

知

it is JAPAN



知日MOOK
茶乌龙 / 主编

44

日本制造衰落了？

不！

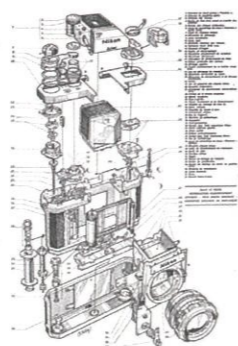
它比你想象的更厉害！

日本制造力！

Made in Japan

4 Nikon F 1959

龟仓雄策



5 | Nikon F 单反相机
6 | Nikon F 构造图

Nikon F 的诞生宣告了单反相机“明星”时代的到来，另外，Nikon F 也是尼康真正意义上的单反相机。在发售后的 15 年间，Nikon F 的产量高达 86 万台，尼康也凭借 Nikon F 受到了大多数专业摄影师的青睐。特别是在媒体云集的纽约，有 Nikon F 的人几乎等同于专业摄影师，也就是在这个时候，尼康成为世界品牌。

Nikon F 在设计上一举攻破了当时单反相机的缺点，同时也将自身优点发挥到了极致，虽然内置了五棱镜和镜箱，外形却并没有因此扩大，没有一点笨重感。同时它还能应对各种摄影要求的变换，在 1964 年东京奥运会上的摄影拍摄上担任了重要角色。Nikon F 的外观设计者是日本有名的现代平面设计师龟仓雄策。龟仓最初是尼康海报的设计者，同时还设计了 Nikon SP 的盒子包装。在 Nikon F 的设计上，龟仓选用了直线型构造，棱角分明的设计和顶部三角形的标识设计，几乎成了 Nikon F 的象征，整体所展现的洗练简洁，即便时光流逝也丝毫不显褪色。

5 电源插座 1962

松下电工 宣传部设计科

现在再常见不过的插座，在当时却是震惊大众的发明。在家用电器逐渐普及的 20 世纪 50 年代末期，电源插座在松下电工应运而生。

为了满足更多电器的同时使用，设计者将插座设置为立体状，并在其四周添加了两个插孔的插座形式，而它恰到好处的倾斜角是设计者为了安全着想而专门设计的部分。因为小孩子常常会对醒目的东西产生好奇，为避免由此带来的触电事故，插座的设计都以房间的基调色为准，同时为了在榻榻米房间使用也没有任何危险，插座都采用圆润的棱角设计。“安全”“耐用”“方便”，遵循着这三条原则，才有了这个方块状的插座设计。到 2003 年为止，这样的电源插座累计销售量达到一亿个，早已成为我们生活中不可缺少的存在。

在随着时光流逝不断被重新认识，从而不断被重新改进之后，设计就能达到所谓的极简状态，这也是产品本身最好的状态，即“Simple is the best”。



7 | 松下电工电源插座

6 G 文件夹 1964

平野拓夫

1964 年开始发售的第一代 G 文件夹（现在的 king 文件夹 G），白色的脊背上配有鲜艳的色彩，很符合现代设计风格。亲自操刀设计的平野拓夫说：“使用这个文件夹，能给你的办公室增添一抹明亮的色彩。”在 G 文件夹出现之前，日本使用的都是明治时代从国外进口的文件夹。这些进口的文件夹的脊背都是以灰绿色为背景，上面印有首蓿花的图案，贴有宽约 1 厘米、长约 8 厘米的细长形标签。平野回忆道：“过去的文件夹都是使用质地高级但是厚重的皮革，模仿书的样子制作出来。这种老式的文件夹已经不太符合现在经济高度成长期的需要了，现在的日本社会，需要颜色更明快、更加鲜艳的东西。这种 G 文件夹，脊部以纯白色为底色，这样大面积的白色，光是摆在书架上，就能让房间看起来很明亮。”

当然，G 文件夹纯白色的脊部不仅仅是为了给使用者带来明快的心情。书脊贴的标签上可以写下很多文字，平野解释说：“昭和三十年代已经是信息化的时代，每天需要处理的信息量很大，以前老式文件夹的细长形标签，已经不足以容纳下文件标题的字数。”另外，这种 G 文件夹所有大小都采用相同的设计，不会让人觉得混乱。自 1964 年上市以来，其设计从来没有变过。

G 文件夹是平野拓夫根据自己的工作经验总结设计的。平野之前在日本旧通产省特许厅担任职务，其中有一项工作是改善特许审查过程。在这项工作中，有大量需要阅读的文件，旧式的文件夹因为颜色比较深，且书脊处不能详细记载文件标题，导致他们的工作进展相当缓慢。平野拓夫就是在这样的工作中总结出了自己想要的文件夹样式，最终设计出了 G 文件夹。



8 | 为办公室带来一抹亮色的 G 文件夹

7 新干线 0 系 1964

日本国有铁道

1964 年东京奥运会召开之前，东海道新干线开业了。这个首次亮相在日本国民面前的“梦之特快”新干线 0 系，作为世界上超高速铁路的标志，或者说日本经济高速发展的象征，深刻地印在人们脑海里。1963 年试运行的时候，新干线 0 系就以时速 256 千米创下了世界纪录。

新干线 0 系的开发者曾多次前往机场观察飞机的构造，以求得到些许启示。最终制造出来的新干线 0 系，流线型的头部和蓝白色的喷漆都是模仿飞机制造而成的，直观印象上就能给人一种速度很快的感觉。

虽然外观上和飞机的机头相似，但是新干线 0 系是用木头模型，经过无数次的试验之后才得来的。为了使它安全性和高速性兼备，开发者进行了无数次的造型修正。

不单单是在外形上，车身内的座位、洗手间、垃圾箱、站点的标识等，都采用了统一的设计。这在工业设计还没有完全渗透到列车行业的当时，可谓是一项创举。0 系的设计和设计师息息相关。

