

肖海 / 著

时尚观潮

——家居装饰、品牌文化和趋势研究

Study of Fashion

on Décor, Brand culture & Trend



中国纺织出版社





巴黎家居装饰博览会中的民族风情馆一角

肖 海 / 著

时尚观潮

——家居装饰、品牌文化和趋势研究

Study of Fashion
on Décor, Brand culture & Trend

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书内容包含四部分：第一部分以研究现代设计发展的文论开始；第二部分是国际展会观察，介绍和分析了法国巴黎家居装饰博览会的流行趋势、意大利米兰国际家具展和米兰全城联动的米兰设计周；第三部分是品牌文化专题展研究，结合法国时尚品牌路易·威登进入中国第二十年在北京的艺术时空之旅的盛展，分析了品牌内在的文化精神和中国当代文化的联系；第四部分是荷兰流行趋势专家及其工作室的专访纪实。全书以国际化视野对现代设计潮流和消费文化的现象进行了分析和研究。

图书在版编目（CIP）数据

时尚观潮：家居装饰、品牌文化和趋势研究 / 肖海著.
—北京：中国纺织出版社，2012.5
ISBN 978-7-5064-8481-7

I. ①时… II. ①肖… III. ①设计—艺术评论
IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第064002号

策划编辑：孔会云 责任编辑：范雨昕 责任校对：寇晨晨
责任印制：何 艳

中国纺织出版社出版发行
地址：北京东直门南大街6号 邮政编码：100027
邮购电话：010—64168110 传真：010—64168231
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
北京千鹤印刷有限公司印刷 各地新华书店经销
2012年5月第1版第1次印刷
开本：710×1000 1/16 印张：7.5
字数：139千字 定价：80.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

每一个人都期望得到更多，但正如手的五根手指不同的道理一样，每个人承担的职责和扮演的角色也是不一样的，每个人所能胜任的事情和所该得到的回报原本该是相匹配的！企图得到一切的欲望是贪婪，强烈的占有心理往往会事与愿违；而凡事都不以为然碌碌无为也不足取。生活没有目标，人生也就丧失了意义。生活中常常需要抉择和放弃。学会放弃，懂得抉择，这在艺术表现中是对虚与实关系的把握和处理。以实对实是描摹，付之以勤勉就能达成目标；以虚对实是升华，需要攻心和技巧的操作。而纯粹的虚是不着边际的浮华和不实在，虚张过头则为欺世。只有虚实相生、进退有度，才能便于我们看清周围的世界，辨识周围的人和事，这样也有利于自己去做好能做的事情。

写这本书的初衷是打算集结一本论文集，但在编排的过程中我几乎推翻了原来的整个想法，也就只保留了开篇的文章，并且调整更新了全部的插图。其余涉及展会观察的文章都是重新编写的。我隐约意识到，与其贩卖自己未见得能被别人接受的观点，还不如就我所观察到的东西，敞开一个更大的世界。这也就是我近两年游走西欧各地采风，以及追踪纺织与室内装饰相关领域重要国际展会的见闻、分析和思考。我期待这本书会给感兴趣的读者带来他们想得到的信息。

今天的市场给品牌和设计文化的发展提供了发展的空间。对于一个人来讲，谋事在人，成事在天。与生俱来的基因左右了人的性格，好的性格奠定了人事业成功的基础，但这不等同于事业成功的本身，后天的努力和现实的磨砺才是事业成功的关键。对于市场而言，有市场必有市场的细分。我国国内现行的“万能”加工厂模式给中国的品牌发展造成了一个严重的误导，就是“我什么都能做”，所以我们要雄心勃勃地创建的品牌计划也必须面向全方位的市场。这种没有取舍的态度必然导致品牌的模糊性，而一个模糊的品牌是无法定位于消费人群的。

