

<<做生态的设计!-新绿色品牌战略>>

前言

与“乐活族”相对立，有一个群体叫做“乐简族”（LOVOS）（英文名字来源于Lifestyle of Voluntary Simplicity的简写），他们反对新绿色运动，主张节制欲望，对于他们来说。消费不是解决生态问题的办法，而是导致生态问题的罪魁祸首。他们不把购买产品看成是施加影响的手段，而是把购买生态产品当成是对传统消费文化的肯定。有关人们对生态及经济方面表现出来的越来越多的好感，混杂着有关生活方式的讨论，对于乐简族来说都是存有争议的并且相互矛盾的。他们认为只有减少再减少人们的消费行为才能真正地拯救地球。禁欲者、批评家和生态悲观者们坚定不移地认为，只有坚持“放弃”才能彻底改变我们的生存环境。纽约记者克林·毕帆（Colin Beavan）在网上被誉为“与世无争的男人”，他和妻子（曾经是个“穿Prada的女人”）还有他们几个月大的宝宝进行了为期一年的特殊体验：他们决定在一年的时间里尽可能地采取一切环保措施，只要能维持继续生活下去就足够了。他们切断了一切电源，既不使用电梯也不乘坐地铁。这段体验以博客的方式被记录了下来，以此为题材的影片也正在筹备当中。克林得出的结论是：去享受这种完全由自己导演的有节制的生活。

<<做生态的设计!-新绿色品牌战略>>

内容概要

《做生态的设计！

：新绿色品牌战略》呈现给读者70个引领绿色生态理念发展最前沿的国际品牌，例如Kuyichi时装、“小行动，大改变”组织（WE ARE WHAT WE DO）、“红杉枝花环”牌苹果酒（FICHTEKRANZ）、米欧家居用品（MIO）、潘吉雅有机化妆品（PANGEA ORGANICS）、“爱巴维娃”妇婴护理品（RBAVIVA）、“生态记录”纸文具用品（ECOJOT）、《新能源》杂志（NEUE ENERGIE）、B-E-E家庭清洁用品等各行业领域的绿色品牌。

并且，《做生态的设计！

：新绿色品牌战略》将每个品牌从诞生到成长的精彩故事娓娓道来，展现出这些绿色品牌是如何顺应时代发展潮流的，又是如何成功地表现并传播着自身的“绿色”概念的。

另外，书中收录了对10位专家学者的专访记录，他们对21世纪的新绿色品牌战略有着独到而深入的见解，并以其丰富的经验和敏锐的洞察力给出了对绿色品牌发展的前景展望。

这一切有助于企业家、营销人士、广告人对绿色生态市场的把握，同时更有助于设计师在印刷及包装设计方面找到适于环保理念的设计方案。

作者简介

尤塔·娜赫特威 (Jutta Nachtwey)，自1994年开始，她就在汉堡担任Page杂志的自由记者。她曾在多种刊物上发表过文章，有Design Report杂志 (汉堡)、Graphics International杂志 (伦敦) 和Experimenta杂志 (马德里)，并且还为一些门户网站如www.designklicks.spiegel.de做过采访报告。

她也是《从感性到数字化：国际铅字设计师画像》(Emotional—Digital—Portraits Internationaler Type—Designer) 的编写者之一，《网店：尽情地网上购物》(Cybershop—SchSner Einkaufen im Netz) 的合著者之一 (这两本书均是由Verlag Hermann Schmidt Mainz出版)。

尤迪特·迈尔 (Judith Mair)，流行文化专家，在柏林拥有自己的“hello-hello”工作室，其合作伙伴包括：达沃斯世界经济论坛和德国电信 (Deutsche Telekom)、美国好彩香烟公司 (Lucky Strike) 以及奥地利能量饮料制造商红牛公司 (Red Bull) 等企业。

她担任苏黎世艺术大学的客座教授，并且以自由作家的身份为Page杂志撰文。

她的两本著作是《结束滑稽》(Schlussmitlustig) (Eich-born出版社) 和《为了真实而仿造》(Fake for Real) 【Campus出版社与斯尔克·贝克 (Silke Becker) 合作出版】。