当时日本的国铁车辆设计事务所次长星晃，觉得日本很有必要将设计引入列车行业，于是在 1953 年不远万里到海外学习。归国后，他便集合其他车辆制造者，讨论车辆设计的可能性。此后日本国内相关人员开始学习车辆设计。就在这样不断的学习与推进下，日本设计出了“Blue Train”等近代化列车。在有了列车设计经验之后，设计师们才又把这些经验活用到新干线 0 系的设计上。

新干线 0 系兼具美观性和功能性，座椅符合人体工程学，洗手间易于清理，带有明显的国有铁道风格。新干线 0 系的设计，为日本铁道列车设计黎明期的到来奠定了基础。



9 | 新干线 0 系列车

8 土星灯 (SATURNO) 1970

本泽和雄

土星灯是诞生于 1970 年的照明灯，其设计者是 YAMAGIWA 灯具公司的职员本泽和雄。

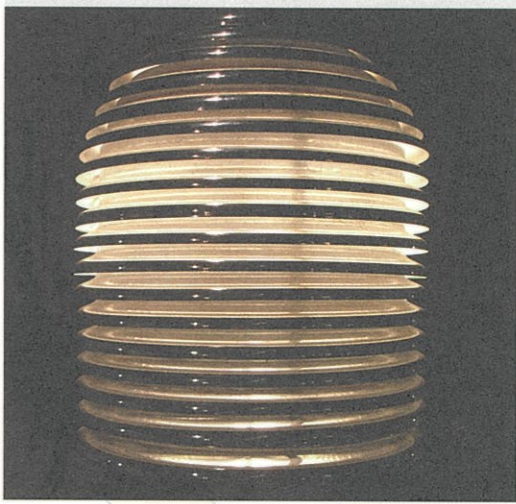
20 世纪 60 年代后半期，日本的灯具设计全来自北欧或者意大利，此时的本泽和雄却想设计出属于日本自己的灯具。

经过多次改动和试验，本泽终于设计出这款土星灯。但是由于土星灯的设计注定了制造出这种灯需要花费许多金属，这意味着土星灯的成本造价将会很高，因此，本泽的设计一直得不到公司内部同事的认可。

为了让自己辛辛苦苦设计出来的作品不被埋没，也为了改变日本一直没有自己设计的灯具的境况，本泽决定参加由自己公司举办的 YAMAGIWA 国际照明器具设计比赛。这次比赛的评委是当时有名的设计师剑持勇等人。在这次比赛上，本泽的土星灯得到了大家的肯定和赞赏，本来大奖是准备颁发给他的，最终他以自己是主办方的员工为由，没有接受大奖。但赛后，本泽的土星灯却以其优秀的设计而闻名世界。

之后为了土星灯的生产，本泽奔波于各个町工厂（马路工厂）之间。制作好的土星灯呈斗笠状，上面采用的是镀铬的钢圈，下面是白色合成树脂，灯一打开，光线会从线圈的缝隙中照射出来，表面镀的一层铬会将光线反射出去，看上去相当漂亮。

土星灯的设计之经典，让其过了 40 多年依旧引人注目。从 70 年代至今，土星灯跨越了漫长的时间，设计一直没有变过。



10

10 | 本泽和雄设计的土星灯

成为信仰 索尼设计：

刘英滕
text

“It's a Sony 展”在东京银座的索尼大厦落下帷幕。这是索尼大厦拆除重建时举办的一场产品回顾展，也是对这家公司 70 年间历代产品的纪念展。

展览里有一个细节值得注意：展馆内有专门一面墙，把索尼 Walkman 全部型号的产品都镶嵌了上去。每当参观者经过这里，就会下意识寻找自己曾经拥有过的那个款式，跟结伴而行的朋友分享自己和 Walkman 的故事。这些索尼产品，凭借出色的设计，成就了一代代人的信仰和回忆。



让消费品变得更现代吧！

1 | 矗立在数寄屋桥十字路口的索尼大厦，于 2017 年 3 月 31 日正式关闭，开始重建工程。“It's a Sony 展”就是在大楼关闭前，介绍自索尼成立以来发布的产品和广告展览。2018 年夏季，索尼大厦将化身为“银座 Sony Park”重新对外开放。

2 | Walkman TPS-L2

20 世纪末，索尼在消费电子产品上取得了成功，甚至帮助日本在这一领域挺进世界前列。索尼的成功，很大程度上归功于现代主义设计理念。

早在 20 世纪 70 年代，技术的进步使音乐走出家门变成可能，但当时大部分制造商认为，即便做出了便携的音乐播放器，人们还是会更愿意在家里享受音乐。而索尼的创始人盛田昭夫最先洞悉了随身听的广阔前景。型号为 TPS-L2 的磁带式随身听在 1979 年推出，它是世界上第一款磁带式随身听，也是索尼里程碑式的产品。除了主打便携随身听之外，设计上还有其他更多考虑。

TPS-L2 是完全从户外的场景出发进行设计的。它的全部操作按键集中在机身一侧，“快进”“回退”等常用操作在口袋里就可以完成；顶部显眼的橙色按键是 HotLine（热线）功能，按下它，耳机的音频输入源会切换到麦克风，让你听见环境音，不用摘下耳机就可以跟人交谈；TPS-L2 还配备了两个音频线接口，可以同时连接两副耳机，方便你和朋友一起分享音乐。

