



灵感城市 设计之都 创意上海

指导单位:联合国教科文组织“创意城市”网络(上海)推进工作办公室
协办单位:上海设计之都促进中心

新民晚报 月末特刊

本报副刊部主编 2017 年 2 月 4 日 星期六 总第 646 期
责编:吴南瑶 视觉:戚黎明

C1



中国风,延绵古今的设计颂

◆ 陈琳

就在当下,中国元素和中国风设计已经成为全球设计的主流风潮,十二生肖文化创意壁灯的畅销只是其中的一个典型的例子。当很多国内的消费者还对淡然的无印良品和简约的北欧设计津津乐道、乐此不疲时,先知先觉、有着敏锐洞察力的设计师们已经早早踏上了探索新中国风设计的道路。上下五千年的文明造就了中国风设计包罗万象,万变的面貌和不离其宗的风格。中国风设计运用灵活多变,并没有固定法则,关键在于用心和领悟。

涵待开发的历史宝藏

曾为 LV、爱马仕等品牌设计配件的法国独立设计师娜塔莉·索基尔卡(Nathalie Sokierka)表示:“说西方人对中国文化不了解,完全是个误区。对中国文化心驰神往的人不在少数。”娜塔莉举例说,法国总统奥朗德就是一位名副其实的“中国通”。娜塔莉坦言:“在西方上层社会,人人都会收藏一些中国的古董和古老工艺品。如果有人能重新让这些古老的文化工艺展现在我们眼前,我们决不会说自己不知道或者不感兴趣。”

事实上,中国风流行并不是现在才发生的故事。16 世纪欧洲至东方的航线开辟以来,“中国贸易”兴起,中国的瓷器、家具、丝绸等艺术品大量输入欧洲,在欧洲掀起了一场波及诸多领域的中国热。欧洲中国风设计也由此而兴盛。欧洲工匠一是以中国为主的东方外销艺术品作为灵感,二是参考 17 至 18 世纪中国游记等著作中的插图。同时,他们对中国瓷器和漆器的制作工艺也进行了十分细致的研究,成功地创制出自成体系的制漆与制瓷技术。在不同的国家,中国风设计的流行与表现形式也因为不同的风土人情而出现差异。它首先兴起于荷兰商人群体,很快在德国、英国、意大利、北欧、俄罗斯、波兰等国家流行开来。如今,要在这些国家的古老庄园找到一两件古董级中式屏风之类的家具并非难事。当中国风设计登陆法国,很快便形成了与

海外买家能否顺利读懂来自东方的古老文化符号?

农历丁酉年春节,不止是中国人和华裔在举杯欢庆,中国的年俗文化在海外也产生了巨大的影响力。由上海佰德照明科技股份有限公司研发设计的十二生肖文化创意灯系列在海外上销量火爆。纤薄的 LED 灯被做成了字帖的造型,灯面上方是知名书法家、篆刻家陆康为其定制的十二生肖图腾印章,下面则是其苍浑秀润、洒脱豪放的墨宝。将这十二盏壁灯挂在墙面上,远观之,俨然是十二幅大开大合的写意字帖。对很多海外买家来说,能够以合理的价格买到这种兼具照明功能,同时又带有浓厚中国文化底蕴的设计产品,踏破铁鞋无觅处,如获至宝。

本土的巴洛克与洛可可风格水乳交融的格局,变得更加“入乡随俗”,造诣登顶巅峰。

“西方的中国风设计兴起,最早在陶瓷和家具中体现出来。”《十七至十八世纪欧洲的中国风设计》作者、艺术设计史学者袁宣萍介绍,数百年前的东西方相遇,中国风已经展现了极强的文化魅力、适应性以及包容并蓄的吸收力。而现在,当西方出现所谓的“设计过剩”现象。不少设计师为了俘获人们的注意,绞尽脑汁去玩新概念、新材料,甚至用水泥、枯木、头发作为家具材料,几乎无所不用其极。此时,他们中的一些人倏然发现中国传统文化是一个亟待开发的设计“大金矿”。