加工市场作为中间环节需要有百变的适应能力，这只是承接加工的基本条件和赚取加工费的基础准备；面向消费者的终端品牌也要适应风云变幻的市场，越是定位高端的品牌所涉及的高风险和高附加值越是明显。但无论哪个层面的品牌都必须考虑和消费者的关系，最重要的是品牌对消费者的忠诚度，这也是消费者对所选择品牌忠诚的前提。忠诚就意味着要有所取舍，对于人生来讲这很不容易，对于品牌的树立和发展来讲这可能更难。



飞机客舱的装饰美感必须以便利的使用功效为前提，机舱中的每一空间需要得到充分而有效的利用。阿拉伯联合酋长国（Emirates）航空公司率先投入使用的空中客车A380的经济舱内部装饰，在座椅后背上的杯架采取同心圆轴控套环设计，能够始终保持盛着饮料的杯子处于平衡。

目录

Contents

开放的设计

——纵览现代设计及其观念的流变

8

舒缓与强烈的变奏平衡

——2011年1月巴黎家居博览会流行趋势分析

26

花样年华五十载

——2011年4月米兰设计周及米兰国际家具展

56

非同寻常的“旅行”

——2011年路易·威登北京“艺术时空之旅”展览

82

走进米罗·凯勒的世界

——在荷兰皮尔默伦德拜访国际流行趋势专家

108

参考文献

118

致谢

119

后记

120



威廉·莫里斯的流畅线条源自生机勃勃的大自然，他笔下的每一个细节都离不开对客观现实细致入微的观察。1887年为克尔姆斯高特（Kelmscott）庄园设计的《柳叶》壁纸和面料，正如他女儿所夸赞的“令人联想到河边清新惬意的心情”。

开放的设计

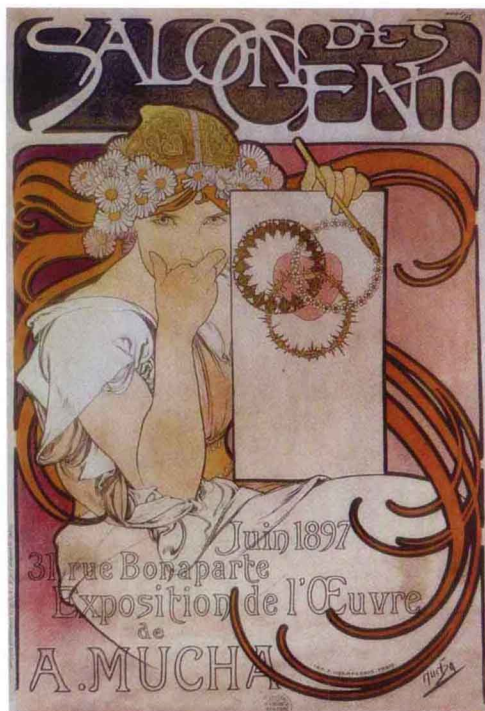
——纵览现代设计及其观念流变

现代设计的兴起和发展，依赖两大主体，即大众消费和工业大生产。这与旧式的设计或者我们称之传统设计形成了鲜明对比。旧式设计的服务主体始终是权贵，财富的生产者并不能享有财富本身。传统设计就是制作的意匠，设计是和制作密切相联不可分割的整体，手工艺人世代相传的技艺是封

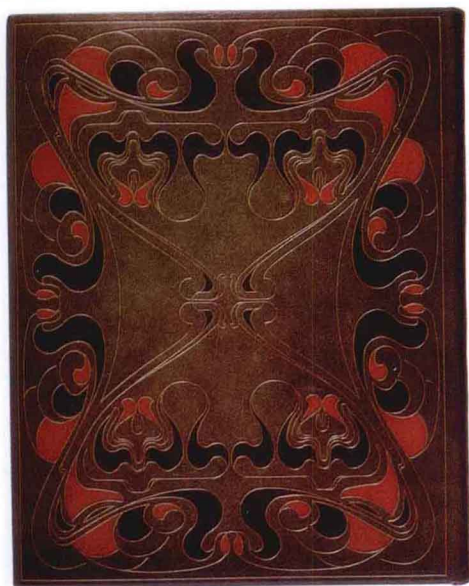
闭在作坊里的谋生手段，他们的精心劳作也是封闭在深宫豪宅的奢侈品。传统设计是人类文明几千年积淀的精华，也是现代设计厚实的文化土壤。

