

艺术书架

编者按：雅昌艺术图书，通过整合国内外艺术和出版资源，打造图书馆式书店及艺术普及教育式营销系统。应用 IT 创新技术手段和展示系统，雅昌艺术图书将国内外艺术图书系统化推送到精准人群，旨在提供全新艺术图书与艺术教育体验，满足高品质艺术图书阅读与艺术教育需求。雅昌艺术图书通过提供艺术欣赏与教育、艺术收藏与查询、奢侈品与装饰、礼品与馈赠等价值，从而实现“让艺术之美走进每个人的生活”的目标。



“许多人并不明白，苹果在做的不只是关于电脑，而是设计产品、设计营销方式以及定位。”

—— 苹果前首席执行官约翰·斯卡利（John Sculley）

《苹果设计》设计魅力全解剖 1997-2011
 作者：扎比内·舒尔策、伊娜·格雷茨
 出版社：北京美术摄影出版社
 开本：16 开
 页码：320 页
 ISBN：9787549400454
 出版时间：2014.08
 定价：480.00
 上架分类：设计 / 艺术

《苹果设计》

本书以在德国举办的苹果电子产品展览为基础，由多位知名策展人、艺术家撰稿，汇集了对众多设计大师的访谈资料，介绍了创新材质的使用，功能导向设计的历史根源，设计上升到管理层的意义，苹果设计师乔纳森·艾夫的成就，以及今天设计和生活的交互作用，揭示了苹果成为当今世界市值最高的电子高科技公司的秘密：乔布斯缔造苹果帝国、被迫出走以及再次出任 CEO 的过程，正是“设计”成为时尚和品牌竞争力的过程，是设计改变了世界！

苹果设计的核心，是针对所有产品线进行策略性的造型一致化。以 MacBook 和 Mac mini 为例，这两款产品长时间各自维持相似

的造型，技术规格持续地提升，但外观只做些许改动。进一步比较各产品线，也能明显观察出苹果品牌在造型语汇上的一致性，例如 iPhone 3GS、iPod touch 以及 iPad 都有着相似的造型。造型的一致性，带来的是高辨识度、让人觉得可靠、有一定程度的质量保证，而这正是苹果的联想。在这方面，很明显所有苹果的产品都被认为对用户特别友善，他们的设计持续符合容易使用和操作的需求。对使用者友善的创新法则，最终影响了我们的日常生活，因为它结构性地影响了我们如何听音乐、看报纸、管理信息以及管理生活。

