

精品购物指南

2016年5月17日 第1000期 总第1000期

LE FIGARO

FIGARO
weekly

REATE A MAGIC
PLACE

【Cover Story】

风格碰撞在米兰家具展

【Mode】

缺少疯狂的人生很无聊





Optical 系列
(Lee Broom)

Starlust 扶手电梯, Smoke Coffee 咖啡机, Petite Whisper 盒子 (Sé)



Copper Nim 咖啡桌 (PINCH)

Lee Broom 选择将灯具置入货车, 在米兰城中“走透透”。



B R I T I S H
不列颠自由客
S T Y L E



A/R - Tom Dixon 设计的“空气元素”厨房。

The Restaurant 展览中充斥着大量 Tom Dixon 日照灯设计品。

我坚持用不同颜色定义家中的每一个物品, 以给居者带来强烈的身份感。

FIRE - Tom Dixon 设计的“火元素”厨房。



作为 The Restaurant 展览空间的 Rotonda della Besana。

I N S P I R A T I O N
不可思议不列颠
I M P A C T

位于米兰中央火车站附近的 San Gregorio 区域, 范围虽不大, 但展品却很丰富。在今年的 San Gregorio 区域中, 独撑大局, 策划个展的英国设计组合兼品牌 PINCH 成为了潜力股。设计师 Russell Pinch 和创意总监 Cona Bannon 不仅带来了已完结的庞大系列, 也展现了他们在伦敦设计节的大热门: “Nim” 咖啡桌。成品像是自然岩石的纹理, 其实是手工涂漆研发而成的。而新的铜质版本, 更是显现出其经典性与隽永的质感。

当然, 去年在 San Gregorio 策划过个展的设计师 Lee Broom 今年也没有缺席。这次展览的方式稍有不, 采取了全城“走透透”的方式——因为他仅有一件灯具的推出: “Optical”。所以, 设计师决定将这件灯具置入货车(自然, 货车的内部也被设计成了非常典雅的展示空间), 然后从伦敦一直开车到米兰, 并在城中的数个地点进行展览。

Lee 解释说: “在我考虑应该在哪里策展时, 突发奇想, 不如就展在何处? 这一盏新灯具确实是去年的设计延续, 但在视觉上以奥普艺术(Op Art)图例的平面性来取巧。”

对话

FIGARO WITH PINCH

Q1: PINCH算是设计公司, 还是品牌?

Russell: 我会说, 我们是一个小型的、创意主导的家具设计品牌, 由我和 Cona 共同运营。我们专注于设计有永续性的物品, 使用最有趣的材料, 也尽可能达到最高质量。或者, 让成品有其重要性, 但设计并不过火。

Cona: 确实如此。我们绝不会对“新颖”过分痴迷, 当我们开始设计新品时, 目的只是为了丰富产品系列。我们的设计理念就是超越过去未有的角度、质感、形式和感觉。

Q2: 你们推出的“Nim”咖啡桌, 目前得到的评价如何?

Russell: 我认为最好的反应, 是来自纽约的一位店家。他非常了解我们的作品, 所以在看到这件设计时就说, “哇, 这真的有别于 PINCH 的设计, 但却依然是 PINCH 的感觉。”我想他看到的是材质上的讲究, 感觉很自然。

Cona: 感觉上它是精致的, 会让你有想去触摸它的欲望。我们很多的设计常有这样一属性。

如果一家品牌能在创立后近 10 年内, 一直在米兰热门的 Spazio Rossana Orlandi 策展, 可否堪称壮举? 不仅如此, 这家品牌往往以单独一位设计师的成品主导整体展览(至今仅与 3 位设计师合作), 所以伦敦品牌 Sé 确实是个业界奇葩。

该品牌采取的“慢设计”概念, 并非单纯于“慢工出细活”的工匠理念。相反, 是与设计师进行更长的合作关系。不出意外, 今年品牌主打的依然是来自斯洛文尼亚设计师 Nika Zupanc 的“Slay”系列。在“色彩与完工”的主题下, 该系列除了包裹上全新的色彩与图腾外, 还推出了让人雀跃的户外版本。谈及定制, 不得不提到每一季都与年轻设计师合作, 呈现石料新用法的以色列品牌 Caesartone。没错, 他们虽不是来自英国, 可是今年的合作对象却是大名鼎鼎的英国设计师 Tom Dixon。让设计界再次见识到难以忘却的视觉概念。

名为“The Restaurant”的展览, 延续了去年 Tom Dixon 自家策划的“The Cinema”, 仿佛告诉到访者: 米兰家具展像是个约会的场子, 看完电影后就得吃顿好的。的确, “The Restaurant”就是名副其实提供四道菜品的餐厅。当然, 这一道菜都将由 Tom Dixon 设计的

四个不同的石料厨房内现场完成烹饪。藉由 Caesartone 的石料, 这四个厨房便根据水、土、火和空气这四项自然元素来设计, 而菜品也在米兰美食设计团队 Arabeschi di Latte 的规划下, 配合这四个元素来定制。最后的甜点, 则是自行“雕刻”的巧克力块, 想吃多少就有多少!

对话

FIGARO WITH PAVLO SCHTAKLEFF

Q1: Sé 成立已 8 年, 却只有 3 位设计师的 3 个系列, 接下来会推出新设计师吗?

Pavlo: 我们正在寻求负责第四个系列的设计师。系列应该在明年推出。至于第四个系列, 我知道我需要快一些做出决定, 但目前答案还不明确。

Q2: 你觉得品牌最主要的顾客群是谁?

Pavlo: 目前来看, 是室内设计师和商业室内设计师。他们的目标空间是酒店、餐厅、游艇和非常高档的住宅装潢。