铜辊印花棉布“花团锦簇的水晶宫”是为纪念1851年英国世界博览会而设计的家具用装饰织物。花回的大小为 37cm×74cm。





活跃在巴黎的捷克插图画家阿尔方斯·默哈(Alphonse Mucha)十分擅长运用蜿蜒优美的曲线,上图是1897年设计的招贴画“一百沙龙”(Salon des Cend)。下图是比利时亨利·凡德·威尔德设计的书籍封面,也是采用的典型的新艺术风格。



民主与装饰

民主思想是伴随着工业化的进程日益成熟的,工业化大批量生产为更广大的低收入群体消费提供了可能,有利于生产者同时成为消费者,让劳动者能够享有自己的劳动。服务对象的转移和扩大,意味着新的生产方式向大众开放,也意味着引导大机器生产的设计向大众开放。这就是现代设计的社会基础。

罗马不是一夜建成的。工业化的初生胎儿是极其丑陋的,刚出现的机械大批量生产,降低了十分成熟的手工艺产品的设计标准,但手工艺制品对大众而言却是无法承受的象牙塔产品,移用手工装饰的方式改变工业产品的粗糙面貌,是新生资产阶级和开明君主炫耀工业革命成果的尝试,1851年伦敦首次世界博览会上。众多工业产品生搬硬套矫饰的维多利亚风格的装饰就是典型。传统手工艺形态并不对当初机器的胃口,于是对繁缛装饰的改造成为设计要解决的课题。作为思想阶层的知识分子对工业化是怀疑和恐惧的,表现为工业化与手工艺的较量,民主主义与权贵至上的斗争。欧洲一小部分具有民主思想的知识分子尝试回复手工艺的努力,成为不合时宜的昙花一现,威廉·莫里斯(William Morris)领导的“工艺美术”运动(The Art & Crafts Movement),以朴实清新的风格一洗流行的矫饰与浮华,设计开现代装饰运动艺术之先,新艺术运动(Art Nouveau)是承上启下的形式主义运动,以自然主义风格复兴优秀传统,它和接踵而来的“装饰艺术”运动一样,实质还是面向新贵的。“装饰艺术”(Art Deco)运动既重视手工艺,也不反对工业化,折中主义探索为大批量生产提供了可能。但是它的社会思想却和与之并行发生、发展的现代主义运动相距甚远。从“工艺美术运动”到“新艺术”和“装饰艺

术”对工业化的认同已不可逆转。

大生产催生了现代设计，大市场培育了现代设计。按照人的心理需求层次，产品最先要提供物质功能需要，对于大众来说，这是生存、安全必需，其后才是舒适、美观乃至荣誉需要，进而上升到精神层面。

为贫困的劳动者谋利，率先革除装饰的是20世纪20年代发展起来的现代主义设计(Design of Modernism)，现代主义设计的代表建筑师阿道夫·鲁斯(Aldolf Loos)提出“装饰即邪恶”，他强调功能主义和标准化原则，目的是为了实现设计为人民大众服务的理想。这和格罗皮乌斯(Walter Gropius)“我设计的新建筑要给每个德国工人阶级家庭带来起码六小时的日照”的思想不谋而合。现代主义是对传统的意识形态的革命。面对大工业和现代技术，现代主义设计思想的奠基人亨利·凡德·威尔德(Henri Vande Velde)说：技术是产生新文化的重要基础，只有根据理性原理创造出完全实用的设计，才能够实现美的第一要素，也才能达到美的本质。现代主义是20世纪设计的核心，荷兰的“风格派”(De Stijl)、苏联的“结构主义”(Construction)和德国的“包豪斯”(Bauhuas)是形成现代主义设计的三大基本支柱。德国的包豪斯教学和实验，从初期重视手工艺传统发展到中期强调工业化生产，顺应了社会大环境的改变，构架了现代设计教学体系和现代主义设计的理论体系。包豪斯倡导设计有益于社会，发扬手工艺的训练方法，促进知识分子思想交流的实验，倡导团队精神和合作意识，这些对今天的设计教育不无启发意义。

