

设计师不读书



[设计师不读书_下载链接1](#)

著者:[美] 奥斯汀·豪 著，一熙 译

[设计师不读书_下载链接1](#)

标签

评论

快递很给力，先给五星，看过内容在推荐

读起来很轻松畅快的一本书，观点很好被接受，语言也浅显易懂

?自从广州做设计到现在终于把它拿下了。

正版图书，物流很快

好好休息吧，我的好朋友们都说

一般吧，还没看完，有点贵

媒体没了，4A没了，愚民的狂欢

好想吃饭了，我们的生活方式，我们的生活方式，我们的生活方式，我们的生活方式，
我们的

以为是一个空白本，设计师不读书，只读无字天书。

如果你身为广告人，不管你是广告界的大牛还是新入门的菜鸟，本书犹如点金石会让你
对该行业有一个崭新的认识。

非常棒书的包装完好无损塑封很好！非常满意！?????????

不错，好书要分享给大家。

啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊

还没有看，一下子囤了六本书，大致翻了一下，应该还不错，推荐购买

死睡觉睡觉直击中考自顾自抓紧时间是v是计算机你说你是这不是时间就是

买书只选京东，价格便宜品质有保证，最重要的是送货速度太给力啊！

很有意思！值得学习！

(?·?·?) 好好好好好好好好好好 设计多读书多练

不错不错不错吃不饱吧

物流很快，书籍很好，很喜欢！

很好的图书只是还没来得及看

挺有意思的书，很羡慕外国的设计师，国内的设计师就很一般般

真的不错哦，很有性价比，刚到就拿来看了下值得推荐

值得设计行业的人员参考阅读。

是以为局内人/局外人对设计领域不同寻常的理解

不错，挺好的，下次还会机会

印刷的还不错，送来的也很快、活动太划算了 开心！

听说不错，我买来看看，果然，哎，

感觉都是字，有点迷茫

守信好卖家!!守信好卖家!!

不读书是要专著，尤其对设计。

囤起来，慢慢看，京东给力，赞

内容不错，值得研究，价格再实惠些就好了？

还没拆封，一下买了几百元的书，慢慢看吧。

哈哈哈哈哈大笑的时候我

专业不对口，了解一下

现在买书都是京东了，价格实惠，售后好

老婆买的，她喜欢

书不错，观点很犀利

不错的书，下次还来

我就是不读书，哼

十分有意思的书

好好好好好好好好

很不错打折买的

公司购书，好看

书本很好。超棒

这本书不错！

很好的一本书

挺好的挺好的

买错了，没仔细看书的内容，，，，

很好的书啊

哦好的给客户岁分手季节开发飞机晚点

内容还没看，粗翻全是文字，第一感觉有点略显干涩；书籍制作印刷有点敷衍，整本一块五的纸张

挺好的~~~~

不论菜鸟老油条，广告从业者可读。

这个书，太粗糙了，印刷粗糙，书的味道很大，久了头晕，根本看不下去，都不能专心看内容了，

很棒

可以

好评

好书

很好~新书一本，拿在手里就开心，对工作有帮助

正版

太垃圾了这书，臭死了

以后再看

东西太多，真心评价不过来了，统一复制，京东的东西就是棒棒哒

还可以还可以还可以。

618买了实在实在多的书，确实足够便宜，平均3折多。但一直在忧愁什么时候有时间读？什么时候才能读完。不过，好书，就是值得拥有。

看不懂，不过有点感悟

很快，书很好！

很好的书 很值得看

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

一箱书中，第一时间拆开的第一本， 作者凭借业内多年经历，
宏观从新的视角谈了自己对广告和设计相关的见解，
并有趣的把自己的41篇文章，预计出阅读时长 作为标题序号标准， 不错，一定读完

挺好的，凑足6个字

印刷不错，就是油墨味太大了

好

还不错

很不错，下次再聊还会继续购买！

中文翻译很别扭 描写还不够深入

拿来看看的

我喜欢

很好

还可以！

看到了另一面东西，查漏补缺吧！挺有用的书籍

棒棒棒棒棒 耶耶耶耶耶耶

很不错

喜欢

书很好，排版很喜欢～

书还是很不错的，好评！

广告从业者必读书之一，力荐

买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。
买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。
买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。买来浏浏。
买来浏浏。买来浏浏。

双十一的时候，京东做活动，太便宜了，买了几百块钱的书，没办法，我就是京东的粉！

设计学学生选读，装帧好看

书的内容挺不错，黑白配我也很喜欢，今天快看完的时候，发现我的“设计师的七级灰度图”这一章一个文字都没有呢？正常吗？
我是文案，不太懂设计啦，难道这一章就是几张颜色深浅不一的白纸？

隽咏 趣味

还没看，一直想买终于买到了！

还行

挺好的，很好用，很好很好很好

54235234534255342

。

很划算 屯了很多书 还没看

挺好的，印刷设计都不错！

书的质量不错，买来给自己充电的，学习中。

难得一见的好书。内容丰富详实，现在很多人都没法静音看书了。这种书籍正好可以让你静下心来。

赞??

