



多米尼克·特沙雷： 在“命题作文中”寻找空间

◆ 黄永妹

很多人终究还是注意到了多米尼克，这其中就包括诸多之前对他鲜有耳闻的国内媒体和买家。就在今年的中国国际厨卫展上，众多国际大牌设计师产品扎堆亮相，多米尼克一人就引领了两种风潮。在今年7月本报刊登的《给卫浴设计“披上外衣”，不只是为了颜值》一文，报道了卫浴设计在外壳上外包其他材质的趋势。这种现象令国内设计同行惊喜却也疑惑。其中最典型的例子莫过于多米尼克捉刀的 BetteLux Oval Couture 系列设计。

相比于梁志天在浴缸和洗手盆包裹奢华的皮革外套、镶嵌闪亮的水晶的手笔，BetteLux Oval Couture 的可拆卸式简约柔软织物设计，似乎更符合人们对理想居住空间的想象。而另一方面，让单调的卫浴设计添上清新的颜色，潮流所趋。多米尼克为 BetteLux Oval Couture 选择的颜色，恰恰正中年轻人的下怀。尤其是粉色系款，俘获了不少女生的心。一石二鸟的设计，同时掐准了行业内两种最重要潮流，这种设计手腕令人不禁拍案。

不过，一些国内设计媒体发现，想要深度多米尼克无疑是一个“坑”。因为想要再发掘他设计的其他类型产品相当困难。多米尼克受到设计界认可的重要原因正是在于，他几乎心无旁骛地将大部分精力都投注于卫浴设计。作为第三方独立设计师，他为不同品牌合作伙伴捉刀过数百件卫浴作品。即便对以专注而著称的德国设计同行来说，如此“偏执”地坚守在某个领域，也是“不可能完成的任务”。

然而，多米尼克竟然用这种“偏执”获得他想要的成功。第一次登陆中国市场的 Bette，把他的作品作为夺人眼球，打响第一炮的利器，就是对他的专注力最大的认可。不过，相形之下，多米尼克本人却相当内敛，出镜时多以低头工作或者阅读的姿态，留下几乎都是清一色的侧影。

“和那些大师级相比，我还很年轻，所以没有必要太过显露自己。”多米尼克的言下之意是，德国设计圈子尤其是卫浴产品设计圈不大，所以他不愿意把心思放在自我营销上。此外，他将自己与对标未来的大师，更倾向于“厚积而薄发”，不争朝夕。或许，游离于人们的密切关注之外，能够让他的工作和生活更加游刃有余。

虽然，多米尼克是一枚“非典型”的设计师，但人们还是能从他的身上发现德式设计成功的奥秘。

极简线条下的“隐形冠军”

多米尼克是在 2001 年创立自己的设计事务所 Tesseroux+partner 的。在独立执业的最初几年里，一些人想当然地把多米尼克视为凤凰设计工作室(Phoenix Design)创始人汤姆·舒尔赫(Tom Schnherr)的未来“接班人”。的确，无论从作品设计理念到为人处世的“两面性”做派，这两人有着诸多相似之处。

首先，在设计上，两人都对极简线条有着宗教一般的狂热和执着。多米尼克的红点奖获奖作品 Edition 11 洗手盆水龙头系列，以及 IXMO 花洒冲淋龙头，被认为与凤凰设计室的作品异曲同工。他一手打造的 iLook 移动化妆镜，其风格和汤姆的如出一辙。或许，这种设计风格就是德国设计畅通全球的主要原因。就连多米尼克自己也没想到，这样一款看上去简单却极其好用 iLook 的拉伸臂化妆镜竟然成为了高档酒店浴室的标配，被“山寨”和抄袭了无数次。有人做过一个有趣的实验，让一个设计学院的学生翻看凤凰设计室的作品之后，再看多米尼克早期的作品，对方认为两者的设计师可能在一起共事过。

如果不仔细推敲红点奖、IF 奖，以及德国设计奖(Germany Design Award)的获奖设计师名单，你很可能错过多米尼克·特沙雷(Dominik Tesseroux)的名字。这位出生于上世纪 60 年代中期，拿奖拿到手发软的德国中生代设计师，行事极度低调，从不在媒体上过多曝光。为数不多的采访，他也只用只言片语谈几句对好设计的看法，然后又转圜到和工艺师、工程师艰难亲密的合作上。



同时，多米尼克不爱去公共社交场合，喜欢在工作室里埋头做事的秉性，把自己作品摆满工作室的“专制”作风也和汤姆完全一致。不过，慕名而来找多米尼克捉刀的制造商们发现，这位毕业于德国顶尖理工大学之一——达姆施塔特工业大学的学霸，要比他的前辈更为“偏执”。他甚至不屑于在工作室的网页上刊登自己的作品。点开其工作室网站，只看到黑底的屏幕上用白字标记了工作室地址和电话，任何多余的信息都没有。

