第一图书网, tushu007.com

# <<美學CEO: 用設計思考，用美學>>

## 图书基本信息

书名：<<美學CEO: 用設計思考，用美學管理>>

13位ISBN编号：9789866665592

10位ISBN编号：9866665593

出版时间：2010

出版时间：繆思出版有限公司

作者：吳翰中,吳琍璇

页数：294

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

## 前言

自序　從設計到管理的大旅行　這本書很難單純歸類為設計或管理、美學或經濟、創意或產業、文化或商業、全球視野或台灣觀察，如同我們正在經歷中的社會與經濟範型轉變，像所謂的創意產業、美學經濟、風格社會或品牌台灣，這些看似對立的詞組卻能夠完美拼貼，為台灣的現在與未來下最好的註解。

但是，這本嘗試回應台灣當下與未來的書籍，看似跨領域、無法歸類到特定光譜的寫作，由美力談到獲利，由風格談到組織變革，從設計到社會，由文化技術談到競爭優勢，這些猶如大航海的旅行，其實有明確的起點與方向，不是漫無目的遊蕩，而是不斷靠岸航行，在未知中探險，在現實中帶點浪漫地前進。

書寫的起點，是源自為美國杜克大學商學院打造的一門設計思考行銷課程裡。
與過往經驗不同的是，這些關於設計、美學或風格知識與方法的源起，不是來自設計學院，而是商學院。
傳統上，這個理性最猖狂的地方，通常只看數字不評論設計，只談價格不談風格，重視獲利而沒提到美力，必修經濟但一點都無關美學，擅長精算難搞的數字，卻不喜歡太複雜的線條；一條產品生命周期曲線就可以解釋所有的產品與企業，兩條供給與需求線就可以說明大如國家整體經濟與貨幣政策，小至微觀的企業競爭，線條不用多，一條向上的銷售曲線就夠了。

但是，不知道商學院擁抱設計，是出於藝術學院即將取而代之的焦慮，擔心設計力量已經崛起，還是企業管理界對於美學力的普遍覺醒，「設計思維」成為《哈佛商業評論》的焦點話題。
唯一能確定的是，這個想讓經理人用左右腦一起思考的差事，沒有找擅長詮釋經典美學的歐洲人，也沒找最能展現設計商業力的美國人，而是找度過「客廳即工廠」年代的台灣人；知名行銷教授莫爾曼（Christine Moorman），找我一同把設計變成行銷策略課堂重點議題時，的確讓我嚇了一跳。
其實，在此之前已經有不少設計的對話，彷彿有個共同的默契，就是商學院裡的《財星》百大企業準專業經理人，要像設計師般思考，既懂企業管理也要有設計思維，才能夠用左右腦一起思考，成為未來美學經濟在等待的風格經理人。

方向上，最早定位給經理人的設計思維，最大的挑戰在於要能夠在觀念上有所啟迪，甚至徹底顛覆的同時，還要提供務實且能夠深切改變企業與社會的管理方法。
因此，這個挑戰也間接催生本書，讓這本書有別於過往美學經濟趨勢與美工技法的切入，嘗試提供一個嶄新的視野，談具體改變企業與社會的設計思維與管理方法，例如美學的管理、風格的組織變革、設計執行長、美力的獲利等議題，而這其實也是台灣目前迫切需要的革新觀念和方法。

於是，這個跨風格與管理視野的書寫，是給經理人的，但其實也給創意人。

的確，設計人希望擁有管理知識，經理人渴望的是設計思維。
我很幸運有機會涉獵這兩個領域，得以在這個基礎上書寫，即便常感焦慮。
我試著在設計與商業經典上，包括知名的企管個案、品牌、設計、經典、展覽等，提供經理人最迫切需要的設計思維，也給設計人管理的知識與方法，這也是為何本書常跨領域找大師人物站台對話，即便他們可能屬於不同世代也未曾謀面，而彼時美學與經濟的對話還不大流行。