从单一到多样

有别于欧洲知识分子的理想主义和学究气味，美国的设计没有文化传统的负重，



(上图) 劳尔·杜飞(Raul Dufy)以鲜花盛开的巴黎为主题而设计的服装印花面料，揉入了版画线条和块面的表现手法。

(下图) 1923年百货店的“家具装饰布的日子”面料的商业海报。飘带上的图案均以块面的手法表现花卉，是典型的装饰艺术风格。



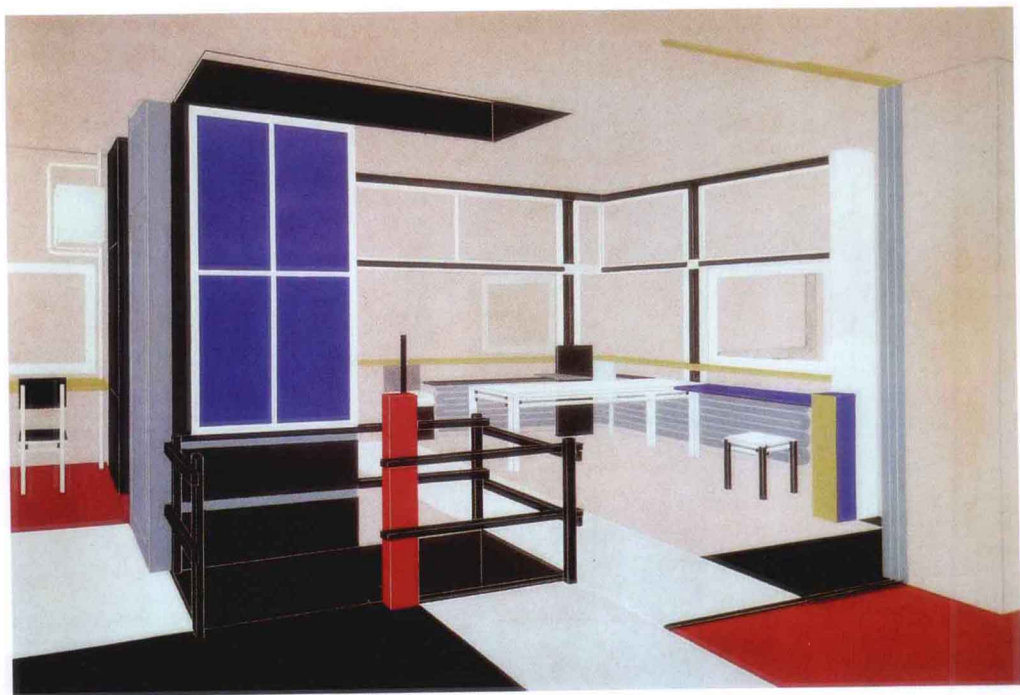
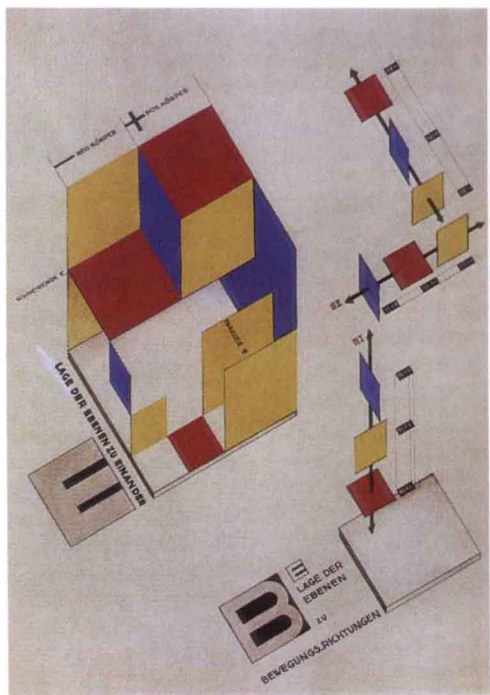