“中国设计师不必如此辛苦,只要从古老的文化财富宝库中截取那么一个碎片,好好发挥就能做出优秀的设计。”对中国文化钦慕已久的法国设计师琴·波吉尔(Jean Boggio)言语之中并不掩饰妒忌。的确,书法、篆刻、灯笼、折扇、窗花、丝绸、唐三彩、刺绣、白玉、陶瓷、珐琅掐丝,与洛可可齐名世界的明式家具设计,随意在这些醒目的中式元素汲取一瓢,就足以赚取人们的眼球。事实上,波吉尔本人亦尝到了中国风设计的“甜头”。在接手一家酒店的再造设计委托时,他着意用自己对东方的臆想,在酒店布置了大量的陶瓷制作的牡丹、竹节、四角塔。丝毫不在意色彩过渡的他,用近乎任性的满铺方式,在缤纷的墙面绘制了大量穿着中式古着的杂耍人物和动物。果然,主打中国风设计的“东方意象”楼层不负波吉尔所望,一度成为业内外的热议话题。

说起中国和中国设计,很多西方设计师的眼睛都会发亮。米兰家具展主席罗伯特·施耐德瑞(Roberto Snaihero)也发现了这个秘密。“中国已经成为各国设计师们最为重视的市场之一,对于中国的热情激发起他们对中国文化和中国风设计的探究好奇。”正如施耐德瑞所言,就连一贯主打北欧简约设计的宜家,近年来亦频频在中国风设计上发力。从效仿明式圈椅推出的“乒乓”系列,到每年春节之前推出的包括杯垫、餐桌布在内的生肖特别产品,无一不是用中国传统文化来讲故事。

顺势而为的驾驭之道

然而,很多中国元素看似像温情脉脉的君子,其实风骨藏在外表之下,如果没有炉火纯青的设计手法和别具一格的设计理念,它们实则被难以驾驭。尤其像刺绣、仿古瓷器、雕梁画栋,以及明式家具,在产品设计和室内设计中动用这些物件,必须为它们制造合适的情境。

错误的示范近几年来并不罕见。一些大牌为了所谓的眼球效应和市场,刻意动用了生肖等年俗元素,但结果因为没有深入揣摩中国风设计的内涵,反而让这些中国元素成了浮于表面的图案拼贴。设计师也始终在中西式的色彩和线条之间左右摇摆,拿捏不到位,让不少知名品牌的中国风设计受到网友诟病,被评论说“太丑了”。

“融入西方设计环境中的中国元素,应该像一段清爽的留白,一首玄妙、曲折的乐曲,让人回味无穷。”“世界看见”民艺设计再造项目发起人朱哲琴认为,中国风设计最完美的状态应该是恰如其分地和现代语言、现代技术、现代制造工艺结合,与古为新,而不是一味地笨拙地临摹,生搬硬套,这么做反而适得其反。

实际上,如何将古老的地方文化作为设计元素,精巧无声地融入现代设计之中并非易事。用佰德照明董事长、中国照明学会理事陈卫平的话来说,十二生肖文化创意灯,其文化意义要远大于灯具的照明功能。他们巧妙地将 LED 灯做成了字帖造型,既体现了文化传承的意味,又符合现代人对照明产品功能、装饰兼具的需求。浓郁的中国风情设计、精益求精的匠心制造工艺,以及简约而不失儒雅精致的中式禅意气质,是这款产品在竞争激烈的海外照明产品市场上胜出的重要原因。而在室内设计方面,澳大利亚设计师乔纳斯·汉特弗斯(Johannes Hartfuss)打造的楚地文化酒店房间的手法可圈可点。他用简约作为设计主线,以深色的实木打造了墙面和橱柜,为整个空间增添厚重感。同时,他将打磨好的石料刻上鸟、龙的图腾作为壁灯,仿古青铜制作的方鼎和斧钺作为装饰物,再使用楚地出产的仿古陶制茶壶,美化客房空间。这样点到即止的“安插”方式,让酒店的每一个空间在看似不经意之间,散发出古代楚国雄浑的气场。相形之下,波吉尔的疯狂铺陈做法,似乎有点过于“满溢”了。

设计师梁志天坦言,中国风设计其实就是一曲从古至今,延绵不绝的设计的颂歌。中国风设计可俗可雅,可闹可静,可诙谐可肃穆,可以天马行空、云卷云舒,亦可深沉内敛,凝重浑厚。“打个比方来说,如果把室内设计比作煲汤,窗外的几叶竹子、房间里的一堵云墙、几盏瓷器花瓶,就足以调出中国‘鲜味’。但最关键的是,这些元素必须与空间情景完美融合,否则流于表面的装饰,未免让人感到设计师的平庸,就像食材没有入汤味,着实浪费了。”