意大利家具工艺的“保鲜秘诀”

专访米兰理工大学工业设计学院主任

◆ 陈琳

近日，作为“2015上海设计之都活动周核心系列活动”之一的“化境·设计讲坛”，在位于上海江宁路的多摩仕奥瑞家居体验馆举行。受Geogre Cheong邀请，四位来自意大利米兰理工大学的著名设计师、设计史学术权威，在为期五天的论坛上，结合体验馆内大量古董家具收藏，为一众国内设计师详细解读了意大利家具、室内、灯具设计的发展历程，对16、17世纪意大利文艺复兴时期的家居装饰、罗马建筑、巴洛克建筑以及19世纪中产阶级的建筑一一作了详细的解读。

“时间还是太紧张了，即使我把内容浓缩再浓缩，仍尤嫌不足。”四位专家之一的Francesco Scullica，在接受《新民晚报》独家专访时，对上午紧凑的讲课还显得意犹未尽。作为意大利设计史学术权威，意大利建筑室内学博士，米兰理工大学工业设计学院主任、欧盟伊拉斯谟-苏格拉底室内设计学院发起人、米兰国际家具展组委会成员，Francesco Scullica曾经教授过诸如Patricia Urquiola等众多设计界“当红炸子鸡”。

为什么意大利家具能够在历史长河中经历时间的考验，继承传统的同时，居于世界设计的潮头位置？意大利家具设计发展经验又将会带给中国设计界什么样的启示？Francesco Scullica给出的答案值得人们深思。

◎ **新民晚报**：翻看设计史，我们发现很多珍贵的老工艺都已经消逝。意大利家具历史源远流长，很多古老的制作工艺保留至今，并且还被大量运用到当下的家具制造上。你认为，意大利家具，尤其是古典家具行业的“保鲜秘诀”是什么？

● **Francesco Scullica**：这要从几方面来分析。首先，媒体在不遗余力地为这些古典家具的老手艺造势。在历史传承方面，媒体起到了很大作用。时尚设计杂志的报道凸显出老工艺的社会价值，电影中时常展现的古典家具在很大程度上提升了消费者对老工艺的兴趣。还有米兰家具展这样的平台，向全球的买家展示一些老工艺和意大利家具的传统，获得国际设计界的认可，也会有所裨益。

另一方面，因为消费者对这些家具和工艺有一定的鉴赏能力，所以他们有消费的需求，愿意为这些古典家具买单，知道自己需要什么。那些掌握制作工艺的传承人会收到他们的订单。有需求有市场，这些老工艺自然能够生存并且得到发展的机会。再次，我们在培养设计师的时候，也会让他们尝试着用新的设计混搭老手工艺，用现代搭配古典，让老工艺以另一种面貌进入现代人的生活之中。设计师的作品对消费者也有很强的引导作用。有人懂得欣赏，有市场，有创新，有引导，年轻的工匠们自然愿意去学习和继承那些老工艺。

■ 曾经教授过诸如Patricia Urquiola等众多设计界“当红炸子鸡”的Francesco Scullica

◎ **新民晚报**：和新设计结合在一起，往往能够赋予老工艺和古典家具以新的活力。

● **Francesco Scullica**：的确如此。意大利家具流派众多，但总的来说，可以分为两大派，一派是秉持传统的古典家具、新古典主义，另一派是现代家具设计。当然，两派之间也并非泾渭分明，相互对立。不同流派之间相互交融，相互借鉴，包容并蓄。可以这么说，如果某一种流派封闭了，那么它们的生命力就停留在此了。

现代的设计师、工艺师通常都会在不同的流派之间权衡、做选择。新老流派彼此交融，又会产生新的风格，各种流派和风格之间关系错综复杂，作为研究者，通过家具的线条、装饰物去解读这种关系更迭，饶有趣味。

◎ **新民晚报**：设计师的培养对意大利家居设计的传承和兴盛起到了至关重要的作用。你在采访中也多次提到设计师的重要性。米兰理工大学培养出了不少知名设计师和建筑师。在你看来，优秀的设计师需要具备哪些特质？

● **Francesco Scullica**：激情投入很重要，但设计师最大的忌讳就是闭门造车，沉浸于自己的世界，这样的人，他很可能是纯粹的艺术家，而不是设计师。设计师具备的能力，第一就是对什么样的对象，要拿出合其心意的方案。听上去很简单，但是，这很考验设计师对人、对物的判断力，他必须在和客户沟通之中，准确地知道对方的喜好、审美品位，为他找出合适的解决方案。另外，我们还会鼓励设计师和当地的家具工坊、工作室进行沟通，明白什么样的设计能够被尽快、完整地制作出来，什么样的设计要找什么样的制造商来加工。当然，还有前面提到的和媒体的关系，他应该学会如何在大众面前精准、富有艺术性地表达自己的设计理念，让尽可能多的人接受自己的设计。

◎ **新民晚报**：所以，设计师需要做的不但是全情投入自己的设计中，而且要成为一个善于与人沟通，乐于与人沟通的角色。

● **Francesco Scullica**：没错。设计是为人的设计，而不是为设计本身去进行设计。我也可以谈一谈自己的经验。判定一件设计作品是否优秀，作为评委，我们通常不会先入为主地观察作品的外观和功能。我会先和设计师本人做一番沟通，看看他的个性、爱好、审美倾向，然后再看看他是为什么人在设计，这种设计是否在更大的环境中能够成为和谐的存在。我会把这些信息，和眼前需要评判的作品关联起来，解读作品的“综合素质”，做一个综合的评价。