查尔斯·伦尼·麦金托什（Charles Rennie Mackintosh）是英国新艺术运动的核心人物。他以纵横交错的直线和几何形状逐渐取代传统的新艺术矫饰曲线。1896年竞标成功的格拉斯哥工艺美术学校的入口门洞把巴洛克装饰风格和苏格兰豪宅传统形式融为一体，立面的大窗户采取英格兰都铎式建筑特征，舍弃任何多余的装饰以强化直棍和横楣。大胆的黑色运用，又把日本的传统建筑、漆艺装饰风格和正在高涨的工业机械化有机地结合在一起。

一开始就奉行彻头彻尾的实用主义，与其说设计的原则是“形式跟随功能”(Form Follows Function)，不如说是“形式跟随市场”(Form Follows Market)。对企业来说，设计最重要的不是给社会带来益处，使所有民众生活有所改善，而是追逐销售利润，一切都为迎合商业。生产也是抹杀人性的，自然的人被流水线异化为生产零件，上升期的资本主义进行着资本赤裸裸的原始积累。只有市场这只“看不见的手”(Invisible Hand)

(上图) 朱斯特·施密特(Joost Schmidt)在1925~1926年期间绘制的“移动尺”，漂浮在空间中的原色块显现出结构主义的基本特征。

(下图) 在1917年形成的荷兰风格派中，格里特·里特维尔德(Gerrit Rietveld)是建筑风格的主导者。他设计的施罗德(Schroeder)建筑在1923年建于乌特勒支(Utrecht)。这是关于住宅主题超现实主义的宣言——蒙德里安(Piet Mondrian)主要色彩艺术的建筑风格表达。



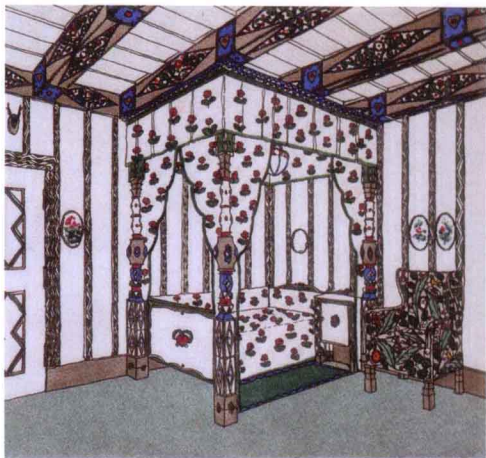


维也纳的一批青年艺术家组成“分离派”团体，宣称要与传统的正统的艺术分手，他们将苏格蘭的直线样式引入到奥地利的新艺术风格中，认为从时代的功能与结构形象中产生的净化风格更具表现力。约瑟夫·马瑞亚·奥尔布里希(Josef Maria Olbrich)设计的分离派展览馆(建于1897~1898年)，把工整方正的基座和镂空的月桂穹顶有机地组合在一起。这幢建筑使绘画、浮雕和实用艺术和谐相融。兼顾并超越新艺术风格的局限的理性表现，成为了现代主义的萌芽。

才能制约企业、制约设计。市场机制强有力地调节供求关系的机能，有效地刺激了设计更具体更广泛的发展，不仅使设计作为市场营销的重要成分独立出来而成为专门化职业，也使设计作为指导企业生产的咨询机构日益成熟。企业内部的设计，主要是内联生产的制作和外接市场的销售，它是生产和销售中承上启下的重要环节；社会化的设计，面向更加宽泛的企业群体，表现出分门别类的专业化特征，设计、生产、销售、使用构成一个完整的链环，设计起着引导性作用，设计关注并满足社会的需要，没有社会的需要，设计毫无价值可言。设计就是解决问题，设计帮助生产者落实生产方式，设计还指导消费者完善生活方式，设计既是艺术生产，设计又是技术生产，设计不光是沟通和服务，设计还是实施和保障。