这种以功能为核心的设计，不过于追求形式，最终证明深得人们喜欢。与此同时，Walkman 品牌亮相，很快在世界范围内掀起了随身听文化，尤其受当时年轻人的追捧。

过渡到 CD 播放器时代后，1999 年发

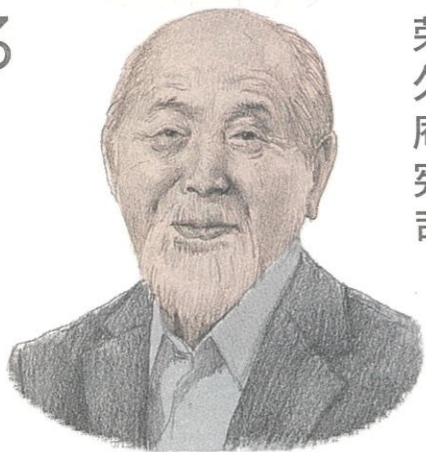
布的 CD Walkman D-E01/EJ01（EJ01 为海外版本），是 Walkman 诞生 20 周年的纪念款，索尼自然也下足了功夫。

D-EJ01 在中国刊登的广告图里，一个女生坐在座椅上，一手拿着饮料，另一只手伸进手提包，单手为 D-EJ01 更换碟片，突显了 D-EJ01 独特的吸入式光盘设计。当时人们觉得 CD 播放器都是需要翻开盖子才能套入光盘，而索尼打破了这一印象，第一次将吸入式光盘应用在随身 CD 播放器上，类似台式电脑主机的插入式软盘。这种设计不仅方便实用，还能更好地保护读取光盘的光头。

此外，D-EJ01 的配件也经过精心设计。拿线控举例，大部分 CD 播放器的线



3



荣久庵宪司

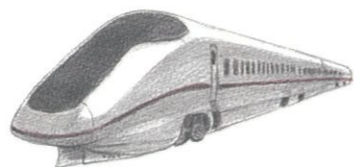
1929 ~ 2015

龟甲万
酱油瓶

这只如今日本家家户户都有的酱油瓶，包含了荣久庵宪司通过设计改善社会生活的美好意愿。在1961年之前，日本的酱油都装在1.8升的大瓶里，需要自行分装。为设计出最方便使用的酱油瓶，荣久庵用三年时间先后设计了上百个原型，最后才决定使用这款如水滴一般自然的“滝壺”瓶身设计，加上红色防滴盖，既方便使用，又利于保存。如今已热销4亿多的龟甲万酱油瓶，于1993年获得优良设计奖，并被纽约现代博物馆永久收藏。

毕业于东京艺术大学美术系工艺美术专业。1957年成立GK工业设计研究所，并任所长。担任多项要职的同时，也出任社団法人日本工业设计师协会理事、国际工业设计团体协议会（ICSID）名誉顾问、静冈文化艺术大学名誉教授、广岛国际大学客座教授等多种公职。1981年荣获美国艺术中心设计学院授予的名誉博士称号。曾荣获ICSID最高荣誉奖、国际设计奖、世界设计大奖等。

身为日本最大最悠久的工业设计集团创始人，被誉为“日本设计泰斗”的荣久庵宪司先生，终身致力于制作任何人都能接触到的优美设计。相信万物皆存佛性的他，在作品中也随时体现着平衡人与社会的思考，提倡“美的民主化”。在他眼中，设计不仅是简单的道具，而且是融合社会意义与文化特性的产物，好的设计能改善人们的生活并协调人类社会的问题。“终极的设计，就是能与自然界一起保持不变之物。”

秋田新干线
E3系「小町号」

为设计出大家喜爱的初代E3系电车，荣久庵事先走访了秋田当地居民，收集到诸如“飒爽”“同自然和谐共处”“未来”等期望关键词，并将其完整反映在了小町号上。在1997年投入使用的秋田新干线子弹头列车，一经推出便受到各方的喜爱，甚至以动画形象出现在了《铁胆火车侠》里。运营至今已运载超3600万人次的小町号，成为多款列车的借鉴原型，拥有持久深远的影响力。

4



黑川雅之

1937 ~

黑川雅之为江户时期流传下来的老字号“清光堂”所打造的铸铁壶，既保留了手工铸铁技艺的传统美，又以洗练的简约设计使其焕然一新，能自然融入任何现代的居住空间里。壶盖和把手利用现有的库存制作，根据用途不同可随意安装。黑色的整体造型，无形中提升了物件与空间的“气”，富有安静的禅意。

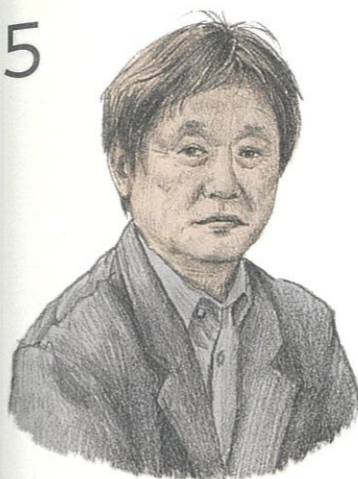
IRONRY
铸铁壶

*

本科毕业于名古屋工业大学，并于早稻田大学、金泽美术工艺大学取得博士学位。1976年成立黑川雅之建筑设计事务所，与自己后开设的设计公司DesignTope组成K-System，从建筑设计出发，在工业化建筑、产品设计与工业设计等方面取得丰硕成果。日本建筑学会、日本建筑家协会成员。

设计究竟是什么？黑川雅之认为，设计中有“内心的呼唤、规避寂寞的本能与对美的追求”。设计既是一种艺术行为，又是一种坦白与发问。他整理出的“八个审美意识”，即“微、并、气、间、秘、素、假、破”，既是原始情感被浓缩的代表性日本美学价值观，也是深受禅宗思想浸润的哲理式设计理念。