◎ **新民晚报**：中国设计讲究意境，和你所说的作品与它所在环境是否和谐相类似。不过，在整个设计和评判过程中，人的因素贯穿着整个设计过程，这是中国设计师比较少提及的。设计师和评委花大量的时间去研究人，包括人的感情，人的审美，这样做会有什么样的益处？

● **Francesco Scullica**：这就是中意两国在设计教育和设计管理方面的不同之处。中国很多设计师对物的判断很敏锐，设计速度非常快。很难说，哪种方式孰优孰劣。但是，花费大量时间投入到对人的研究上，是意大利设计教育领域沿用多时的传统。也正是因此，和中国设计师相比，意大利本土设计师进行工作的进度并没有那么快。他们的作品在经历比较漫长的过程之后，显得细腻而富有情感。当然，全球化让整个世界的生活、工作节奏都加快了不少，意大利设计师也在这方面调整自己。据我所知，有意大利设计师在中国工作时，也非常适应快速的设计方式。

◎ **新民晚报**：其中，你还提到了家具制造商。他们一方面扶持设计师，一方面传承老工艺，开拓新工艺。让人吃惊的是一些知名的意大利家具制造商其实规模并不大，甚至堪称迷你，但它们却表现出国际化的特质。

● **Francesco Scullica**：其实，无论是设计师还是评委，抑或是家具制造商，都需要在对外沟通上保持活力。很多家具制造商之所以不扩大规模，是为了在对外沟通和决策上保持灵活。他们更愿意在挖掘优秀的设计、保护精湛工艺方面投入资金。而盲目扩大规模，会使企业丧失灵活性，反而是一件糟糕的事情。国际化则是他们生存和发展的必然选择，一件作品能够被全世界认可才有成为经典的机会。现在，我所了解到的是，中国家具制造商也开始走这样的道路，开始培养消费者的品位，开始为设计师提供各种崭露头角的机会。就比如多摩仕奥瑞家居体验馆举办的这次活动，我希望通过中意双方通过各种沟通彼此学习，在交流中碰撞出新的火花。

■ 多摩仕奥瑞家居创始人George Cheong

给中国市场一点点耐心

◆ 陈琳

拥有30年高端家居品牌运作经验，多摩仕奥瑞家居（Domus Aurea Collection）创始人George Cheong并没有急于功利地将体验店内的沙龙活动和家具销售捆绑在一起。在他看来，让人们花钱把一套拥有复杂装饰和精致曲线意大利新古典主义家具搬到客厅之前，应该让消费者和设计师了解其中所蕴藏的深厚文化内涵，学会在细节处品鉴。

举办“2015上海设计之都活动周核心系列活动”之一的“化境·设计讲坛”，邀请米兰理工大学四位设计学教授前来讲课，只是George Cheong培养设计师和消费者对意大利古典家具鉴赏力的第一步。在体验店中，他专门辟出一层空间，摆放他花费多年时间从欧洲收藏的古董家具。在这里，人们可以近距离欣赏包括巴洛克式、洛可可风格、拿破仑时代、新装饰主义、新古典主义等不同年代的欧式家具。

“我并不担心别人来这里参观的时候抄袭这些家具，”在接受《新民晚报》专访时，George Cheong坦言，不懂这些家具背后的抄袭者，拷贝的只是外形，但模仿不了这些经典家具的神韵。“比如说，猫爪装饰常常作为古典家具的支柱出现，但它具体代表了什么含义，有什么样的渊源，究竟在哪些年代的家具上出现，这都是大有学问的。”不了解其中的文化含义和历史背景的抄袭者，常常拷贝的不伦不类。“每一根线条、每一个装饰花纹，都有它的故事和含义，凝结了制作工匠和设计师的经验和智慧。”George Cheong认为，真正懂得这些家居文化的人无暇消费仿制品。“因为他们通常希望寻找能够传世、做工精良的家居设计，有形无神的山寨家居不能满足这种需求。”

按照George Cheong的说法，现在正是引导和培养中国设计师和消费者对古典家具、手工艺审美品位的大好时机。“中国消费者有购买力，也愿意为传世家居投资。我们所要做的，就是多一点耐心，培育这个市场，让它进入良性发展的轨道。”他拿意大利家居设计制造行业为例进行说明——正是因为消费者常年浸润在意大利历史悠久的家居文化之中，他们对其背后的内涵有着比较深刻的了解，也懂得鉴赏，愿意为此买单。有这样的消费氛围，意大利家居才呈现出包容并蓄，古典和现代设计同样兴盛的局面。

“尤其是，消费者对古典家居和新古典主义家居的喜好更需要慢慢培养，”George Cheong说，在国外上流社会，古典和新古典家居是审美的主流，代表了一种古老文化的沉淀。在国内，年轻的富裕阶层通常偏好的是极简主义以及平板家居。“这些设计的确有精巧之处，但和这些古典家具相比，缺了一些经过岁月雕琢的神韵。”不过，根据他的观察，通常，在这些年轻人视域更加开阔，生活方式以及审美变得更为国际化时，他们对家居的喜好也会发生改变。“在欧洲，当你家里摆放着一套古典或者新古典主义的家具，人们会认为你来自一个具有old money的家族。在国内，一些人也开始有了这种意识。”

此外，George Cheong也在着力培育中国设计界的新锐。最近，他宣布与意大利知名家具品牌Driade联手举办“一计成名”，旨在挖掘国内具有大师潜质的设计新秀。据称，设计师们提交的作品只有一件能够最终获胜，这件家具将走上Driade的生产线。设计师本人将和Driade其他国际大牌设计师，参与米兰家具展等国际国内重要家具展览。获奖名单将在今年9月27日的上海设计之都活动周展会上揭晓。George Cheong对比赛结果寄予厚望。“中国原创设计力量正在崛起，届时揭晓的获奖作品，一定不会让我们失望的。”