本書還努力找出從Apple到Zara的最佳管理個案，也遍尋各大管理評論的相關文章，並參考具分量及影響力的商業雜誌報導，尋找一些還沒來得及寫成最佳（壞）管理個案的案例。
擔心這個方法仍有所不足，還將設計管理組織的個案研究也納入參考，從設計史書籍回顧百年來用設計改變企業的經典事件與物件，為此還特別向科技社會學與設計史領域的大師人物求教。

這本書想要傳達設計美學的商業思維與影響力，想要說明美力就是獲利，確立設計力就是商業力。
除此之外，更重要的是，還想要澄清幾個關於設計美學的美麗誤解，提供不同於主流或習以為常的觀點，除了品味玩物與設計獲利外，希冀能有不同於主流意識形態的視野。

書裡想傳達的新觀點，其實是老古董，包括人本、文化與社會等價值，不過「老即是新」。
設計其實不只是玩物，而是以人為本的設計與商業思維。
文化的知識與技術，其實是創意產業的關鍵管理能力與國家競爭優勢。

設計與管理專業除了極大化獲利外，還要極小化人類發展的差距，用設計與管理改變發展中國家與第三世界，沒水沒電才是設計該挑戰的場域，發展中國家才是企業未來的成長動力。
這些，其實都是我們集體追求所謂美學經濟與風格社會後所遺忘的，原來，被我們向前邁進時拋在腦後的，才是最核心又新興的設計思維與管理觀念。

為了更能夠反映我們所面對的是設計也是商業、是美學也是經濟的時代觀點，本書也試著採用一個揉合風格與商業的寫作，像研究個案又像說故事，並藉由當下時興的設計與管理知識以及大師觀點，重新確立這些被遺忘的思考。
雖然設計與管理被視為帶有衝突的專業，但是，講到這些最核心的價值，設計大師與管理大師其實有志一同。
如果當社會集體追求主流且昂貴的設計與管理專業時，都能夠確立人本、文化與社會的價值，大概沒有人還敢說它是空泛的觀念，是文化學究的老掉牙觀點；這些從人文社會出發的觀點，反而更能深切地在過去就啟示未來。

這些看似嘗試走在世界設計與管理潮流最前端的理想，其實是源自於我在台灣的經驗與感受。
人本設計或客戶導向，是目前財星百大企業裡正流行的管理觀念與設計思維，然而，我對人性價值最深刻的感動與體會，其實來自台灣過去社區總體營造運動與台灣大學建築與城鄉所的參與式設計精神。
文化的技術與態度，被管理大師認為是設計企業的核心知識與能力，也影響到美學產業的國家競爭優勢。
但我對這個觀念的啟蒙，反倒是在台灣協助推動文化創意產業過程中的體會，原來，不用捨近求遠，台灣其實就有與時俱進的思維。

在城鄉所時巧遇創意產業的興起，在商學院裡發現設計思維最為流行，從設計轉向管理的旅行，繞了一大圈發現，原來，彼此在追求彼此，而這兩個看似對立的專業，其實有共享的價值，也有共同的目標，就是用設計與管理改變企業與社會。

本書希望在產業走過「客廳即工廠」，再從「台灣製造」邁向「台灣創造」，在文化從草根的社區營造運動走向新興的創意產業，能夠連結這兩個看似毫無關聯卻源自同一脈絡的領域，從過去啟示未來，在當下啟動美力革命，用設計與管理改變企業與社會。

## 内容概要

2011年世界設計大會在台灣，參與國際盛事前必讀祕笈！

為「台灣製造」轉型「台灣設計」和「品牌台灣」量身打造的
100個關鍵字，快速建立個人美感知識，提升企業競爭優勢！

從美學經理人到風格社會學家，從設計執行長到文創經理人
從空間建築學者到文化人類學家，國內外專家一致好評推薦！

◆中文書市第一本跨設計與管理視野，跨商業、文化、社會領域，為創意人和經理人提供設計新思維、具體管理策略＆方法的圖文書
◆中文書市第一本跨海榮幸邀請到擁有「科技的桂冠詩人」、「科技社會史泰斗」美譽的杜克大學教授佩特羅斯基（Henry
Petroski），以及杜克大學行銷名師莫爾曼（Christine Moorman）推薦！

