



「鬼才」接班人杰米·海因

搞怪设计平衡实用与诗性



■ 涂鸦风格地毯取材自阿富汗和日本民间绘画，富有童心的瓷器也是手工小规模制造



◆ 陈培榛

哭泣的“米老鼠”长着鼻子、怪诞的“外星人”骑着绿公鸡、糖果色的“人偶”手托着长喙尖嘴的小鸟，杰米·海因(Jaime Hayon)凭借各种童趣搞怪的形象，成功地俘获了人们的注意力。天马行空的做派，加上大胆革新的作品，让他早早成名。在设计界，人们常常将他与法国“鬼才”设计师菲利普·斯塔克(Philippe Starck)摆在一起进行比较，称其为“鬼才”的“接班人”。



■ 为 Camper 设计的鞋子，一体注塑风格中融合了运动和舞蹈的风格

2004年，从学校毕业六年的海因，从贝纳通创意部门离职，开始自立门户。他凭借浴室系列AQ Hayon一炮而红，在业内声名鹊起。之后，这位西班牙“鬼才”在设计领域像开了挂一般大展拳脚。不到两年时间，他就被权威设计杂志《Wallpaper》列入了“十大年度最具潜力设计师”的榜单。同年，美国《时代》周刊又将其归为“缔造了我们这个时代的100位创造者”之一。

事实上，杰米·海因在生活和工作中并不是一个言行戏谑的人，相反他的思维严密紧实，更像是一位哲学家。接受媒体采访时，褪下古怪的外衣，西装革履的他总是语速飞快，对答如流。面对尖锐地提问，海因通常以无厘头的玩笑话做开

让材质自己讲故事

“为什么浴室都是白色的，冷冰冰的就像一间诊所？”、“为什么沙发靠背那么短，让人一点也没有安全感？”早在学习设计之时，还未散发出“鬼才”光芒的海因，对很多约定俗成的常规都充满质疑，俨然就是一个对一切事物充满好奇，非要打破砂锅问到底的“顽童”。

丹麦家居品Fritz Hansen的设计总监克里斯蒂安·格罗森(Christian Grossen Rasmussen)就对海因在设计Analog桌时，像“顽童”一般的“疯狂”和执着的场景仍记忆犹新。彼时，海因希望打破桌子非方即圆的常规造型，但因为理念太过前卫，整个品牌的设计部对他的这份偏执并不十分理解。不过，由于海因常常为设计带来惊喜，抱着这样的期待，整个设计团队开始听从他的指令行动了起来。“我们不停前奔后跑，把餐厅里的餐具挪到工坊，摆上桌，做成道具，测量好每一个座位需要预留多少空间，就像要进行一场木工比赛。”直到作品成型，大家才真正了解了海因的构想。“鬼才”的确没有令大家失望。海因想打造的Analog桌，既非方，也非圆，而是以不规则的造型同时兼顾了方桌的秩序功能和圆桌的平等社交象征。

“与其说海因是顽童，不如说他身上有一种

作品那般夸张，但不失童趣的造型表现出一种成熟而含蓄的条理，隐隐折射出对自然和人情世故的洞悉。“用一种材质，一次性抛光，严苛的标准，方能完整地展示木质的灵气。”海因坦言，他一直相信，来自自然界的材质天生都是会讲故事的，因为它们一头系着自然的灵性，另一头系着人性的深度。

让幻想接管灵感

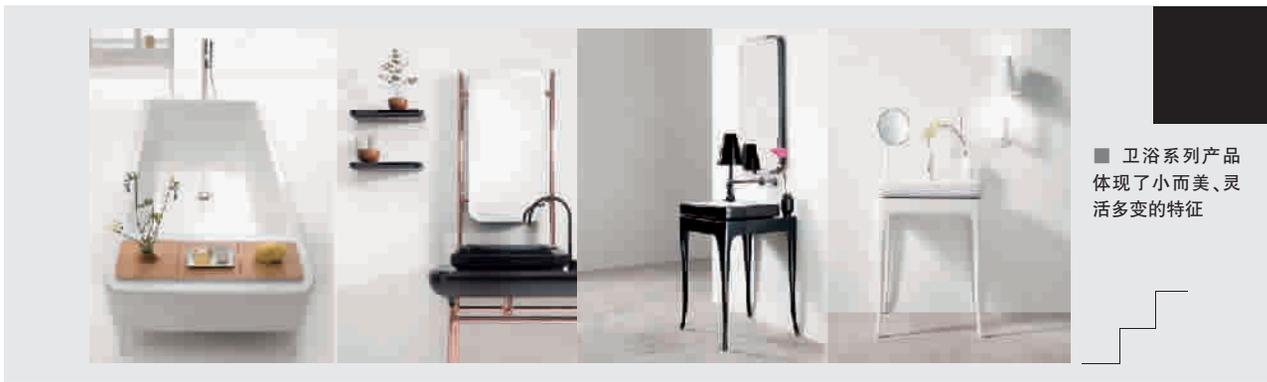
在判定设计会否成功方面，“鬼才”接班人海因也有一套独特的标准。首先，他对一些机构每年两季发布的流行趋势预测嗤之以鼻。“如果只听信市场的趋势，那我设计出来的东西准是垃圾。市场很多时候并没有一个好品味，甚至过度解读。”设计网站Dezeen评选十大轰动设计界的言论，海因一针见血的“市场预测无用论”和菲利普的“设计已死”的说法一起“成功”入榜。