5



深泽直人

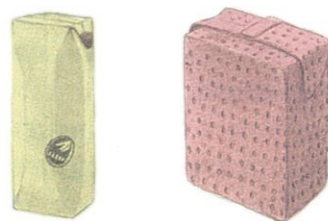
1956 ~

MUJI 壁挂式CD
播放器

配合拉绳开关的CD播放器，如一台排气扇一般挂在墙上，满足了用户的怀旧心理。拉动开关时，取代排气扇的，是流动而出的美妙音乐。小小的互动式设计足以与人产生情感共鸣。这款产品从2000年起畅销至今，成为MUJI将目光投向设计本质的契机，MUJI从此开始着眼于物品与人之间关系的探索。如今的MUJI在生活杂货与家具方面拥有庞大的商品群的原因，其根源都要追溯到这款CD机上。

毕业于多摩美术大学工业设计系，于美国IDEO设计咨询公司工作8年后回国，成立IDEO东京分部。2003年独立开设了深泽直人设计公司，为国内外多家知名企业进行品牌设计，获得德国iF金奖、红点设计奖、英国D&AD奖、美国IDEA金奖、日本每日设计奖、优良设计金奖等50多项大奖。2005年与贾斯帕·莫里森（Jasper Morrison）一道设立了Super Normal（平常至极）品牌。担任武藏野美术大学教授、多摩美术大学客座教授、无印良品顾问设计师、日本民艺馆馆长等职。

深泽直人的设计中，最重要的理念在于“无意识”，即将无意识的行动转化为可见之物。不同于现今社会固有的观念，在深泽直人看来，设计并不等同于惹人注目的造型。能使物品脱离不必要的修饰，回归其“应有的样子”，并无违和感地自然融入生活，反而比创造新产品更具难度。深泽致力于关注常人未意识到的细节，将使用体验从“适应”转变到“直觉”，升华了日常生活的价值，使人、物与环境达到全新的和谐境界。

概念包装
果汁的皮

在2004年的Takeo Paper Show（竹尾纸张展）中，深泽直人以一组果汁盒的包装设计赢得了全场的关注。他使用橡胶、纸等材质，制作了香蕉、草莓、猕猴桃、豆腐等系列包装设计。其逼真的质感、纤细的颜色表现，使这些概念产品如同实物一般，令观者无不产生想拥有的冲动。虽然目前并未得到量产，但这种将自然形态与商业产品相结合的做法，同样生动体现了深泽对自然与人的关系的思考。

6



小池和也

1956 ~

Tiger
不锈钢保温杯

在IDEA设计公司担任产品研发首席设计师9年后，于2012年创立Doogdesign，为日本国内外多家知名企业研发日用品、家具、家电等融合工业设计与传统工艺的产品。曾获优良设计奖、iF设计大奖等奖项。小池和也的设计贯彻了简约实用的原则，体现了以人为本的设计实质。

能随身携带，省去多余的色彩装饰，并能长时间使用的简单水杯，是许多人都有需求。从这种考虑他人的想法出发，以干净的色彩、便利使用感与长时间保温而备受喜爱的单手开合Tiger保温杯，是小池和也根据技能设计原理与能让人产生“眷恋感”的理念而不断改造的成果。

汽车设计篇

日本制造的历史变迁

1907 太古里一号 吉田真太郎 内山驹之助	1916 阿罗一号 (音译: アロ一号) 日本现存最古老的国产汽车 矢野幸一	1919 三菱 A 型 日本首次批量生产的汽车 三菱造船	1925 AUTOMO 号 日本首次出口的汽车 丰川顺弥	1932 DATSUN11 敞篷式 日产汽车株式会社	1936 丰田 AA 型 丰田自动织机制造所	1947 oyopettoSA 型 (中型汽车) 丰田汽车工业株式会社	1953 DATSANDB5 (小型汽车) 日产汽车株式会社	1955 铃木 LIGHTSS (轻四轮汽车) 铃木自动车工业株式会社	1957 Prince SkylineALSID-1 (小型汽车) 日产汽车株式会社	1958 斯巴鲁 360 K111 (轻小汽车) 富士重工业株式会社
---------------------------------	--	---------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	--	---	--	--	---

日本第一辆汽车, 诞生于 1907 年。从不见经传到闻名于世的汽车制造国, 日本花了 110 年, 逾越一个世纪, 这个世界汽车巨头创造了数不尽的经典。

1960
马自达
R360 Coupe
(轻小汽车)
东洋工业株式会社



三菱
500 A10 型
新三菱重工业株式会社

1961
日产
Cedric G30 型
(轻小汽车)
日产汽车株式会社

1962
五十铃
bererUPSD10 型
(中型汽车)
五十铃自动车株式会社

马自达
Carol 型
(轻小汽车)
东洋工业株式会社

1964
马自达
Family 800 Senda
(大众车)
东洋工业株式会社

1966
卡罗拉
KE10
(大众车)
丰田汽车工业株式会社



1967
丰田
Century VG20D
(中型汽车)
丰田汽车工业株式会社

1969
本田
N360
(轻小汽车)
本田技研工业株式会社

1975
斯巴鲁
LEONE4WD
(小型汽车)
富士重工业株式会社



1979
铃木
ALTO
(轻小汽车)
铃木自动车工业株式会社

1981
丰田
SOARAR
(小型汽车)
丰田汽车工业株式会社

1982
三菱
PAJERO
(新型四轮驱动)
三菱自动车工业株式会社



1988
日产
Clima FPY31 型
(大型汽车)
日产汽车株式会社

1993
铃木
WagonR
(轻自动车)
铃木株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

1990
本田技研工业株式会社

2005
丰田
HARRIER HV
(SUV)
丰田汽车工业株式会社



2000
本田技研工业株式会社

1918 T.G.E 货车 A 型 东京瓦斯电气工业	1931 马自达 DA 型三轮货车 东洋工业株式会社	1935 丰田货车 G1 型 株式会社丰田织机制作所, 自动车部	1938 日产 80 型 日产自动车株式会社	1955 DATSAN120 日产自动车株式会社	1961 斯巴鲁 Samber 富士重工业株式会社	1961 日产 SILVIA 日产自动车株式会社	1968 五十铃 117Coupe 五十铃自动车株式会社	1970 丰田 Celica 丰田汽车工业株式会社	1981 丰田 SOARER 丰田汽车工业株式会社	1986 日产 LEOPARD 日产自动车株式会社	1996 三菱 SUPER GREAT 三菱自动车工业株式会社	2002 丰田 SOARER 丰田汽车工业株式会社	2004 日产 QUON 日产自动车株式会社	2006 日野 PROFIA 日野自动车株式会社
-------------------------------------	-------------------------------------	---	---------------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--	------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------