味道是有点，，，不大，，，

特别好，特别优惠，期待下次活动

好书，多学习。活到老学到老。

活动便宜实惠，喜欢就买了，大致翻了翻；作者的一些感想建议，看看就好……

收到一堆货，首先就把这本书给拆封翻阅了，内容很丰富，一些经验值得学习借鉴

书的气味比较大

书很棒，迫不及待的想看了

奥斯汀·豪，曾任创意总监、独立撰稿人，并开设广告公司。他与Wieden+Kwnnedy、Crispin Porter+Bogusky、TBWA\Chiat\Day等公司合作，以独特的“跨界”的集多种学科、媒介等设计角度赢得业内好评。

排版很有意思，翻译读起来一般

书还不错，味道太大了，容易看书时被熏晕

好~~~~~3

还可以，启发挺大的

为了好好学文案，提高自己的品牌也是买的书

很棒！专业人士应该读一读

还可以吧 我觉得这本书更适合设计师读 不是学生读

京东的服务值得信赖的，很好

买给家里的小朋友，喜欢就好。

配合活动买的，贼便宜了，好书需慢慢阅读。这本真心喜欢，推荐大家购买

书封面都好看，最喜欢这本了

速度和质量都很好，书还没看。

看目录我差点崩溃了，，设计师不读书—设计师不读书
我写他干嘛，，，，好彪悍的作者啊，，，看了前面一部分，主要介绍作者经营一家设计公司的，

当天就收到了，速度就是快，书还没看，老金推荐应该不错，哈哈

很有趣 也很真实

一般吧

很喜欢 越来越爱设计

囤书啊，一次买够一年的书

很好，非常喜欢，纸质也很好，值得收藏

送给小伙伴的生日礼物，希望成长开心，快乐。

还好

说实话，这本书让我有点不喜欢，说的东西实用性不大，对于设计的理念也很旧了

纸张摸上去很舒服，正版

啊，网红一推荐就缺货…… 但，书真的有那么好么

物流很给力，书很好！

以前从来不去评价，使用京东几年来不知道浪费多少评价，自从知道评价可以升级会员

等级的时候，才知道评价的重要。后来我就把这段话复制了，走到哪，复制到哪，即能升等级，又能么么哒...京东越来越好，越来越多白条，而且我已经买了很多次了，重点是东西真的很好呐!!!

还没有看，应该不错

作者借此书对设计和广告业未来的发展趋势进行了分析，并且针对一些问题进行了透彻的解构，提出了个人的一些工作技巧和解决方法，从方法和概念两方面进行了解读，同时还列举了大量设计、艺术领域大师级的人物、作品、相关网站，可以一读。

评价还行的不知道看起来如何还没看

我要京豆呐 和哈哈哈哈哈

好书，好书

如果你笃信设计的力量与和谐之美，《设计师不读书》是不错的选择。它的作用是唤醒沉睡中的你，为你把广告和设计文化娓娓道来。

书是好书，设计差点儿，印刷用的油墨很难闻，内容都是小短文章，算是一些心得体会的集合，不是专门写就的，不系统，不过观念一以贯之，作者以一个过来人的身份，谈了对广告业和设计师的失望与期待，从业人员可以看看，看有没有你没想到过的

和想象的不太一样

东西不错，以后继续买!

nice

应该每一页都在

好看

挺好的

书是正品 包装的很好 快递很快

东西还不错还不错

艺术史必读 值得推荐 年度重磅

东西不错，买家回答很细心。

有点意思的一本书。好玩有趣引发思考

还不错。待看，希望是正版

可能是因为翻译的原因很多内容不顺畅，理解起来略微生涩，排版设计还不错，内容比

较琐碎。

这本书，不知道是不是有公众号推荐，刚要买时就一直缺货中，等了大概一周时间才到。也是在慢慢看中。

不错

还行吧

非常好

全部的书都在京东买，一个月20本。

还可以吧看着塑封着比较好，帮同事买的

棒棒哒

快

读的太晚了

好评，阿狗好评！

非常有价值的一本书

我们的生活方式，我们的生活方式，我

书很新，寄过来时也没有被压折角，书的内容也很喜欢，对自己很有用，好评～

我终于弄明白，是什么困扰着我：在美国，每个设计工作室说话的调调都一样。这样说也许有些夸大其词，但事实就是如此。不信你可以试一下：随便写五个设计公司的名字，然后去浏览公司的网站。只要打开主页，你就知道我此言不虚了。每个公司主页上都有诸如“公司客户”，“公司员工”、“业务流程”、“经营理念”、“工作室”、“联系方式”这样的栏目，当然还少不了我最喜欢的“公司新闻”。你照我说的做，把“经营理念”一栏单独列出来，仔细琢磨琢磨，你就会发现每个公司的遣词造句都差不多，连语气都雷同。当然，是有些网站的文字要讲究些，有些网站语言马马虎虎还有些摆出一副老学究的样子，在谈到品牌战略和设计时，把来网站逛一逛的访客看成门外汉。（也许这些公司觉得，只有刚开始学习设计的大学新生才会访问它们的网站。）抛开文字不说，每个公司发出的都是一种声音，哪怕是谈到复杂的设计案例，方法也如出一辙，语气大同小异，观众永远不变。我把这叫做“信息广告”（infomercialvoice），因为听起来跟电视台深夜播放的电视导购节目没什么两样，涉及的观众对象只有一个：那个坐在电视机前跃跃欲试的购物者，为广告里吹嘘的产品性能神魂颠倒，巴不得马上就拿起电话拨通屏幕上提供的号码下订单。

书不错！活动也给力！

从创意文案/撰稿人的角度，去说明设计师在广告中的重要性以及设计师的其他潜能

不错不错，双十一活动给力

书很好 十字评论已经不能满足我了

[设计师不读书_下载链接1](#)

书评

[设计师不读书_下载链接1](#)