



■ X+Q 彩虹天使 虹 蓝

Ross Urwin,英国知名创意设计师,从事创意设计三十多年,曾担任英国老牌百货 liberty 的采购总监以及香港连卡佛百货的创意总监,如今,他在香港拥有自己的设计咨询公司 Infrastructure,并出任创意总监。Ross Urwin 担任本次“设计上海”展的总设计师,全面策划、执行本次展览和相关活动。

本报记者在大展拉开神秘面纱前,独家专访了这位“设计上海”展的总设计师,听听他是如何解读本次展览的。

把顶级水准的国际设计展带到上海

新民晚报:在欧美,有不少著名的家居和办公设计展,比如伦敦的百分百设计展,意大利的米兰家具展,现在,上海市民有幸在家门口欣赏到这样的设计展。这个想法是怎么诞生并实现的?

欧文:达雷尔(Darrel Best,本次展览的另一位设计师)和我合作多年,我们住在香港,经常来北京和上海,在这几个地方,设计圈里一直有密切的联系和交流,我们和这次展览的主办方之一、英国的 Media 10 公司的关系非常好,得知他们受邀来上海办一场展览,大概是去年 9 月的时候,不少著名的设计品牌和设计师与我们接触,我们正式有了计划,开始操办这次展览。

我们希望能给上海带来一场非同凡响的展览,之前从没有过的。Media 10 是国际知名的设计展策展公司,极具创意,策划过很多出色的高水准展览,我们希望把同样的水准带到上海。

过去的那些展览,基本是本地的设计品牌和设计师参展,面对本地市场,我们这次参展的大都是国际设计品牌,比例非常高,占到了 80%甚至更多。过去的那些展览很少向设计师介绍设计成品,这次我们会介绍很多来自欧洲以及世界各地非常棒的设计品牌和艺廊,他们当中很多是第一次来到中国,这是“设计上海”展的独特之处。

上海能接受我们的创意和理念

新民晚报:如此顶尖设计展在中国的初体验,为什么选择放在上海?

欧文:我住在香港,但我喜欢上海和北京,他们是充满活力的城市。在很多方面,上海多年来都走在中国的前头。上海与西方的联系也是最多的。我相信这次展览我们要传递的创意和理念能够真的被大家接受和理解。

我之前看过中国的不少展览,要么是设计作品的展览,大家只是看看,不会掏钱购买展品,要么是商品展,实用为主的,观众不会被设计所打动。而我们做的展览是把设计和商品结合起来,我们是介绍商品,也介绍设计,而且是有着很高水准的设计,到场的观众会被深深打动。

Crawford参展令我兴奋

新民晚报:“设计上海”展邀请到很多国际设计品牌和国际设计界的大咖来做展览和交流,对上海的观众,您有没有自己的推荐?

欧文:很多来自欧洲和香港的非常棒的设计品牌。像 Vintage, 也是我自己参与创意设计品牌,他们的产品非常棒。还有 Magis, 他们的总部在上海。还有十年前我在伦敦 Liberty 工作时的伙伴 Russell Pinch,他是专家,他所有的设计成品都在英国制作。

Isle Crawford,他不只是我的朋友,也是怎么讲——非常有智慧的设计师。因为设计前他会周密思考自己的作品,每一件作品都有诞生的理由,每件作品背后要表达的理念和故事都非常清晰。我非常高兴他能来参加这次展览,他是非常关键的人物。Michael Young,我在香港的老朋友,英国人,非常棒的设计师。还有很多很多,都是世界知名的设计师,他们能来到上海分享自己的作品和创意,非常令人兴奋。

中国设计师是明日之星

新民晚报:“设计上海”展也邀请了国内的设计团队和设计品牌参展,对这场设计界东方与西方的碰撞,作为西方的代表,您有什么期待?

欧文:我和一些中国的设计团队合作过,他们非常出色,他们当中的不少作品会参加这次展览。我很乐意来到中国来到上海,中国的设计师拥有巨大的潜力,他们会成为设计界未来的明星。我在国际设计业

工作了多年,我愿意为中国出色的年轻设计师提供平台,通过这个展览,通过 Media 10,向他们介绍最新的设计理念,设计界的未来,这也是我过去在伦敦、在米兰、在其他地方做的事情。

不是作秀,是触动观众的内心

新民晚报:国内的家居和办公设计多停留在作品阶段,未形成商品化。这次“设计上海”展能提供什么样的经验和帮助?

欧文:以达雷尔和我的从业经验来看,设计展的效果和观众的体验是最重要的。你可以把展览搞得很高档,很奢华,但看的人仍没有感觉,只觉得这是一场展览,一个秀。我们做的展览要打动观众,当他们走出展馆,内心能感受到一些东西。

这就像中国的购物广场,里面有很多高档品牌,非常贵的品牌,但这些地方提供了体验,而依靠像 Media 10 这样知名的专业策展公司以及达雷尔和我这些年在这个领域的经验,我们相信“设计上海”展能带给大家独特的观展感受,与生活家居相关的实实在在的体验。当他们走出场馆,不会说“哦,又是一场秀”,而会感叹“哇,这是我看过的最出色的设计展”,“我找到了想要的家具”,“我了解了不少欧洲的设计理念和创意”。

观众可以和设计大师对话

新民晚报:展览期间安排了丰富的活动,比如每天有四到五场论坛?