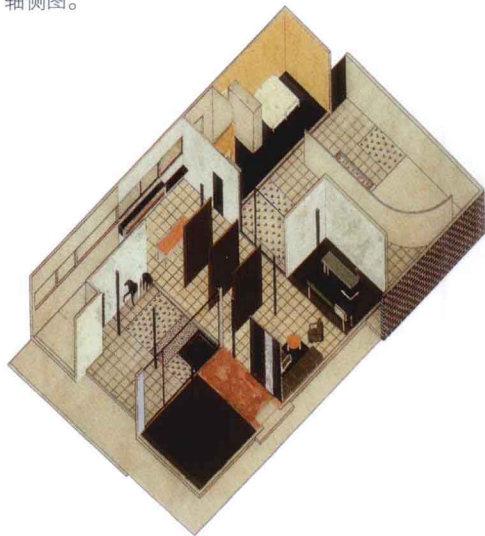
20世纪30年代，由于法西斯封闭了包豪斯设计学院，原来的师生也移居美国，这使得德国严谨的理性精神和美国圆熟的生意技巧逐步融合，欧洲的观念和美国的市場叠合在一起，汇成了战后浩浩荡荡的国际主义设计(Design of Internationalism)运动。国际主义设计运动和现代主义设计运动一脉相承，强调功能，反对装饰，形式简单，高度理性化、系列化和系统化。对共性人的研究推动了人体工学(Ergonomics)在设计中的应用，形成了成熟的机能主义(Functionalism)，同时也构成一个悖论，即忽视个性心理对形态的情感要求，呈现出高度的非人格化倾向。当国际主义设计成为战后60~70年代的垄断风格时，原来自然结果的形式变成了设计追求的目的，而原来的思想内核社会性和大众性被慢慢抛弃。这种舍本求末的结果，导致了没有生机、刻板冰冷、没有差异、千篇一律的模式，自然被变化中的社会所厌倦。

现代设计的历程，遭受了两次世界大战



(上图) 奥地利维也纳分离派主要成员和创始人之一约瑟夫·霍夫曼(Josef Hoffmann)于1913年给温克斯多夫(Winkelsdorf)的帕玛威斯(Primavesi)乡间别墅设计的卧室透视图，明显可以看到受苏格兰的麦金托什直线构架的影响。

米兰三年展(Triennale)是三年一度的意大利国际性的工艺和工业设计展览，始于1923年的蒙扎(Monza)双年展，1933年迁移到米兰改为三年一度。现收藏有上千件意大利家具、灯具、电子产品、家庭用品、交通工具、儿童玩具等永久精品，1997年开始对外开放。2001年12月曾到中国北京、上海、广州举办巡回展览。下图是1933年路易吉·弗吉尼(Luigi Figini)和杰诺·波利尼(Gino Polini)在第五届米兰三年展中为一名艺术家的住宅兼工作室设计的室内空间轴侧图。





上图是巴林(S.Burylin)1930年设计的苏联时期的印花棉布，用结构主义纯粹的几何图形表现集体农庄。

安迪·沃霍尔(Andy Warhol)从商品的批量化生产中获得灵感，他把重复复制的形式置于波普艺术的概念中。下图是用他的汤罐版画设计的手袋和手套。



的剧烈撞击，也使人类的价值观受到空前的挑战。第一次世界大战正处于现代设计孕育的阶段，战争的苦难加剧了人们对工业怪物的恐慌和忧虑，同时也刺激了军事工业的发展，特别是设计功能的合理性，运用到战争中显示了非凡的功效。战争武器、军需用品的生产也有力地推动了工业化进程，推动了现代设计，这在第二次世界大战中，表现得更为突出，其负面影响也就更为惨烈。美国在战争中获利，这也成为其本土经济发展的兴奋剂，现代设计推动了美国经济的繁荣和发展。而战火燃烧过的国家，战后物质匮乏，百废待兴，底层人民的生活极度艰难，经过十余年的喘息，发达的资本主义国家重建丰裕社会。经济独立了的职业妇女成为一支庞大的消费力量，她们需要能节省时间的家庭用品和能够满足工作需求的用品，这是