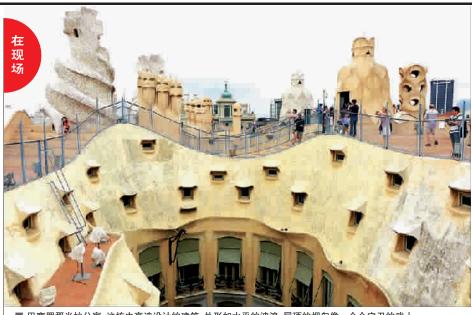
责任编辑:文 清 视觉设计:叶 聆

又成为城市里炙热烫手的词汇,这些无烟、环保主要以灵感 和头脑风暴为『驱动力』的各种活动,各大中城市可谓是你方 春节刚过 『设计』、『创意』、『艺术』及 派

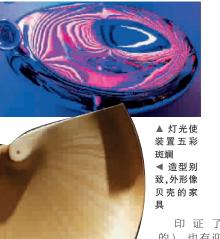
唱罢我登场: 计周、访问了各种双年展,走进了各个宏敞的『设计××』: 睹实则似曾相识的展和节,我们要思考 ,唯恐落在人后。 但我们在走过了眼花缭乱的! 



■ 巴塞罗那米拉公寓,这栋由高迪设计的建筑,外形如水平的波浪,屋顶的烟囱像一个个守卫的武士



■ 装置? 颠覆了传统概念的家具



的), 也有迎 合者, 所以即 使东方真的遇 见了西方,我们 "打铁还需自身硬", 你说呢?

### 思考问题 2 设计高手一定在民间

不仅是设计上海,国内各种展、节、周,都 时兴找来非黑眼睛黑头发设计师, 且越多越

比如建筑,扎哈、诺曼·福克斯、格伦·马 库特等等,请他们设计鸟巢、大裤衩、秋裤、巨 蛋,凡此种种大家都已耳熟能详。但,作为艺 术与生活之桥的设计,是否一定行必请大师? 我想起了一句"高手在民间"的话,尤其是在 经济文化高度发达的大中城市,"设计智库" 里应有民间的份额。

我们的民族向来智慧幽默, 且不说那些 卷筒做成墙花,衣服破了一个洞便绣只蝴蝶, 树墩子变成凤凰椅子的, 这些奇思妙想的呈 现者们都是你我身边的普通人;还有,也许你 听过橘子的广告——"甜过初恋", 网吧的"网 速实在太快,请系好安全带",还有彩票广告: "我给大家讲个故事:从前有一位屌丝,讲来 买张刮刮乐, 出去就变高富帅。至于你信不 信,反正我信了。"你说哪一个不是"宣传自己 像神"一样的高手?

说说西班牙的萨拉曼卡 (Salamanca)的 贝壳之家(Casa de las Conchas),这是一座 建于15世纪的非典型哥特式建筑,在建筑的 外立面上,密密麻麻地攀附着贝壳状的外凸 石刻,煞是惹眼;往里走,房子的大门、阳台、 扶手、灯具,极精致的花纹格局,加上镶贴着 扇贝样的贝壳,连扶手望柱上的狮子手捧的 盾牌也像扇贝,以至于参观者感叹"屋檐华丽 也算了,连个水漏也是个艺术雕刻","想必高 迪也来观摩过"。这栋用贝壳设计装饰的宫殿 今已声名远播,可是作者却是无名氏。



# 名头响亮接地气有多少

当邀请非中文名字的设计师为创意、设 计、艺术站台、走场、顶腰成为我们谋划创意 产业的习惯时,我们可曾想到过"票房",可曾 想到这些大师们的创意是否符合中国国情,



年前沪上的一场"西岸"双年展那惨淡的 参观场景让我们至今仍觉得:即使是政府行为, 也不该这样近乎傻地烧钱,那都是纳税人的钱 哪!我们从进去参观到离开,一个多小时里场 内所有的人(包括工作人员)不超过30人。这样 的艺术、这样的设计,无论专家们如何自我陶醉 自我赞许,也是失败的,因为它不接地气。所以, 联合国教科文组织"创意城市(上海)"一位负责 人所说,上海正在致力于:"搭建一个亲民互动 的平台,把设计的种子播撒到千家万户和每个 人的心中,让生活在这个城市的人们关注设计、 参与设计、享受设计。让繁复的设计'平民化' 易懂;让简单的设计'专业化',好用。

■ 登子的靠背

也可以是这样

令人欣喜的是,行业、企业率先行动起 来,海峡两岸运动鞋创意大赛已经办了数届; 中国元素创意大赛、各地官方的设计大赛近年 来也纷纷登场,最近台州的创意设计大赛内容 就涉及视觉传达设计、生活饰品、卫浴洁具等。 说近的,在"设计上海"博览现场,倒是对一家 名叫"如恩制作"的作品给我们的印象颇深,那 是一张由木材与玻璃钢制成的黑色座椅,已被 大英博物馆采用;还有瓷木结合的明式家具, 木质座椅配上陶瓷靠背,正如设计师所说:"家 具不应仅仅是工具,更应是艺术品。改良古典 家具,我们要向世界推广中国文化。



■ 由飞鱼组成的灯罩,极富动感

## 展览 进了锅里都是肉?

■ 破鸡蛋壳造型的茶几

◆ 刘艳丽(本刊特约评论员)

应该说,"设计上海"家具博览会有两 点是新亮点:一是参观人数爆棚,二是中 外参展的设计艺术家比例 2:8。当然是好 事,可是网上预约的瘫痪,受场地的限制 入场前的必须排队登记 (后来变成卖 票),让这种小容量的爆棚多少有些"心 虚";再者,想逃走的蜈蚣凳、绕灯游的鱼 儿,都是限量版的"私人定制",一把凳子 18万, 你买吗?