<<做生态的设计!-新绿色品牌战略>>

书籍目录

序言新生态新生态：目标消费群体的快速转变消费者的新力量经济的回答给不知所措者的建议生态也很性感绿色魅力新的节制方法大众的疑惑企业的压力绿色家园绿色统一对改革创新的前景展望潮流时尚Kuyichi时装“慈悲之心”法国时装波祖生态鞋白丽伞“自然对决未来”服装绿色环保女士内裤艾盾服装酒店餐饮NAT餐厅“汉斯香肠”素食餐厅NYKKE & KOKKJ餐厅高瑞拉快餐店社会团体和社会倡议哥本哈根的自行车奇迹免费的大树我们一起加入为了气候去露营“超级基金365”行动“小行动，大改变”组织“NATuREZA V A”方案德国自然保护联盟注册协会的广告短片《潜水者》爱你的自行车美食薄荷糖“红杉枝花环”牌苹果酒我的麦片薇拉牌巧克力纯天然绿茶萨文德梅捷瑞奶制品居住文化米欧家居用品现代绿色纺织品罗甘的设计设计师达米安·奥苏里万抽屉家具店化妆品潘吉雅有机化妆品纽迪化妆品丽丝恩有机护理品珂诺诗纯天然化妆品凯特琳·里维斯美容品穆莱4个分子式化妆品凯瑞化妆品斯甘妮香皂莫普洗发护发用品福雅身体护理品回收利用艾可伊斯特生态时尚饰品再生T恤赛酷生活用品纸板地毯“瓶盖”社团杂志门户网站在线杂志“问题”在线杂志“风格会拯救我们”“生态细高跟鞋”“绿色和平”杂志“乌托邦”网站儿童产品奇卡婴儿服饰“积极的力量”儿童服装“爱巴维娃”妇婴护理品伊普斯&爱福斯儿童服饰“无花果”儿童服装纸张“苏奇”纸制品施瓦茨纸质办公用品“生态记录”纸文具用品“夜晚工作的猫头鹰”纸制品坦斯&格兰特纸文具用品新能源通用电器公司的“绿色畅想”“太阳能转换”生态智能技术工程公司《新能源》杂志艾普荣公司家庭清洁用品“美擦得”清洁用品“洗衣女工”衣物洗涤护理用品“伊卡福”有机产品“迪斯特”清洁用具“第七代人”卫生用品B-E-E家庭清洁用品立场与展望专访：西蒙内塔·卡波娜欧企业需要从根本上做重新思考：在生态和人性化问题面前，任何企业都回避不了。

专访：弗劳克·格达特和帕特瑞西娅·塔特拉用感召的方式代替命令：我们是这样让人们环境保护行动充满热情的。

专访：克罗蒂娅·郎格绿色社区建筑：如今，传统广告技术和传统设计发挥着怎样的作用?专访：哈尔夫·施迈伯格良好的意识&更多的自由空间：社会责任感是如何激发和影响新的设计灵感的。

专访：约什华·昂斯库通往成功的金钥匙：产品外观应该是一个品牌的社会立场和社会行动的折射和体现。

专访：艾米·弗兰西施尼把艺术当成消费评论的手段：艺术进程如何给生态问题做出回答。

专访：娜塔莉·胡恩特创意产业和环境变化：在寻找可持续性解决方案的过程中，设计师们的作用。

专访：马丁·霍夫勒起到先锋作用的年轻企业：如何使经济的想法和生态的做法完美结合。

专访：乌莎·波尔真正的增值手段：为什么融合了人性与美学元素的产品，从来没有像今天这样，受到消费者的喜爱。

绿色生活片段记录报告：一个新生态贵族的生活悼词：永别了，塑料袋未来发展的指向标包装：(材料)选择之苦符合生态标准的印刷制造业：干净，但是却很肮脏?索引版权页

章节摘录

插图：

<<做生态的设计!-新绿色品牌战略>>

编辑推荐

《做生态的设计!-新绿色品牌战略》：“如果‘绿色’只是一个象征性的空洞表达，那么它的出现毫无意义。

”“绿色生态概念和可持续发展已经成为起死回生的战略法则，其发展速度永远比你想象的更快一步。

”“仍然有太多的商品仅仅符合我们父辈时代的‘生态’概念。

如今，我们更需要的是既符合新的审美标准、紧跟时代发展，又能给我们带来诸多乐趣的商品。

”

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>