1962
FAIRLADY SP310
日产自动车株式会社



1965
800 PU15
丰田自动车工业株式会社



1964
RA271
(日本首辆 F1 赛车)
本田技研工业株式会社



1963
S500
本田技研工业株式会社


1967
2000GT
丰田自动车工业株式会社

马自达
COSMO
东洋工业株式会社

1969
FAIRLADYZ
432 PS30
日产自动车株式会社


专业车

1984
MR2
丰田自动车工业株式会社



1989
Eunos Roadster
东洋工业株式会社

1990
NSX
本田技研工业株式会社



1991
BEAT
(轻跑車)
本田技研工业株式会社

2000
五十铃
GIGA
五十铃自动车株式会社

2004
日产
QUON
日产自动车株式会社

2006
日野
PROFIA
日野自动车株式会社

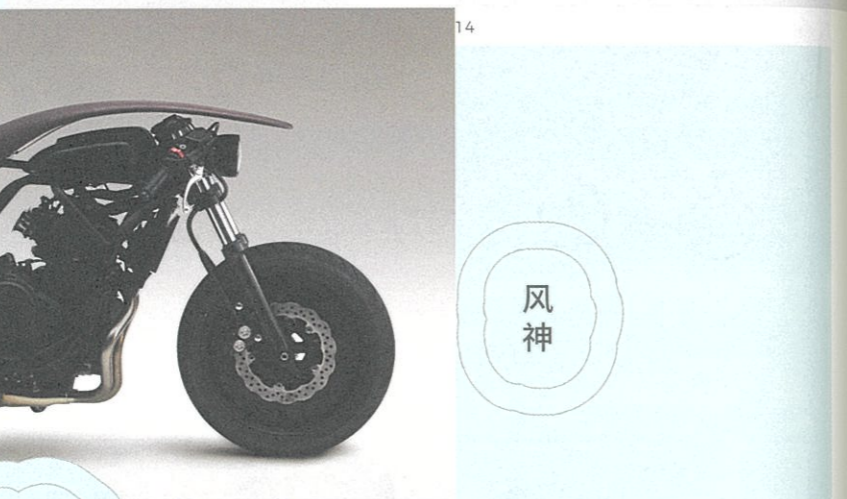


跑车 赛车 货车

Root 平方根

这款摩托车以马为原型，线条流畅，整体形状类似一个根号，设计师将坐垫往前延伸，木质的坐垫遮住了整个仪表盘和油缸，将摩托车的一切与外界隔绝。设计师认为，这样的设计能让骑手和周遭环境更完美地融合在一起。这款由乐器设计师设计出来的摩托车，看上去更像是一件艺术品。

13



14

风神

风神是一款四面环绕的双人木琴，中间的坐垫采用的是摩托车坐垫。风神的设计，可以将能量放大，让听众感受到不一样的乐声。一人演奏的同时，需要另一人转动键盘，这样360度的旋转，可以使演奏者在演奏木琴的同时，体会到骑摩托车驰骋的快感。

2016年，于神奈川县和六本木之丘，雅马哈又先后展出了雅马哈公司和雅马哈发动机公司合作完成的又一个设计项目&Y的两个作品：&Y01和&Y02。这款由摩托车设计师设计出来的架子鼓，以星球为概念，球体的四面均设有鼓面，鼓手不用再坐着打鼓，而是可以站在球体中间，随着音乐节奏自由舞动身体，尽情发挥，超越自我。

13 | 雅马哈公司和雅马哈发动机公司合作作品 &Y01

14 | AH A MAY 项目作品之一 Root，由雅马哈公司乐器设计师设计

名为“zero plus / minus zero”的电动自行车，有一个放充电座的底座。车主可以在室外骑这款自行车，并且，还能把它当成室内的健身单车使用，踩动脚踏板的同时，就在给电池充电。充满了电的蓄电池，可以拿来充当其他设备的电源。设计师设计这款自行车的时候，就是以节能环保为目的。

zero plus
—
minus zero

雷神



15

&Y01

&Y01是一个集“鼓”“音响”“轮椅”于一身的的设计。这款轮椅的设计灵感来源于在波浪间起伏的小帆船。轮椅本身非常易于操作，就好像有一个人在背后帮着推动一样轻松。背后的白帆内搭载了有音响，可以和手机连接，直接将手机里的音乐放送出来。侧面的轮子被设计成鼓面，车主可以跟随音乐的节奏击打节拍，这种设计让人不由自主地跟着哼唱起来。



17

16

15 | AH A MAY 项目作品之一“雷神”打击乐器，由雅马哈发动机公司设计师设计。

16 | AH A MAY 项目作品之一 zero plus/minus zero，由雅马哈公司乐器设计师设计。

17 | AH A MAY 项目作品之一“风神”木琴，由雅马哈发动机公司设计师设计。



&Y02

&Y02是一个半球形的设计。半球形中间是四个摩托车座椅和两个摩托车驾驶把手，四周设有多个音响，转动摩托车把手的时候，就能听见音响里传出来的音乐。音乐是什么样的，完全由驾驶者的操作控制。两个公司的设计师联合设计的这款&Y02，可以让坐在里面的操作者感受到操作音乐带来的未知的神秘移动感觉。

