收到所有的声音，因为她能清楚地听到上面世界里的人们所谈的关于她的一切话语，而人们所谈的都很苛刻和怀有恶意。她的母亲的确为她哭得又可怜又伤心。但是她还是说：“骄傲是你掉下去的根由。英格儿，这就是你的不幸。你使你的母亲多难过啊！”

她的母亲和地上所有的人都知道她的罪过，都知道她曾经踩着一条面包沉下去了，不见了，这是山坡上的一个牧童讲出来的。

“英格儿，你使你的母亲多难过啊！”母亲说。“是的，我早就想到了！”

“我只愿我没有生到这个世界上来！”英格儿想。“那么事情就会好得多了。不过现在妈妈哭又有什么用处呢？”

于是她听到曾经对她像慈爱的父母一样的主人这样说：“她是一个有罪过的孩子！”他们说，“她不珍爱上帝的礼物，把它们踩在脚下，她是不容易走进宽恕的门的。”

“他们要是早点惩罚我倒好了，”英格儿想。“把我脑子里的那些性思想赶出去——假如我有的话。”

她听到人们怎样为她编了一支完整的歌：“一个怕弄脏鞋子的傲慢姑娘。”这支歌全国的人都在唱。

“为了这件事我得听多少人唱啊！为了这件事我得忍受多少痛苦啊！”英格儿想。“别的人也应该为他们自己的罪过而得到惩罚呀。是的，应该惩罚的人多着呢。啊，我是多

么痛苦啊！”她的内心比她的身体变得更僵硬。

“在这里，跟这些东西在一起，一个人是没有办法变好的！而我也不希望变好！看吧，他们是怎样在瞪着我啊！”现在她的心对一切的人都感到愤怒和憎恨。

“现在他们总算有些闲话可以聊了！啊，我是多么痛苦啊！”

于是她听到人们把她的故事讲给孩子们听，那些小家伙把她叫做不信神的英格儿——“她是多么可憎啊！”他们说，“多么坏，应该重重地受到惩罚！”连孩子们也严厉地指责她。

不过有一天，当悲哀和饥饿正在咬噬着她空洞的身躯的时候，当她听到她的名字和故事被讲给一个天真的小孩听的时候，她发现这个小女孩为了这个骄傲和虚荣的英格儿的故事而流出眼泪来。

“难道她再也不能回到这地面上来吗？”小女孩问。回答是：“她永远也不能回来了。”

“不过假如她请求赦罪，答应永远不再像那个样子呢！”

“但是她不会请求赦罪的，”回答说。

“如果她会的话，我将是多么高兴啊，”小女孩说。她是非常难过的。“只要她能够回到地上来，我愿献出我所有的玩具。可怜的英格儿——这真可怕！”

这些话透进英格儿的心里去，似乎对她起了好的作用。这算是第一次有人说出“可怜的英格儿！”这几个字，而一点也没有强调她的罪过。现在居然有一个天真的孩子在为她哭，为她祈祷。这使得她有一种奇怪的感觉！她自己也想哭一场，但是她哭不出来——这本身就是一种痛苦。

地上的岁月一年一年地过去了，而下边的世界却一点也没有改变。她不再听到上面的人谈起她的事情了。人们不大谈到她。最后有一天她听到一声叹息：“英格儿！英格儿！你使我多伤心啊！我早就想到了！”这是她将死的母亲的叹息声。

她可以偶尔听到，她以前的老主人提起了她的名字。女主人说的话是最和善的。她说：

“英格儿，难道我再也看不到你么？人们不知道你到什么地方去了。”

不过英格儿知道得很清楚，好心的女主人决没有办法到她这儿来的。

时间慢慢地过去——漫长和苦痛的时间。

英格儿又听到别人提起她的名字，并且看到头上好像有两颗明亮的星星在照耀着。这是地上闭着的两颗温柔的眼睛。自从那个小女孩伤心地哭着“可怜的英格儿”的时候起，已经有许多年过去了。小女孩现在已经成了一个老太婆，快要被上帝召回去了。在弥留之际正当她一生的事情都在眼前出现的时候，这位老太婆记起，当她是一个小姑娘的时候，她曾经听到英格儿的遭遇，并且为她痛哭过。那个时刻，那个情景，都在这位老太婆最后的一分钟里出现了。她差不多大声地叫起来：“上帝啊，我不知道我是否也像英格儿一样，常常无心地踩着您赐给我的礼物，我不知道我心里是否也充满了傲慢的思想，但是您在慈悲之中并没有让我坠下去。却把我托了起来！请您不要在我最后的一瞬间离开我！”

---

[品牌大设计：情感设计创造人性品牌](#) [下载链接1](#)

书评

[品牌大设计：情感设计创造人性品牌](#) [下载链接1](#)