

理性设计下的感性人生

◆ 刘匡思 文/摄影
◆ 图片提供 Finnfacts、芬兰驻上海总领事馆

在芬兰寻找设计是件自然不过的事情。自一八七五年,首都赫尔辛基就以工业与手工艺结合的产品举办过『芬兰综合博览会』。二〇〇五年芬兰设计年、二〇一二年赫尔辛基作为世界设计之都,以及每年九月举办设计周活动,一百多年来提倡设计实用化的芬兰,已经将设计与生活的概念,潜移默化地渗透进每个普通人的日常生活。



■ 赫尔辛基的面貌,在日本导演荻上直子的电影《海鸥食堂》里展现出另一重面貌。“小清新女神”给这座理性城市蒙上浓郁的抒情光晕。这就是芬兰,理性设计下的感性人生。

阿尔托设计的花瓶 Savoy, 是被收入进诸如 V&A 等博物馆的经典作品,在芬兰,至今依然在生产中的 Savoy 花瓶则是父母给即将结婚的子女用作陪嫁礼物的必需品。即便是赫尔辛基城中的大街小巷,易于辨识的交通指示系统,每条被形象化的动物标识街道,中心城区畅通快速的免费城市 wifi, 这些细节令初次来到这座城市的人们萌生一份受到细心招待后才会有的敬意。

每一位向我们介绍芬兰的芬兰人,都爱这样做开场白,“我们只有 500 万人口”。爱用数据说话的芬兰人,用芬兰设计创意产业(Finpro)高级顾问 Kati Uusi-Rauv 的话来形容,“芬兰人是酷爱严谨,极简的作风,就像是工程师”。在论数据讲事实的芬兰数据研究中心(ETLA)中,商业数据分析员 Jyrki Ali-Yrkk 被问及设计的时候说:“设计与创意产业是件让人搞不懂的字眼,因为所有东西里面都有设计的部分存在,都是创意产业”。

正因为设计的概念早就潜入人们的日常生活,在芬兰,人们很少会特别强调设计,它更像是一种必需品。经济高速发展与城市生活变迁,都来自人们潜意识中的设计思维:怎么以最低成本与效率做出最接近完美的状态。

设计朋友圈效应

芬兰设计发展历程中,如何将实用性与设计结合在一起,是设计师、艺术家、建筑师们一直反复探讨的话题。刚过去的“2012 年赫尔辛基设计之都”活动上,负责活动对外交流的 Laura Aalto 介绍,国际媒体上出现的活动专题报道一共 8 千多篇,而芬兰媒体对此的报道就已经达到 7 千多篇。持续性的话题,让整个社会形成设计改变生活的共识。那些即便是远赴欧洲、美洲留学的芬兰设计师,最终还是回到赫尔辛基。就像 1940 年代,著名设计大师阿尔瓦·阿尔托放弃正处上升期的美国事业,回到赫尔辛基时所说的话,“以刺激经济为首的商业氛围,以及由此带来的狂热、紧张的工作节奏让我感到难受。”

在地理概念上,赫尔辛基是一座城市;心理维度上,住在城里的人们或因亲戚、校友、工作之类的关系有着许多交集。特别是设计师群体,几乎就是一个熟人社会的模式。对设计师来说,互通有无的熟稔是相互助力的有效方式。尤其在芬兰,还有诸如 Finnfacts 以及 Finnpro 这些以帮助年轻设计师创业的专业机构。

新一代的芬兰青年人,同样抱着相似的生活哲学。Samuji 创办人 Samu-Jussi Koski,与创办 Minna Parikka 鞋款品牌的 Minna Parikka,在外游学后回到赫尔辛基开设工作室。就像 Minna 说,“回到家人的身边,让我感到安心”。在赫尔辛基开设独立工作室后的不久,前者因为设计风格的简约气质,被中国时装媒体称为“来自芬兰的文艺女青年”风格,在巴黎时装周上受到瞩目。Minna 的鞋款,一度被 Lady GAGA 捧为拍摄个性海报。这些在外的认可,立即得到国内媒体与机构的回应,各大当地报纸与设计机构都在持续地关注他们。在中文版的“这就是芬兰”网站上,人们还可以搜索到芬兰邮政局在 2009 年为 Minna 的桃红色高跟鞋发行的系列邮票新闻。

芬兰传统的家族服装品牌 Ivana Helsinki 则打破外界认为家族品牌牢固的形象意识,与日本服装品牌优衣库进行跨界合作。随着之将芬兰传统服饰中面料以及图案传播至世界各地。在芬兰,不论是 70 岁的奶奶与 20 岁

的孙女辈可以穿上同款连衣裙一起逛街去,奶奶穿的或许是这个款式 50 多年前的版本。这份绵延不断的设计传统,不仅吸引芬兰青年回到赫尔辛基,还吸引了各地的年轻人。

意大利人 Stefano Mosconi 与德国人 Maritin Schuele 曾经在诺基亚总部参与 N9 的 Meego 系统开发,今天他们获得香港一家风投基金的资助,在芬兰创业,自行开发使用 Sailfish 系统的 Jolla 手机,手机的外形设计则取自中国哲学的“阴阳观”,而制造这款手机的产地则选在中国。