除了文中详细介绍的这些设计作品，近几年，雅马哈还有很多富含突破性和创造性的概念设计，里面当然有雅马哈发动机公司引以为傲的摩托车设计，也有很多雅马哈公司和雅马哈发动机公司携手创作的作品，例如 GEN 系列等。

音频设备篇 日本制造的历史变迁

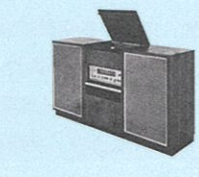
RG-700 (日本哥伦比亚, 1952年)
由柳宗理设计并在首届新日本工业设计竞赛会上获得特选一等奖的RG-700电动唱片机, 外观造型简练美观, 唱片播放表现出色。



Hi-Fi 高保真音响 (日本乐器制造株式会社, 1987年更名为“雅马哈”, 1954年) 作为雅马哈 Hi-Fi 器材制造的起点, 这款于1954年推出的音箱也成为日本首创。它也是雅马哈的长期设计合作伙伴——GK工业设计研究所早期的设计作品。



SE-200 飞鸟 半导体音响 (松下电器产业, 1964年) 既是音响, 又是家具。能完美融入和式与西洋式房间的飞鸟音响, 让人获得音乐享受的同时, 也提升了房间的高级感。获得1964年优良设计金奖, 并被列入1996年的优良设计奖 Super Collection 系列中。



S-75X (日本先锋公司, 1967年) 使用铝质压铸的唱片回转盘与天然胡桃木的外部设计, 先锋公司推出的这款 S-75X 分离式音响, 能忠实再现唱片的低音与高音之美。

音响系统

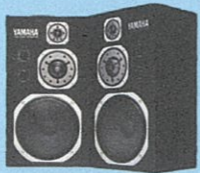
由扩音器、调谐器、磁带走带装置、播放器等部件组成的音响系统, 能组合出不同趣味的音乐。1970年山水电器发明的四声道合成器 QS-1, 开启了四声道立体声系统的篇章。



SL-1200 唱片机 (松下电器产业, 1972年)



DENON DP3000 唱片机 (日本哥伦比亚公司, 1973年)



NS1000M 扬声器 (日本乐器制造, 1975年)



LX-5 盒式录音机 (日本中道公司, 1981年)



L-530 扩音器 (日本力士公司, 1981年)



KT-7X 调谐器 (日本TRIO公司, 1982年)

收音机



DX-350 (松下电器产业, 1953年)

这款台式收音机由创建松下设计部门的真野善一设计, 获得第二届新日本工业设计竞赛的特选二等奖。

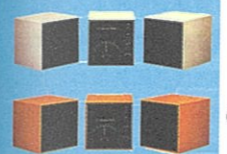


TR151 (索尼, 1958年) 世界首款装有调频波段的半导体收音机。



TR610 (索尼, 1958年) 轻薄到可放入衬衫口袋、操作便利的 TR610 半导体袖珍收音机, 是当时在国际市场上也很抢手的热门产品。

TFM-110F (索尼, 1965年) 与调频立体声适配器 STA-110 组合成的 TFM-110F 半导体收音机, 让收音机与适配器成了缺一不可的设计。



R-100 分离式收音机 (日本先锋公司, 1971年) 将分离式扬声器与收音机简单设计成三个小箱子, 既方便移动又保证了播放效果。



Cougar RF2200 (松下电器产业, 1975年) 作为一款能同时收听长波、中波、短波的真正高性能收音机, 外部的操作界面设计同时展现了丰富的操作功能与坚固感, 不管是收音机爱好者还是初学者, 都可以顺利操作。

1966年 小型盒式磁带实现国产化

盒式磁带录音机



ZUIKO PEARLCORDER (奥林巴斯光学工业, 1969年) 集录音机、扩音器与电池三个组件为一体, 奥林巴斯将相机技术应用到这台 ZUIKO PEARLCORDER 上, 使它成为当时世界上最小的盒式磁带录音机。



TC-1160 (索尼, 1968年) 将麦克风藏在机器内部的设计, 使这款便携式磁带录音机成为同类产品的标准模型。

收录两用机 + 磁带音响组合



P-COMBO PC-5 (日本胜利公司, 1980年) 小巧的音响与磁带录音机的组合, 颠覆了传统的收录两用机。



QT-F60J (夏普, 1987年) 这款产品拥有横长的优雅风格与低调的聪明设计, 开拓了新的消费群体。



ROBO 音频系列 (三洋电机, 1988年) 作为面向孩子群体开发的音响机器, ROBO 音频系列产品拥有明快的

色彩与可自由拼接的造型, 使用方式独特, 成为备受好评的幼教产品。

磁带专用播放器



Walkman TPS-L2 随身听 (索尼, 1979年) 首个去除录音功能的磁带播放器, 开创了随身听这一产品的新领域。



Wireless Walkman 无线随身听 (索尼, 1988年) 首次采用无线耳机, 让听音乐的用户拥有更轻松愉快的使用体验。

1982年 日本国产 CD 开始发售

CD 相关机器



CLD-7 (日本先锋公司, 1987年) 集慢转唱片、CD 和视频 CD 播放功能于一体的 CLD-7 兼容播放器, 为当时行业内的先驱产品。

便携式播放器

AST-C30 (雅马哈, 1989年) 不需要笨重箱型外壳也能播放超低音的技术, 大大增强了扬声器设计的自由度, 是当时领先的 CD 播放立体声系统。



CP-A4 (山水电器, 1990年) 扬声器设计成 A4 纸的一半大小, 便于携带搬运。同时具备集收音机、CD 与录像带播放功能于一体的音频系统。



RX-DT707 (松下电器产业, 1991年) 装有 CD 播放器的收录两用机, 关上装有磁带的顶盖后会从扬声器里播放音乐。



D-100 Diskman (索尼, 1986年) D-100 拥有 20mm 的迷你身材与 420g 的轻巧重量, 是一款方便随身携带的 CD 播放器。

1992年 MD (Mini Disk) 实现商品化

便携式播放器

MD-J (夏普, 2000年) 从磁带到 CD, 再到将二者合一的 MD, 夏普于 2000 年推出了当时最小、最薄的移动式播放器 MD-J, 并配备了充电时闪光的 LED 灯。

