

设计师对对碰

上海洋滔品牌设计公司 创意总监、总经理,弄号生活家居品牌创始人,东华大学视觉传达设计系客座讲师,中国设计师沙龙理事,国际平面设计协会 ICOGRADA 成员,纽约 TDC 设计俱乐部会员,上海工业设计协会会员,中国 CII 协会全权会员,资深平面设计、品牌企划与品牌设计专家、跨界艺术家。

我不会强调自己的风格,我喜欢创作好看好玩价格便宜,能突出共性,大众喜好的设计。

李:你觉得什么是海派文化?什么能代表海派符号?

杨:我觉得海派文化是一种中西杂糅、中西文化的结合。例如:外滩建筑、上海文化等。其实它是一个“文化大熔炉”。

海派符号其实在各方面都有,比如:“大白兔奶糖”这也算是上海经典的品牌。还有上海的各种小吃、新上海人、老字号品牌。

“MiniShanghai”是我对上海的情感之作。跟随浦江的浪奔流浪,这些冰冷的建筑早已融入上海的文化血脉,而她们各自背后的故事都是一段段活着的传奇。她们的存在早已跨越了时间和空间,成为这个城市的文化符号,深深地刻在我的心里。

李:你是否有手工作业方式的创作偏好?

杨:我是挺喜欢动手去作业,而且我收藏很多乐高这种积木类的东西。小时候父母对我的高求很严格,只能玩自己组装创造的铁皮玩具,所以就可能导致到现在还是钟情于这种零件组装的玩具。

李:你觉得未来本土产品设计创作的趋势是什么?

杨:有两种。第一种是现在很多本土设计师经济能力都比较好,不需要太多考虑金钱商业化的因素,可以有更多创作的想法,创作自己喜欢的东西。

第二种是中国生产模式的高端发展,产业转型,对设计的追求也会随之变化。

李:设计理论与市场实战如何结合?产学研的结合?

杨:每个人有不同的追求和想法。我在平常教学中对学生更多的是注重“态度”这个问题。在大学教育里老师只是帮助提升你个人的眼界,分析好坏。做每件事实态是很重要,要用眼看用心想。

一个产品要既卖相好又做到市场畅销,在于设计师的个人眼光、风格不同,每个人都有不一样的追求,所以应该要根据消费者的需求,寻找他们之间的共性去设计。无印良品和宜家私都是很好的例子。



李:你好,杨威杰。能谈一谈你最近的新作,和你的作品的设计理念吗?

杨:你好,我最近新作有两个比较大的项目,第一个就是为上海中心设计纪念商品,第二就是在家中阳台种菜的 LED 花盆。其实设计与生活都是有紧密关系。在生活的变化中,对与设计也会带来不一样的改变。例如在我现在设计的 LED 花盆就是与生活有很密切的关系,这个项目就是一个环保、绿色、未来生态化的一个设计。

在上海中心的创作理念会更贴近大众的需求,从价钱便宜、有趣和实用这方面去设计创作。

李:那么你觉得关于设计与生活二者之间有何关联?生活方式会影响到设计师的创作吗?

杨:设计为生活服务的。它能改善生活,让我们的生活变得更轻松。我觉得生活方式肯定会对设计师在创作有很大的影响!可能有委托性的商业化的设计不会影响那么大,因为这是为客户服务的,不能有太多的个人思想去创作。但在个人自发的创作中就会体现到更多设计师生活方式和个人情感的创作。

我是一个土生土长的上海人,所以在我的创作设计中会融入很多上海的元素特征去体现我的作品。我计划过一段时间以十二生肖为题材创作新的作品。

李:大众喜爱的设计与超前的设计理念能平衡吗?

杨:每个人的品位、喜好不同。但人性共多,所以设计师设计的东西应该除了要有个性,更多的是需要追求共性。

微缩的小城市,面对最后的产品我敢骄傲地说,在同类型的产品中我们做到了世界第一。”杨威杰说。

这套模型的另一个设计特色在于模型的制作过程不需要任何黏合剂或工具,全部由手工制作完成,模型的所有分片和拼接的卡口上也进行了许多改进。在模型建筑建构方面,同一纬度上4层堆叠、12个层次的形式极大地丰富了整体的空间关系,这也是杨威杰在此方面的首创。在建筑对象的选择上,杨威杰顺着旧上海发展的脉络,从“外滩”和“苏州河”展开,依次选择了“海关大楼”“和平饭店”“上海大厦”“上海邮政总局大厦”这四栋建筑。除了模型本身的设计,包装设计方面也从创新与环保等角度进行了多重考量,运用烫红、电雕、印银、触感油等新工艺在100%FSC认证的环保纸上,由大豆油墨印刷制作完成。

设计必须给人惊喜

如今是物质丰腴的年代,人们已经不局限满足于产品设计的功能性,而是需要更多的特色与惊喜。杨威杰希望能够让设计出的产品传达出对于美好生活的感受,这种想法源自其在欧洲留学时的亲身体会。在意大利留学期间,他曾深入调查当地设计产业,发现家族化、手工作坊式的产业形态与优秀的设计相结合虽然能带来品质一流的产品,但其高昂的售价也令普通消费者却步。于是便萌发了利用中国强大而又相对廉价的生产能力,配以顶尖的产品设计,为消费者带来平价、优秀产品的想法。