◆100個Design╳Business最重要關鍵字，集結20個經典品牌+25位設計大師&管理大師+25個經典設計&必讀著作+30個重要概念，快速掌握與世界同步的重要設計管理思維
◆精心設計「美學經濟的全球視野」世界地圖和「美力到獲利的世紀回味」大事紀，在百年時空回顧中，建立起大思考格局
◆國際知名品牌（Alessi, ASUS, Bang & Olufsen, Dyson, Herman Miller,
IKEA, OXO, Swatch, Vipp, Whirlpool, Zara等）和創新設計公司（Continuum, Design
Council, frog design,
IDEO等）熱情提供圖片，多是設計史上的經典之作，甚至列為紐約MoMA和巴黎羅浮宮館藏！

從美力到獲利，讓創意變生意，用設計改變企業和社會
設計3.0的時代，未來美學經濟著重的設計新思維：
不只美工技法，還有人本考量；不只品味玩物，還有社會責任。

後美學經濟時代，下一輪美學盛世在等待的風格經理人：
創意人擁有企業管理頭腦，管理人能像設計師般思考。

啟動美學革命，人人都要具備的美感力量和文創產業知識。

半個世紀前，IBM前董事長華生（Thomas J. Watson）有句名言「好設計就是好生意（Good design is
good business.）」，一語道盡了美國製造業對設計的認知。

80年代，行銷教父科特勒（Philip
Kotler）卻說：「設計，是強而有力卻被遺忘的策略工具。
」感慨世人狹隘的美學視野，小看了設計的影響力。

如今，策略思考者馬丁（Roger Martin）說：「要鼓勵設計思維在組織裡扎根，就是讓執行長擔任設計長（CEO is
CDO.）。
」趨勢專家品克（Daniel Pink）也說：「藝術碩士是新的企管碩士（The MFA is the New
MBA.）。

」

21世紀，當美學遇到經濟，當設計碰上管理，又會擦出什麼火花？

本書源起於為美國杜克商學院規畫的一堂設計思考行銷課程。作者結合台大城鄉所的設計和美國商學名校的管理養成，用左右腦一起思考，揉合美感知識與管理方法，讓《財星》百大企業的準經理人可像設計師般思考，讓創意人也能有經營管理觀念，希望人人都可以是美學CEO。

本書試著革新設計觀念，提供務實管理方法，除了呈現麥可?波特、科特勒（Philip Kotler）、德萊弗斯（Henry Dreyfuss）、洛伊（Raymond Loewy）等大師觀點，也透過Apple、Alessi、ASUS、IDEO、IKEA、P&G、Swatch、ZARA、7-11等經典個案，從MoMA的設計經典到哈佛的管理思考，精采詮釋美力背後的管理意義及帶來的深切改變！

## 作者简介

吳翰中
美國杜克大學企管碩士，台灣大學建築與城鄉研究所碩士，交通大學畢。
結合美學與管理的風格經理人。
協助杜克大學重新設計行銷策略課程，導入設計思考讓未來的專業經理人也能夠用左右腦一起思考。
曾任職於國內外重要文創與金融機構，包括亞洲開發銀行、國家文化藝術基金會、全球文化遺產基金會等，參與過以聯合國世界文化遺產為目標的投資評估。