欧文:我们希望论坛能有互动,不只是听设计师在讲,而是大家可以问问题。主题不会像“设计是什么”这么单调,而是一些有趣的话题。走出论坛,观众会觉得自己学到了一些东西。

我和一些研究中国历史的专家有过交流,在我看来,中国曾经是世界上最强大的国家之一,比如传统的手工艺,但很多东西都没有保留下来。现在,设计工艺正在回归这个国家,而上海在这方面的发展要比其他城市更快。

只有10%的设计展让我感动

新民晚报:伦敦的百分百设计展是欧洲最负盛名的设计展之一,您是这个展览的老朋友了。“设计上海”展主办方之一的 Media 10 就是百分百展的策展商。请您介绍下这个展览。

欧文:我参加过百分百设计展很多次,十多年前,它就是伦敦最好的设计展,不断推出新的设计品牌和新的设计理念,令人振奋。之后一段时间,百分百设计展有些乏味,几年前,Media 10 接手这个展览,开始注入新的内涵,一些出色的设计品牌出现在百分百展上。两年前去我参加,再度受到震动,展览充满了活力。我参加过全世界许多设计展,老实说,只有 10%的展览能给我这种感觉,Media 10 做到了。这也是我们要带到“设计上海”展的东西。在同一个场地,上海的观众能欣赏到设计展丰富的元素。

设计是有生命力的

新民晚报:从事设计这么多年,您对设计有怎样的体会,能不能与大家分享一下,尤其是当下的设计?

欧文:我很早很早就进入到这个行业,大概十六七岁。这个行业有自己的周期,这有点像时尚业。但设计并不追求时尚、追求流行。这两个行业很像,但又不同。这点很重要。

这些年,设计业也走过弯路。过去五到十年里,出现了很多“快设计”,许多设计师的作品不能持久,缺乏足够的生命力。而我信奉设计是长命的,这也是我加入 Vintage 的原因之一,我确信设计出来的成品是可以伴随一生的。

现在,设计业有了转变。许多顶级设计师设计的作品,都可以保存数十年。像参加这次展览的设计成品,都追求长久的生命力而不是流行几载。设计品不是时尚品,把它带回家,放上一一年半载,不流行了就换掉。

我是那种追求感觉的人,看到一件设计成品,我会爱上它,想要拥有它,而不因为它是当下最流行的才买它。今天人们把一件设计成品带回家或者放到办公室,是作了一个非常重要的决定。因为往后你会天天和它待在一起,生活在一起,就像选择伴侣,它会带给你愉悦。这些年过去,这是我感受到的设计业的嬗变。



■ Ross Urwin



■ Armel-Soyer



■ Kaolin 陆舟



■ Innermost



■ Gallery Judy Straten



■ Buster&Punch 威士忌桌

把设计和商品 结合起来

前香港连卡佛百货创意总监 Ross Urwin 带你看大展

◆ 本版撰文 本报记者 金雷

让环境与人 无间地结合

数字时代 设计师说

本次展览的一大特点是增强了观众的互动和参与性,针对虚拟化的数字时代,强调“设计”不可替代的现场体验。此外,一系列旨在探讨中外设计话题的《安邸 AD》国际设计论坛也同时精彩呈现。主讲人包括著名设计师 Isle·Crawford、家具设计师 John·Makepeace、艺术家瞿广慈、设计师 Michael·Young 等《安邸 AD》设计论坛将邀请东方、西方优秀设计师,围绕设计话题进行讨论,通过讲座、对话、沙龙等形式,带领观众体验东西方设计所碰撞出的精彩火花,前瞻未来设计趋势与理念。

Sharon Leece 《《安邸AD》编辑顾问》

今日中国之设计趋势——何去何从? Sharon Leece 聚焦中国设计、生活方式新趋势,解读东、西方设计对中国当今设计面貌的深刻影响。她觉得,当代的中国设计已经不再是单一的古典风格,而急剧发展到了以当代中国理念为先锋代表的建筑与前卫设计。

Michael Young (著名设计师)

20 多年来,Michael Young 逐渐确立了其在国际设计界的先锋地位。如今,Michael Young 工作室不断为客户创作经典设计,成为亚洲地区首屈一指的设计公司。他觉得,欧洲设计有一种经过历史沉淀的厚重感,它更多的是一种文化,就像英国人讲的笑话一样,只有长期生活在那里的人才懂得其中的幽默。亚洲设计虽然近几年发展很快,但是人们对设计的理解还不是很深刻。