而实际上，海因自己透露，他的很多设计作品出自信手涂鸦，或者是荒诞的梦境，“那些让人一激灵的想法稍不注意就容易变形，甚至消失，所以关键还是怎么去“玩”好它。”因为从小系统学习画画，并对此相当痴迷，海因至今仍保持着每天信手涂鸦的习惯。曾在多个国家工作、生活过，这番丰富的阅历也使得他的脑海中的设计素材更为充盈，甚至可以“调度自由”。“在设计时，我进入一种探究和选择的状态，让幻想接管灵感。”

“绿鸡”(Green Chicken)便是海因受到梦境启发、心血来潮的产物。这只造型诙谐的鸡，原本只是梦境中一闪而过的角色，最终，海因以涂鸦的方式记录下来这只鸡，未曾想鸡夸张的形体恰好实现了摇椅的功能，成为这位“鬼才”设计师童趣系列的代表作。而之后，这种风格在“我的马戏团系列”(Mon Cirque)，以及Lladro瓷偶，完整地延续了下来。

虽然不关心市场动向，但也正如海因的前辈菲利普所言，“我觉得自己是个设计师，也是个商人。”而“大玩家”海因，出于对设计作品在商业上取得成功的渴望，对市场的变化也相当敏感。不过，和菲利普承认自己带有商业属性不同，海因总是主张寻找“小切点”，来弱化芜杂的外界信息对设计所造成的“污染”。“大多数的沙发设计着力于为人们各种选择方案，导致消费者时常纠结，究竟是两把好还是三四把组合更好。”海因发现了人们购买沙发时常表现出的“选择困难症”，设计了一张“Ro”扶手沙发椅。“其实，我们只需要一把让我们坐的舒服的沙发就够了。”只不过，聪明的他为人少地广和北美和亚洲城市定制了两种不同尺寸的版本。“尺寸大的适合美式乡间小屋，而对土地资源稀缺的日本东京，大尺寸沙发会让空间显得逼仄。”

此外，海因还有一件独一无二的秘密武器。“我的妈妈，她对设计的理论并不了解，但是，她的眼光很老道，什么东西好不好用，什么材质能用上多少年，她心里都门清。”海因自豪地宣称，无论设计什么样的产品，无论他作为设计师有多么成功，他的标准中有一条始终不变，“设计好不好，能不能在市场上大卖，我还是要去问妈妈。”



■ 卫浴系列产品体现了小而美、灵活多变的特征

头，试图缓和气氛，然而，在真正切入话题之时，他又会以逻辑收网，将话题转圈，回到对设计的实用性和诗性的探索上。

对于为什么总以匪夷所思的古怪童趣造型展示自己的设计作品，海因也有自己的想法。“我只是希望用最直白的呈现方式，让消费者理解产品所传递出的生活乐趣，设计其实并没有那么复杂。”从巧克力、鞋履、瓷偶、家具到各种艺术品装置设计，海因所创造的作品，都带着童心未泯的真挚，没有低俗的讨巧和故弄玄虚的高雅。当被问及设计的成功秘诀时，“鬼才”的回答也出人意料：“成功？作为设计师，成功就像一个有魔力的包袱，你必须拥有它。但当你真的得到它的时候，你要做的第一件事情就是将它抛诸脑后，然后回到原点，重新开始，这样你才可能不断做出好设计。”



叛逆品质，对设计师来说，这是可贵的利器，让他在设计界所向披靡，”格罗森这样形容。凭借着这种叛逆品质，海因一次次撩拨起人们的视觉神经，打破他们对设计的固有认识——糖果色系的Camper鞋款风靡全球街头，“地中海数字巴洛克”(Mediterranean Digital Baroque)系列开启了陶瓷萌系设计风潮，为BD捉刀的showtime家具将古典优雅和现代童趣巧妙融合。而如今，随着年岁渐长，海因开始逐渐收敛起“顽童”的锋芒，叛逆逐渐转化为对“独善其身”的强烈诉求，一个成熟的“鬼才”成型了。

比如，为了纪念勒·柯布西耶逝世50周年，海因为意大利品牌Cassina定制了一套名为“诗意反应”(Reaction Poetique)的家具。在经过细致打磨的整块白蜡木材料表面，再施以一层黑色的亚光磨砂材质，海因勾勒的造型上虽不似以前的