1996年 DVD 正式登场

多功能组合系统

书本式 CD 播放器 (良品计画, 2003年) 扬声器与机身浑然一体, 既简洁优雅, 又节省空间。



ETERNO EX-A5 (日本胜利公司, 2004年) 扬声器采用了最接近理想材料的木质圆锥形振动板, 与追求原音播放最佳效果的小巧部件相组合, 成就了这款经典的 DVD 播放系统。



X-PR9DV (日本先锋公司, 2003年) 这套综合式 DVD 播放系统采用平板式扬声器, 拥有可以自由挂在墙上的外观设计, 而且能播放 DVD/MD/MP3 三种格式的文件。

1999年 MP3 在日本开始售卖

2001年 可播放 HDD 的便携式音频设备登场

時代を動かす異端の経営者

张艺

text

东山研

interview

叶修

photo

BALMUDA

photo courtesy

BALMUDA

转动时代的异端经营者

BALMUDA

说到日本家电，大家大概会想起松下、夏普等知名日本品牌。但近几年，有一个叫 BALMUDA（巴慕达）的日本品牌异军突起，以崭新的电器设计横扫各大设计奖项。而这个 2003 年创立的年轻品牌，产品线却横跨了不少门类。从电脑散热器、LED 台灯、电风扇、烤箱再到电饭煲，这在传统的家电行业几乎是不可想象的。更为奇妙的是，从产品本身的外观设计，到功能设定，再到用户体验，与传统的电器相比，BALMUDA 都让人耳目一新，在一些创新上甚至可以说是革命性的。让人不得不好奇，这个日本品牌是由怎样的人创造的，他们有怎样的产品思路 and 经营秘诀呢？

BALMUDA 的创始人名叫寺尾玄，寺尾 1973 年生于茨城县，虽然出生于农家，但家庭环境却非常宽松自由。寺尾 17 岁从高中退学，去海外旅行。回国后做过音乐，立志成为一个摇滚音乐人，还与大厂牌签下合约。在认真地做了 9 年音乐后，2001 年，他决定以“造物”为已业，自学设计。在积累了大量知识后，他在自家附近找到了一处可以自由制作的工厂，并萌生了自己创立品牌的想法。

2003 年，寺尾玄 30 岁，拿着从亲戚那里借来的 300 万日元资金和自己制作的第一款电脑散热器 X-Base，创立了 BALMUDA。创业时公司只有他一个人，从商品制作到网站页面都由他一人完成。

2007 年，他制作了一款手工 LED 台灯 Airline。尽管这款台灯凭借精密的做工和设计，获得了不少好评，但突如其来的金融危机让日本经济遭受巨大打击，造价昂贵的它突然没了销量。

原本信心满满的寺尾玄不得不面临公司破产的境地，2010 年，他选择制造构思已久的电风扇，作为最后的赌注。这就是成就了 BALMUDA 的第一款家电 GreenFan。GreenFan 的大热，成为 BALMUDA 的转折点，之前只有 3 人的公司增至 50 人。GreenFan 以独特的叶片设计，再现自然界的风，获得了第 8 届 KIDS DESIGN 奖、2014 年优良设计金奖，杂志 WIRED 还把寺尾玄称为再次发明了风的男人。

寺尾玄并非专业出身，非同寻常的经历造就了他从本质思考的思维，他的工作方式也往往是从零开始。为了创造出一款可以成为未来家电的理想的风扇，他从风的原理开始学习。

GreenFan 之后，他开始思考人们的购买行为，他发现除了购买艺术品，人们在生活中购买的无非是“工具”而已。人们通过使用工具，引发某种体验的变化。换句话说，人们买的并不是物品本身，而是一种“体验”。将五感的体验，整合为内心的感受。

随后 BALMUDA 推出的加热器、加湿器等产品相继大热。2015 年，推出了“划时代”的烤箱 BALMUDA The Toaster，尽管价格不菲，这项设计仍凭借其他烤箱无法比拟的用户体验，迅速达成 20 万台的销量，并获得了优良设计奖。

BALMUDA 的每一件产品看似脱离常识，实际上却最符合当代用户的使用逻辑。从用户体验与使用场景出发，BALMUDA 的每一件产品都准确地击中了用户的“痛点”。BALMUDA 为何拥有如此大的魅力？其前所未有的经营理念和超前的设计思维或许是解开这个秘密的关键。这次《知日》来到 BALMUDA 公司，专访了创始人寺尾玄，听他自己谈谈一路走来的经历，以及 BALMUDA 奇迹是如何诞生的。