窃以为,设计虽然是跨界(生活的艺 术、艺术地生活)的,但跨界并不是没有创 意和艺术水准的遁词。设计的精髓是要诵 过艺术创作把文化和生活、精神世界和物 质世界连到一起, 因此设计的起点是悟透 文化、接上地气。

设计展不是东西方设计作品的杂烩 展。细检我们近几年来参观的各种展览,脑 海里可谓是纷纷扰扰,光怪陆离,虽然各种 展览的名头都很大,大有互不相让的意思, 但熟悉的面孔、作品的"转场",前卫却不接 中国地气的洋设计、拉到大腕就是胜利的 拼盘式展览,让我们脑子里乱哄哄、玩噱头 的印象相当"爆棚"

大家都知道、展览大都是有一个主题 的,比如伦敦设计周的"地标计划",它每年 的地标作品都让人印象深刻并津津乐道。 可是, 我们有几位展览人是忠诚于展览主 题并严格筛选参展作品的,倒是"进了锅里 都是肉"的展览常见。几年来,看着这些展 览, 脑海里不时闪现上海世博会鲜明的主 题和较为统一的展览内容, 看着现实想着 当年,还是念旧。

上海博海拍卖有限公司

#### 注:本公司长年征集拍品,有意可与本公司联系!

## 2014年首届中国古董及书画重要工艺品拍卖会

慈定于2014年3月13日(星期四)挙行2014年育期艺术品拍卖会 中国古董森件专场 共285件 ★注章事項: 1、表先人参加本の3

[2014年 日本 注章事項: 1. 先美人手加车运机。 有选身合用的必要完,又纳保证全人民申请万之公司 先加号等。例会176: 1. 企业车公司 先投或电话是投纳 办书干成后,如以关系 村縣大大作文保证金创,京旅7 最近在海克目野一日到达交马线65 本现在海克目野一日到达交马线65 本现在第564781788 博海雅集中国书画专场 811件 ★拍卖时间: 2014年3月13日 星期四 中国古董上午11:00 中国书画下午1:30
★預展时间: 2014年3月11日-12日上午10:00-下午6:00

徐小姐 13564781788 周先生 13917777340

上海市王宝和大酒店五楼宝和厅 (上海市黃浦区九江路555号)

传真: 65859107 公司地址: 上清市虹口区周察城路388号(新建路口) 邮票 200080

## 国",所以举办方称"是中国迄今为止规模最 大的国际原创设计博览会",是"东方遇见了

齐聚上海, 其中 90%的品牌为首次登陆中 西方"。其实,说东方邀请了西方,英国公司允 而操刀似乎更为合适: 再者, 巨大的设计帽子 下面,其实是家具展,于是走出展馆,不免心 生被忽悠的感觉。设计视野里,家具毕竟只是

极小的一块呢。

真的是"西方遇见东方

追捧的词汇,可是和有着悠久创意传统的西

方创意强国相比, 我们尚处于起步追赶的阶

涉设计产业,找西方就成为坚定的思维定势,

就像这次名头响亮的"设计上海",巨大的帽

子下,同样"逾150个世界知名艺术设计品牌

"文化创意"产业当然是近年来国人极力

所以, 无论是什么名义的洗艺术洗创意

作为新兴经济体越来越受到世界重视的必然 结果,可是当我们徜徉在气势颇为宏大的"竹 林深处",看到被裁剪的粗粗竹竿,零碎飘荡 着的印花布,听着各种林间声音的"营造":这 位爱尔兰艺术家分明是试图用中国的元素迎 合中国的观者,就好比西医遇见了中医,我们

我们邀请人家并能邀请到, 当然是中国

的感觉就是西方艺术家碰上中国观众时表现 出的生硬且无厘头, 倒不如清晨走进乡间的

竹林更来得的的真真而新鲜水灵。 还有英国老牌制造商葛福瑞(Geoffrey Parker Games)设计的中国"国粹"—

桌,麻将盒旁站满了参观者。盒子分为4层, 第一层装雪茄,第二三层放置麻将牌,最后一 层空间最大,用于摆放茶杯。一位老者观看后 感叹"真是中西合璧",我们看了心里味道怪

西方来到了东方之后,西方艺术家们有 先行者、有疑虑者(一楼设立的知识产权室

陈守文(本刊特约评论员)

文

钟媚

荣,蔚成时尚。

思考问题 🚹