买得起的设计品

相比专业上的严苛律己,设计圈外的人们是芬兰设计领域发展的受惠者。在这里,人们关心家里应该配把怎样的茶壶,即便倒出最后一滴水,也不会让壶盖翻下身。芬兰赫尔辛基大学图书馆里摆放着出自各个设计大师、设计里程碑的椅子们,沉浸在书中的人们只需要挑选,究竟是窝在库卡波罗款椅子里读特朗斯特罗姆,还是在阿尔托设计的椅子上探讨下一季的经济格局。

赫尔辛基设计周以及 Habitare 家居展的策展思路与其他国家的版本不同。欧洲三大家居设计展意大利米兰国际家具博览会、法国巴黎家居展与德国科隆国际家居博览会偏重设计品牌的新品发布,与全球的订货会,而诸如伦敦、荷兰等地设计周则以实验、概念设计主打。在芬兰,选择在旧时海关大楼举办的赫尔辛基设计周,陈列在其中的设计品每一件都能从设计周的官方网站上订购。身处赫尔辛基以外的人们能够以优惠的价格快递至欧洲及亚洲。在芬兰 Habitare 家居展上,除了常规的品牌陈列外,他们每期都会设定一个芬兰国家主题的设计展区,推广芬兰设计的概念。同时,每期的主题展则邀请在芬兰开设公司的设计师或是店主来策划,2013 年的策展人是一位在芬兰生活的日本设计师。策展方会来自赫尔辛基大学与阿尔托大学与创新工厂的学生设计师,留出足够大的空间来陈列他们的作品。

设计周最欢乐的部分就是设计市集(Design Market)环节,这是个令赫尔辛基全城沸腾的盛世。Design Market 一年只举办两天,市民通常赶在早上 9 点开门前就在大门口排起了长队。在这里,所有在芬兰出现的设计家居品牌、服装、玩具、配饰将以半价或者更便宜的价格出售。经常看着背扛落地台灯、双手夹着两卷长地毯的人们,还在试图把更多的购物成果塞进包裹中。有趣的是,我曾在 2013 年巴黎家居展以及芬兰 Habitare 家居展上遇到同一位芬兰品牌 Tonfisk 设计师 Brain Keaney,只有在 Design Market 上与他聊天才不会被不停地打断,因为起码十几位顾客都在一旁等着付款拿货。在芬兰,欣赏设计趣味与购买设计品的消费力衔接得毫不费力。

慢节奏又不失高效率的生活节奏,设计在芬兰也就显出特别明显的实用特质。在阿尔托大学执教的拜卡·高勒文玛,在《芬兰设计——一部简明的历史》中,这样形容芬兰人眼中的实用与设计,“不论是一个挤奶用的凳子,还是皇家的宝座,如果没有人坐在上面,那它就不能称为一把椅子”。直到今天,若是报考阿尔托大学的家具设计专业本科的学生,过不了长达 5 天的现场考试,压根进不了专业的门槛。同样的严谨思维,一样运用在设计之外方方面面。在芬兰,即便是摆在公共空间的座椅,贴在墙上的海报,指路牌上的插图图案,展现出隐身在便利与实用背后的精心设计。



众说芬兰 tips

1 马丁 芬兰驻沪总领事馆 国家推广官员

在芬兰,设计品更多的是生活中的必需品,而不是用于摆饰的奢侈品。不管是伊塔拉 (Iittala) 的玻璃制品,库卡波罗 (ukkapuro) 的桌椅,以及阿尔托的空间和建筑设计,都秉持着以人为本的遵旨。优秀的设计理念要与消费者见面都必须经过一个商业化的过程。芬兰教育与文化部对设计产业每年都会有上千万欧元的资助。高等院校也会为设计产业创业提供优良的孵化平台,达到产学研无缝连接。在上海,我们会通过“这就是芬兰”微博等新媒体方式向“芬兰控”的设计爱好者们推介芬兰经典及创意的好设计。

2 潘剑锋 字研所创始人、独立设计师

在芬兰,知名的设计机构 Designforum 成立于 1875 年,是世界上第二古老的设计行业组织。今天,我们依然可以在他们的网站上,看到这样的宣言,“从成立之初就确立服务、促进本国的中、小设计事务所”,以及“通过促进设计来带动经济与社会竞争力”。从网站、论坛、评选到实体店等一系列的扶植计划,这让我们这些中国独立设计师艳羡、感动不已。

3 陆洲 同济大学中芬设计学院项目课程助理、芬兰阿尔托大学设计管理学在读硕士

芬兰人对本土的设计品牌和商品有一种近乎偏执的喜爱。我注意到芬兰人在购买高价设计品时似乎还伴随着对本国设计的信任 and 自豪。对于从小成长在设计氛围中的芬兰人来说,这是对芬兰设计的一份应尽义务。

芬兰设计买得到 tips



1 芬兰设计之家 有名垂芬兰设计史的经典作品,也有本季最热的新锐设计,以及芬兰人最爱的巧克力美食。不定期举办艺术演出活动。上海市黄浦区北京西路 1228 号



2 玛莉美歌 Marimekko 今年是 marimekko 经典小花图案诞生 50 周年,店铺中除了常规产品展示,还推出庆祝特别版的各类活动。淮海中路 999 号环贸广场 L3-322



3 c'est si BON 甚是棒 由设计师姐弟俩主理的设计小店,每逢周末举办各类手作活动,参与 Diy 设计。上海市武康路 376 号 120 室