BALMUDA 产品线

2003

笔记本电脑散热器

X-Base



2008

手工 LED 台灯



Airline

2010

电风扇



GreenFan

2011

空气循环机



GreenFan Cirq

2013

空气净化器



AirEngine

2013

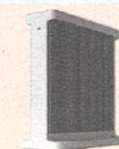
加湿器



Rain

2013

智能电暖器



SmartHeater

2015

烤箱



BALMUDA The Toaster

2016

电热水壶



BALMUDA The Pot

2017

电饭煲



BALMUDA The Gohan



2

異

1 | BALMUDA 位于东京西面武藏野市的本社。

2 | BALMUDA 创始人寺尾玄。“Life is Short.” 是寺尾玄的座右铭。被这个世界称赞，则是他不断思考后，得出的自己活着的终极目标。

3 | 高中辍学后在南欧旅行的寺尾玄

4 | 乐队时期的寺尾玄



安藤百福 方便面发明 纪念馆

6



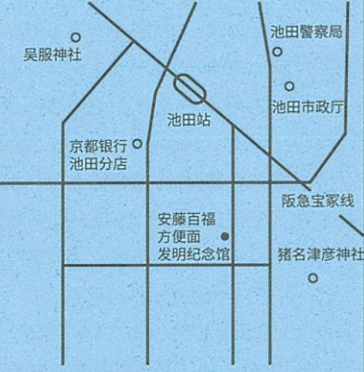
7



8



9



大阪府池田市满寿美町
8-25

乘阪急电车宝冢线在池田站下车，步行约5分钟

1958年，经过反复不断的研究试验，世界上第一碗方便面“鸡汤拉面”终于诞生在安藤百福家的后院里。这款具有划时代意义的“日本制造”食物，同时满足了便利省时、美味可口、易保存、价格低廉等诸多需求，在全球80多个国家和地区进行销售，堪称世界级别的日本本土发明。迄今为止，“合味道”方便面在全世界的累计消费量已突破400亿包，填饱了无数人饥饿的肚子。

如今的方便面作为餐桌上不可或缺的食物之一，早已司空见惯，但在当时，要找到它的制作方法并非易事。需要组合哪些材料才能使面团筋道不松散？用什么方法才能让面条便于保存、保持口感且能迅速用热水泡开？安藤百福费尽心思，试验多次后，才从一次妻子做的天妇罗中获得灵感，用油炸干燥的方法发明了首款方便面。在十几年后研发方便面杯面的他也同样追求细节完美，通过“反向构思”与“中间保持法”的结构设计使杯面能迅速泡开，顺利保证每一杯杯面都能在两分钟后食用。

38岁创立日清食品公司、48岁发明“鸡汤拉面”、61岁发明“杯面”、95岁还研发了“太空方便面”的安藤百福先生，一生都被创造的热情所驱动着。“对人类而言最重要的是创造力，发明、发现才会推动历史前进。”为纪念安藤百福先生的巨大贡献，安藤百福方便面发明纪念馆被特别设立在了方便面发祥地大阪府池田市，通过互动性的设施与体验性的活动传达发明与发现的重要性。



10

- 6 | 安藤百福方便面发明纪念馆
- 7 | 安藤百福的小屋模型，完整重现了当时他开发世界首款方便面的场景。独自投入研发的安藤百福，工具和材料都是自己收集后，捆扎在自行车后面运回小屋的。
- 8 | 半个世纪以来的800多种口味和包装，造就了日清的神话。
- 9 | 仅需300日元就可以自由搭配口味，创造属于你自己的鸡汤拉面。
- 10 | 这里收集了世界各地不同的日清方便面，汇成一墙“世界的味道”。

丰田产业 技术纪念馆

11



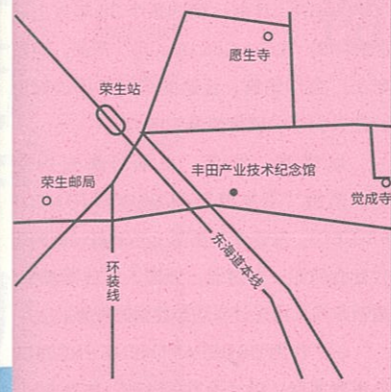
12



13



14



名古屋市西区则武新町
4丁目1番35号

乘名古屋本线在荣生站下车，步行约3分钟

著名的丰田集团经营着日本最大的汽车公司，旗下有500多家子公司及近35万员工，如今已跻身业内世界前十之列。在其发祥地“丰田自动织机制作所荣生工厂”上，丰田产业技术纪念馆在珍贵的遗迹中被建立起来，以记录这段日本制造的产业技术发展史，同时向大众传达“造物”的重要理念。2007年，丰田产业技术纪念馆被经济产业省认定为“近代化产业遗产”。

即使是对汽车行业毫无了解的人，到这里也能体会到“造物”所带来的乐趣。进入纺织机械馆内，仿佛穿越到了昭和初期的纺织工厂里。专业运转的纺纱机与织布机完整地再现了从棉花到布匹的过程，让人亲身体会到纺织的基本原理与技术进展的演变。

丰田纺织株式会社创始人——丰田佐吉先生于1924年发明的G型自动织机，实现了自动化生产，大幅推进了各国的纺织产业。

正因为织机的成功，创始人的儿子丰田喜一郎才获得了丰田汽车的启动资金。巨大的汽车馆里，囊括了汽车事业创业期、汽车构造与零部件、开发技术与生产技术四个部分。通过视频影像、互动操作、实物展示、技术模拟等多种方式，观者能全方位地了解汽车知识，同时获得多重文化体验。展馆内还汇聚了丰田集团各个时代的代表车型，从材料开发、设计、试验等多角度展示过去与现在的不同特点，可以让老爷车爱好者一饱眼福。

从丰田最初的卡车开始到最新的车型，汽车制造的进化史一目了然。



15

- 11 | 丰田产业技术纪念馆外景。
- 12 | 丰田纺织株式会社创始人——丰田佐吉先生于1924年发明的G型自动织机。
- 13 | 各式各样的织机，是丰田产业起步的基石。
- 14 | 丰田集团各个时代的代表车型共聚一堂。
- 15 | 从丰田最初的卡车开始到最新的车型，汽车制造的进化史一目了然。