不过，多米尼克还是会用语言告诉别人他对于卫浴空间的“迷恋”。在他的眼中，卫浴不止是一个功能空间，更是一个寄托情感，迸发灵感的所在。纤直的线条，极简的设计，瓷与钢的碰撞，从空间的质感到材质让多米尼克相当着迷。

“我会用数年时间去研究一种工艺，”多米尼克坦言，打造披上柔软织物的卫浴设计，是自己向品牌主动发出的联手挑战“不可能完成任务”的邀请。此前，他已经花了数年时间钻研 Bette 的工艺和技术。对耐腐蚀耐刮擦的专利釉面、釉面涂层钛钢这些专利技术和材料如何在设计中发挥最大能效了然于心。

实际上，这一点在康斯坦丁·格里克(Konstantin Grcic)等更为知名的德国设计师身上，也有所体现。比如，用简单的钢材打造 Chair One，康斯坦丁·格里克花了几年时间，以至于他的助手对钢结构的承载力极限都了如指掌。而设计一支 Lamy 的钢笔，他也用了将近三年的时间。

不过，多米尼克也表现出了与众不同的特质。他找来了材料供应商，一起研发出了一种防霉抗菌的软包织物。在颜色上，出于满足不同人群需求，他选择了炫酷的黑色、白色、灰色，亲近自然的绿色，以及“少女心”的色系。这种在仗仗卫浴材料本身过硬的技术以及对材料供应商的信任基础上，挑战式的创新让多米尼克多在与他声名正隆的设计师同台竞技中轻松脱颖而出。

幽默创新才是德式设计DNA

和法国、意大利设计师相比，德国设计师因为严谨而显得古板？说到这一点，多米尼克会第一个跳出来反对，而且是用自己的作品说话。

作为独立设计师与品牌合作，无异于撰写“命题作文”。然而，就是用有限的材料，带着镣铐跳舞的思维，多米尼克在规则的框架内书写了在优雅创新中沾染一点幽默生活气息的德式设计 DNA。

比如，他在去年斩获德国设计奖的作品 BetteLux Shape，只用瓷和钢就锻出了令人吃惊的激进外形。薄到极致的骨架结构，配合流线型的缸体，让卫浴本身仿佛变成了流动的凝脂，又仿佛是悬浮在空气之中。细腻的手法之中隐约透露出多米尼克的一丝炫技，但很快，人们又会被它的百搭包容能力所震惊。只要室内设计师在使用 BetteLux Shape 的空间里点缀式的搭配一些中式风格器皿，人们甚至就会感觉到整个卫浴洋溢着中式味道。

而同样是他一手打造的 BetteLoft Ornament，突出的内壁直线，与外壁规则的几何图案形成了美妙的对比，又仿佛是在设计师刻意在卫浴产品的方寸空间里把玩一场淋漓尽致的光影游戏，可能令人联想到华夫饼干的美妙滋味。

事实上，多米尼克疏于与媒体大交道，热衷极限却敢于挑战，赋予设计幽默创新的特质，在优质的中生代乃至新生代德国设计师身上不难寻觅。比如，比多米尼克更早来中国展示作品的塞巴斯蒂安·涩瑞(Sebastian Scherer)也是如此。他曾经极富创意地将玻璃和钢材融合在一起做成茶几。当然，他还小小幽默了一下，颠倒式地让玻璃成为茶几底座，而看上去更加坚固的金属却成了桌面。

炫技式的幽默背后，其实是对材料、技术的成熟驾驭。在命题作文的范围内自由起舞，还要跳出自己的风格，这背后的艰辛只有像多米尼克这样的设计师自知。

青少年创客体验日感知科创魅力

由上海就业促进中心和上海市科技艺术教育中心主办，上海社区众创空间平台支持的 2017 海纳百创·青少年创客体验日科创之旅近日顺利举行。140 余位来自全市具有创客精神的高中学生参加了此次活动，本次活动安排了上海集成电路科技馆、胶囊机器人、与量子

通信专家对话和亲手体验开源硬件四个环节。科创之旅第一站来到上海集成电路科技馆，青少年创客们了解了何为“集成电路”，也同时了解了集成电路在语音识别、虚拟换衣、北斗导航等领域应用项目。在安翰医疗技术有限公司，他们则了解“胶囊机器人”在胃病

筛查方面运作的原理。

而在与国盾量子的量子通信专家互动环节，创客们通过探讨了量子技术计算、通讯以及卫星等领域的应用，也对量子通讯、量子纠缠、量子计算有了更全面的认识。为了让青少年创客对 Maker 精神进一步理

解，活动主办方安排了老师教授学生现场制作“炫光机器人”、能蓝牙控制移动的“风火轮平衡车”，以及富有挑战性的“拆弹专家”创客玩具。

本次活动的主办方表示，青少年创客体验日活动希望在拓宽青少年眼界的同时，激活他们的科创认知，提升他们创造创新的能力。9月2日，走进上海设计周，探寻电影博物馆，与文创创业者交流等一系列丰富多彩的 2017 海纳百创·青少年创客体验日之文创之旅即将启动。刘建芳