## 书籍目录

【目次】
[地圖] World Map｜美學經濟的全球視野
[推薦語] 佩特羅斯基、夏鑄九等
[推薦序] 美麗的力量 李仁芳（政治大學科技管理研究所教授）
[自序] 從設計到管理的大旅行
Part 1 Design╳Business的100個關鍵字
1-1 Brand 1-20｜品牌
1-2 Role Model 21- 45｜設計師+管理人
1-3 Classic 46- 70｜經典設計+必讀著作
1-4 Idea 71-100｜觀念
Part 2【觀念篇】啟動變革的關鍵思考
2-1 Revolution｜打破美學經濟的10個意識形態
2-2 Management｜風格的管理：設計美學一致的行銷與經營策略
【Role Modle】丹麥家居精品Vipp
2-3 Thinking｜設計的思考：從美工技巧到設計思維的轉變
【Role Modle】創新設計公司IDEO
2-4 Change｜美學的革命：從設計風格到組織變革
【Role Modle】百年家電惠而浦Whirlpool
2-5 Design CEO｜從創業發明家戴森到美學執行長賈伯斯：用設計思考的專業經理人
【Role Modle】工業設計大師戴森James Dyson
2-6 From Style to Sales｜從美力到獲利：最美麗的設計線條，是向上的銷售曲線
【Role Modle】工業設計之父洛伊Raymond Loewy
2-7 People｜不只玩物喪志：以人為中心的設計與管理思維
【Role Modle】工業設計先驅德雷弗斯Henry Dreyfuss
2-8 Culture｜文化的技術：文創產業的管理知識，美學經濟的生產要素
【Role Modle】策略與競爭力大師波特Michael Porter
2-9 Society｜下一個社會：改變企業與社會的設計與管理思維
【Role Modle】百元電腦OLPC
2-10 Career｜下一輪美學盛世：準備給未來的設計與管理課程
【Role
Modle】史丹佛大學設計學院?多倫多大學羅特曼管理學院?伊利諾理工大學設計學院?歐洲工商管理學院?帕沙帝納藝術中心設計學院
Part 3【個案篇】美力管理的經典故事
3-1 Think Different｜蘋果電腦Apple：追求極致的設計思維
3-2 Renaissance｜瑞士名錶Swatch：設計產業的文藝復興
3-3 Dream Factory｜義大利Alessi：生產史詩的設計夢工廠
3-4 Design for All｜美學超市Target：從價格到風格，設計美好生活
3-5 Design Entrepreneurship｜紐約廚具OXO：讓美食始終來自人性
3-6 Design DNA｜寶僑P&G：用設計搶救品牌危機
3-7 Life Style｜7-11：巷口的美學覺醒
3-8 Brand Taiwan｜華碩ASUS：台灣製造的設計美學與破壞創新
3-9 Fast Fashion｜西班牙ZARA：打破時尚與管理的意識形態
[結語] Dialogue｜台灣脈絡與全球視野的10個對話
[致謝] 感謝那些在探索旅程中的指引
[附錄一] 延伸閱讀&參考資料

第一图书网, tushu007.com


[附錄二] 圖片來源與出處
[大事紀] Time Line｜美力到獲利的世紀回味

## 媒体关注与评论

從美學經理人到風格社會學家，從設計執行長到文創經理人　　從空間建築學者到文化人類學家，國內外專家一致好評推薦！

中文書市第一本跨海榮幸邀請到擁有「科技的桂冠詩人」、「科技社會史泰斗」美譽的杜克大學教授佩特羅斯基（Henry Petroski），以及杜克大學行銷名師莫爾曼（Christine Moorman）推薦！

## 编辑推荐

《美學CEO: 用設計思考，用美學管理》特色　　第一本為「台灣設計」和「品牌台灣」量身打造的設計美學管理圖文書　　第一本榮獲美國行銷與設計史大師共同推薦，國內產學研專家一致好評的中文書　　從Apple到ZARA的國際經典，從ASUS到7-11的台灣經驗　　從MoMA的館藏到哈佛的管理思考，快掌握與世界同步的文化創意管理思維　　建立設計美感與品牌知識，提升個人與企業的競爭優勢，一本就上手！

## 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