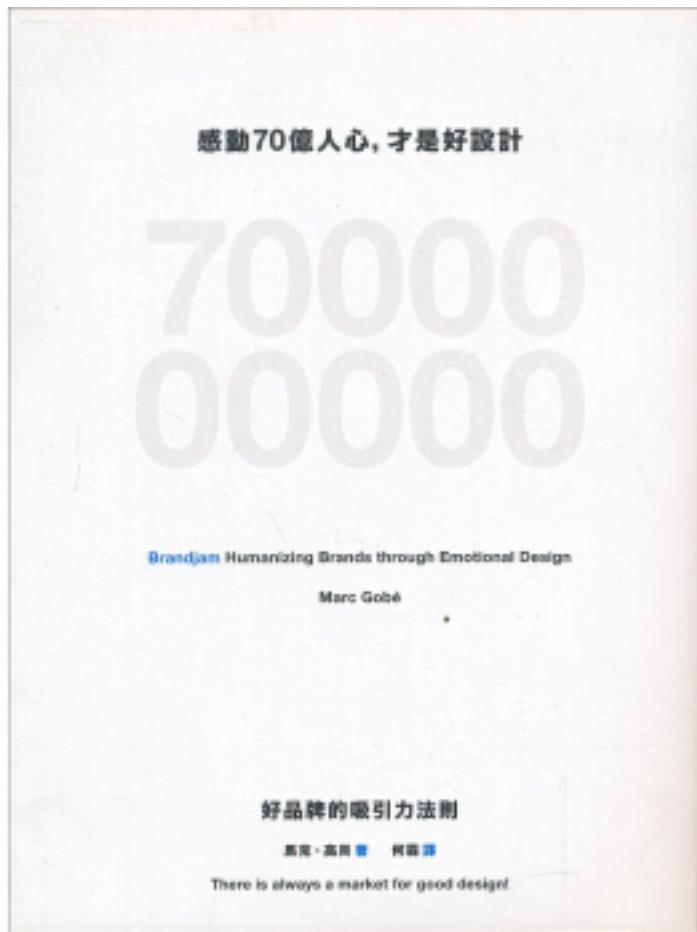


# 感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 [Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design]



[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\] 下载链接1](#)

著者:馬克·高貝 (Marc Gobé) 著, 何霖 译

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\] 下载链接1](#)

标签

评论

感性密码1 大家都有个后现代梦想 后现代启示 . 后现代解构

. 透过品牌印象主义重新打造世界 感性密码2 创新来自边陲世界

将玩滑板当成设计灵感 . 「流行文化透镜让我们看见每件事。」——Tommy Hilfiger

. 设计赋予小区灵感：纽约市与梦想的界限感性密码3 情感设计是针对女人的设计

女性消费者正领导设计趋势 . 女人要什么？ . 赋予旅馆家的感觉 . 终结世代鸿沟 .

勇于表达自我 . NIKE的真相解剖 . 以复仇心态回到厨房 . 从厨房到婴儿房

. 欢迎女性的工作场所！ . 科技产品吹起女性风 . 家庭计算机的好态度 .

数位摄影：数大不头痛 . 小提包里的移动电话 . 专门为女人设计的汽车 .

全球女性化风潮 感性密码4 感官的二十一世纪 尚路易餐厅 .

香料与香精：人们总是爱花！ . 从一朵花开始 . 了解更多情感与感官体验 .

进入右脑 . 品牌设计协奏曲的感觉体验 . 倾听品牌 .

设计出感觉像是冰淇淋的一块肥皂 . 葡萄酒香水的味道感性密码5 设计民主化

在「土口可乐」之国…… . 靠设计存活 . 抱持异议的新锐品牌 . 竞争自由 .

今日设计创造明日欢乐 . 宝侨家品的自由品牌 . 墨西哥式的品牌民主！ .

行动主义正在支持品牌 第二部 升级品牌价值的七项变身计划 品牌变身1

为品牌挂上一张情感识别证 定义一家公司的灵魂与胆识

. 情感认同必须有个「情感焦点」 . 五种主要的「情感推动力」 .