工业设计产品中功能性与美学体验是不少产品较难平衡的方面,尤其在国内我们常常发现这样的情形:有些产品功能齐备却奇丑无比,而另一些极具视觉冲击的东西又华而不实。杨威杰谈到早期在同济大学学习时,学校在办学理念上还是偏理性的,要求产品的每个细节都要有它的用处,但最后整合出的设计从感官体验上却并不那么有趣。欧洲的教学理念则相反,意大利设计从人性角度出发,强调从设计之初到最后呈现出的产品应当给人以惊喜和愉悦。“这一点从项目一开始就是很明确的,或者说功能之外存在的意义,产品需要令人愉悦,给人惊喜,这是他们传统的一部分。”杨威杰说。

除了近年主打的“迷你上海”系列,杨威杰领导下的设计工作室一直在展开对各种材质的探索性研究,这些研究的导向来自于个人兴趣,也来自于一个以严谨态度对待设计的设计师的使命感——要为消费品市场多创作一些实用、有趣,价格平实的产品,丰富美化人生的日常生活。在眼球经济和碎片化信息的年代,这相对有些反潮流的做法,从经济角度来看也许并不明智。工作室目前展开的项目中有环保题材的设计、有创新水泥材质的运用……作为工作室的灵魂人物,杨威杰并没有用自己的名字来命名工作室,更希望隐在产品背后,他说:“我希望大家记住的是我的一个个有趣的作品,因此我始终在尝试各种不同的方式和方法,并没有固执于任何形式和材质。”

上海城市挂钩 普通的挂钩都需要粘贴或真空吸盘,但时间日久都会失效,城市挂钩利用中国通用的88标准开关作为底座,将挂钩嵌套在开关上即可使用。同时将城市的天际线转化为钥匙的挂钩,将美与功能进行有机的结合。



2004年毕业于同济大学工业设计系的杨威杰,先后在德国、法国、意大利等地工作学习,2007年获得意大利久负盛名的 Domus Academy 多莫斯设计学院硕士学位。2010年创办了 PHAIdesign 弗爱设计公司。“有趣、好用”这一直是杨威杰设计的核心理念,他常说:“我不希望自己是一个无聊无趣重复自己的人,所以我抓住设计的核心,始终在尝试新的,有趣的,形而下的表达。”近年来 PHAIdesign 凭借自己的产品设计经验,成功地与上海当代艺术博物馆、外滩美术馆等国内顶尖艺术机构进行合作开发艺术衍生品,得到了市场的广泛认可,眼下正在为中国第一高楼,上海中心大厦设计全套的零售纪念商品。

全球顶尖金属微缩模型

“蚀刻”技术据说最早可追溯到公元14世纪,从早期开始已被世人用作工艺品的加工手法。学产品设计出身的杨威杰借用这种久远的技术手法,以建筑金属微缩模型为载体,设计制作出富有趣味且具有文化纪念意义的工艺品,将蚀刻技术纯熟运用到艺术衍生品中,“实践性思考”的过程,是他秉承的设计思维。

诸多历史悠久的城市建筑早已融入了上海文化的血脉中,而每一栋建筑的背后都有一段鲜活的故事。建筑作为城市文化符号的载体,承载着当地的经济与人文。在“迷你上海”系列金属微缩模型的设计之初,杨威杰翻阅了大量的历史资料和书籍力求还原建筑最初的设计风貌,并在细节绘制上根据模型的比例适当进行缩放。“在设计之初仅试验一个纸模就需要雕刻500刀以上,方能最后折叠成型;金属模型历经了8次打样,试验修改留下的样品已经能够组成一座



产品除了满足使用功能之外,还需要给人带来愉悦和惊喜。以设计师个人兴趣为出发点的“迷你上海”系列,无意中成了杨威杰近年来的代表作。

要有用,更要好玩

专访意大利海归设计师杨威杰

戒指折叠明信片

明信片分为上部的PET树脂材料和底部的卡纸,通过粘胶结合。将顶层的PET撕下,经过简单折叠即可成为一对巨型的鸽子蛋钻戒,将普通的贺卡,变为一件可邮寄的“贵重礼物”。



孔明锁锁纸的设计灵感来自于传统的孔明锁,PHAIdesign将双年展的新标志拆分成四个插锁,并在空间打散为前后互补的三层,通过与四块透明亚克力底板互相连接,形成一个完整的形态。

“迷你上海”微缩金属建筑模型系列,采用蚀刻技术,经过数百次刀刻打样制作。设计师预计完成十二栋上海经典历史建筑,建筑拼装采用全手工,无需任何黏合剂或刀具。



祝贺李俊紫砂艺术工作室成立

日前,李俊紫砂艺术工作室在上海大学数码艺术学院正式成立,田冶文化特别隆重推出陶艺家李俊“精神家园”之花开见佛朱泥紫砂壶一套。

该套壶为六把组成,“粒珠”、“风顺”、“紫钵”、“金钟”、“碟韵”、“诗亭”,一面金丝佛手印,一面泥绘荷花。

壶盖印:李·李俊 壶内底印:李俊绘制 壶底印:李俊制壶 壶把印:李俊 每套壶皆有手卷证书壹卷,李俊先生亲笔签名。发行价每套人民币陆万陆仟元整。

联系电话:021-52707096 联系人:王小姐

在创作中得到了 中国佛教协会副会长、中国九华山方丈慧深法师 上海佛教协会会长、上海佛学院院长慧明法师 宁波阿育王寺大德 心澄 法师 开示指点

特别感谢

李俊 2015年4月