Rolf Hay (著名设计师)

Rolf Hay 于 2002 年成立了 HAY, 致力于鼓励和帮助丹麦家具设计行业重振雄风,再现 20 世纪 50-60 年代的当代设计创新巅峰。他觉得,品类全面是丹麦家居设计的一大优良传统,但是丹麦设计中还有另一句重要格言:也许你根本不要那么多,一个微笑的弧线就足够了。丹麦设计之所以能在彼时创造辉煌,就在于大师能用尽可能少的材料和最简洁的工艺,塑造出有动人而不夸张的曲线。这个思路一直影响着丹麦乃至北欧的设计师。

瞿广慈 (艺术家)

艺术、设计、产品之间的关联是什么? 瞿广慈觉得,商业和品牌,是艺术在社会上发声的一种强有力的渠道。“未来的几十年,品牌最重要,我们现在就已经生活在品牌的世界中。艺术家攻陷一个商场比攻陷一个博物馆牛得多。

Scott Bridgens (著名设计师)

随着时尚大牌在中国市场的出现,西方品牌在一代中国人的生活中留下了烙印。Scott Bridgens 觉得,当这个市场逐渐打开,并越来越成熟的时候,西方品牌必须学会用最佳的沟通语言去塑造品牌。我们将观察已进入中国市场多年的西方品牌以及新近出现的西方品牌,同时我们也将比较中国本土品牌,以及出口到美国市场的中国品牌。

王浩然 (艺术家)

王浩然是香港众多艺术家中最令人期待及有趣的。他这次将与大家重点探索艺术与设计如何与市场接轨。“纯设计”或“实用的艺术品”到底有没有市场? 王浩然觉得,在西方,目前的艺术实践很大程度上是设计作品,而东方新兴的设计产业却牢牢地扎根于艺术。

Ilse Crawford (创意专家)

Ilse Crawford 是品牌塑造、建筑室内设计和产品设计的创意专家。她将设计策略作为改变和振兴的手段,也是将人文因素融入设计领域的领军人物。她将在讨论会上阐述在人文、情感和商业因素下的设计,哪些因素最为重要,而最终又会是什么最具有文化重要性? Ilse Crawford 觉得,我们都是自然的一部分,永远不能从中逃离。尝试如何让环境与人与人无间地结合,是一件很有意思的事情。可以通过触觉、味觉、声音、视觉等等。这些都是“情感”最根本的基础,它们影响着人对环境的感受。这就是为什么在剧场看表演会比在电影院看电影要有力量得多。Ilse Crawford 非常注重室内设计中“人”的因素,根据人的情感诉求来决定设计的风格。

Moritz Waldemeyer (著名设计师)

Moritz Waldemeyer 原本是一名工程师,遵循“玩乐实验”的设计准则,不断尝试将技术、艺术、时尚与设计紧密融合。

Kristjana S Williams (艺术家)

Kristjana S Williams 是一名艺术家,她的作品涉及插画、室内设计、时尚和设计等。她的作品大多灵感来源于自然,她觉得“万事万物皆对称”。

John Makepeace (著名设计师)

在我们大不相同的文化里,我们依然有办法将传统、现代、材料、科技、市场和品位等元素结合起来,形成对好设计的定义。英国这么小的国家就有如此之多的文化差别,在中国就更不胜枚举了。英国最负盛名的设计师、手工艺者、教育家 John Makepeace 在论坛上阐述了设计和手工艺的渊源和关系。

国际知名家居设计展备索

● 巴黎家居装饰展

巴黎家居装饰展的最大魅力是总能及时展现国际装饰界的最新动态及预测未来流行趋势的专业人员发布的时尚潮流趋势。从 2008 年开始,每年 1 月召开的巴黎国际家具博览会与巴黎家居装饰博览会相辅相成,把家居生活所需的互为补充的两大系列产品汇聚在同一展示舞台。

● 米兰国际家具展

米兰国际家具展自 1961 年举办以来形成了米兰国际家具展、米兰国际灯具展、米兰国际家具半成品及配件展、卫星沙龙展等系列展览。随着这个名符其实的“展会系统”的完善,使意大利家具业屡屡打破纪录,它已连续多年成为世界上最大的家具和装饰产品出口国。米兰家具展已由一个普通的展览会变成了国际上一个令人神往的地方、是各品牌企业把产品投放市场而产生震撼的地方,而近年来,米兰家具展对中国设计的影响日益扩大。中国的设计师如潮水般前往米兰学习、观摩。米兰家具展是全世界家具、配饰、灯具流行的风向标,是现代家具时尚设计的前沿。

● 科隆国际家具展

科隆国际家具展始于 1949 年,是当今世界最负盛名的家具展览会。每年一月份在德国科隆国际博览中心举行。展品无与伦比的广度和深度是科隆国际家具展作为全球第一品牌的独特性。

■ Antique Gold