真相能建立人们的忠诚度 . 商标中该有什么？ . 敢于突显自己：聚焦的AOL .

多面向的识别 . 购物袋上的星星是什么？ . 命名的学问

. 制造情感认同是执行长的本份 . 情感认同反映生活真相 . 一只鸭子代表什么意义 .

设计是品牌的大使 品牌变身2 好品牌需要一个好标志 使人信服的视觉讯息 .

再谈标靶百货 . 来一杯伏特加！ . 【访谈】标靶百货营销执行副总裁弗朗西斯 .

巴哈马，众多惊喜的群岛 . 「污渍是好的」：重新定义污渍的视觉语言

. 品牌需要一种设计观点：将情感可视化 . SPLAT！诞生 . 可口可乐的感性图像学

. 图像学能诱发什么情感？ . 用头脑、内心、本能说明你的出场计划 . 图像战争 .

法国航空的视觉格调 . 以都会艺术为情感讯息 .

太阳马戏团 . 字体设计也是图像识别证 品牌变身3 广告就是一种体验

选择自由 . 广告跟不上消费者的步调 . 巨大隔阂 . 电视不知道你是谁，但网络知道

. 对抗旧潮流 . 广告必须参与品牌协奏曲 . 一张热门的入场券

. 别攻击传话者，要解决产品问题 . 传播业失去灵魂了吗？ . 创意人都到哪去了？

. 关于听话鸡 . 品牌讯息垂手可得 . 品牌营销不只是商业广告 .

今日的广告没有所有答案，未来也不会有 . 广告的末日 . 如何变成一种「体验」

. 当诺言兑现时 品牌变身4 门市就是你的广告 让你的讯息突然出现 .

透过零售点连结人们情感 . 自然的广告招牌 . 融合型广告终于出现！ .

有品牌的建筑也成了广告 . 一条最值钱的桥 . 城市艺术也是广告 . 身历其境的体验

. 苹果零售店：创新和生活全方位连结 . 汽车的品牌零售 . 奢华品牌的零售形象

. 搞零售却又讲品牌：这是种矛盾吗？ . 小就是美

. 带给人欢乐吧！ . 百货公司的下一步 . 创造人性的品牌避风港 品牌变身5

研究品牌，先搞懂设计 用视觉研究打造富想象力的解决方案 . 情感：设计与潜意识

. 市场没有规则 . 灵感与直觉是市场研究吗？ . 赤裸裸的消费者

. 影响未来营销的人性哲学家 . 想象力：透过可视化设计 . 全球网络的可视化 .

可视化的情感讯息图 . 五角大厦与可视化 . 观察：透过设计师的眼睛研究 .

来自设计的观察 . 内在敏锐的设计师 . 设计师的大发现 . 设计师也是消费者

. 品牌协奏曲：共同探索人心深处 . 语言是固定的——视觉图像没法说谎

. 「与设计产生共鸣」的创新品牌 . 全球企业的视觉写照

. 用视觉图像发现自己的故事 . 研究设计师们的渴望 品牌变身6

设计真正不一样的品牌！ 中国发明 . IDSA：设计的新世界

- . 新思维：品牌营销需要大胆设计 . 品牌设计高手1：多芬香皂 .
- 品牌设计高手2：DKNY香水 . 品牌设计高手3：通用汽车
- . 品牌设计高手4：翻新自由女神像 . 品牌设计高手5：标靶百货药品包装 .
- 品牌设计高手6：BMW汽车 . 品牌设计高手7：NATURA化妆保养品 .
- 品牌设计高手8：赫曼米勒家具 . 你会设计语言吗？ . 创意从哪来？ .
- 原创思考的语言 . 设计狂热 . 设计会太多吗？ . 个人风格 . 人们走在设计之前……
- . 新竞争优势 品牌变身7 情感也可以客制化 透过设计带来更好的生活 . 透过设计灵感
- . 透过个人化服务 . 透过情感探索 . 私密接触：设计好的顾客假期 . 透过优质工艺
- . 透过社会现实 . 这不是「一体适用」的世界 结语 打造品牌设计协同中心

---

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]](#) [下载链接1](#)

## 书评

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]](#) [下载链接1](#)