



设计 兰米

湖北工业大学图书馆



01309874

甄健恒

著



TS664.01/53

山东人民出版社

12

图书在版编目(CIP)数据

设计米兰 / (马来) 甄健恒著. — 济南: 山东人民出版社, 2012.4

ISBN 978-7-209-06037-0

I. ①设... II. ①甄... III. ①家具—设计—世界 IV. ①TS664.01

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 275787 号

山东省版权局著作权合同登记号 图字: 15-2010-095

责任编辑: 王海涛

装帧设计: 吴东龙 东喜设计 (Ariel Wu)

项目完成: 文化艺术编辑室

书 名 设计米兰

作 者 甄健恒

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

北京图文天地制版印刷有限公司印装

规 格 16 开 (170mm × 210mm)

印 张 21

版 次 2012 年 4 月第 1 版

印 次 2012 年 4 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-209-06037-0

定 价 48.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。010-84488980

**50 years
young.**



从米兰到.....

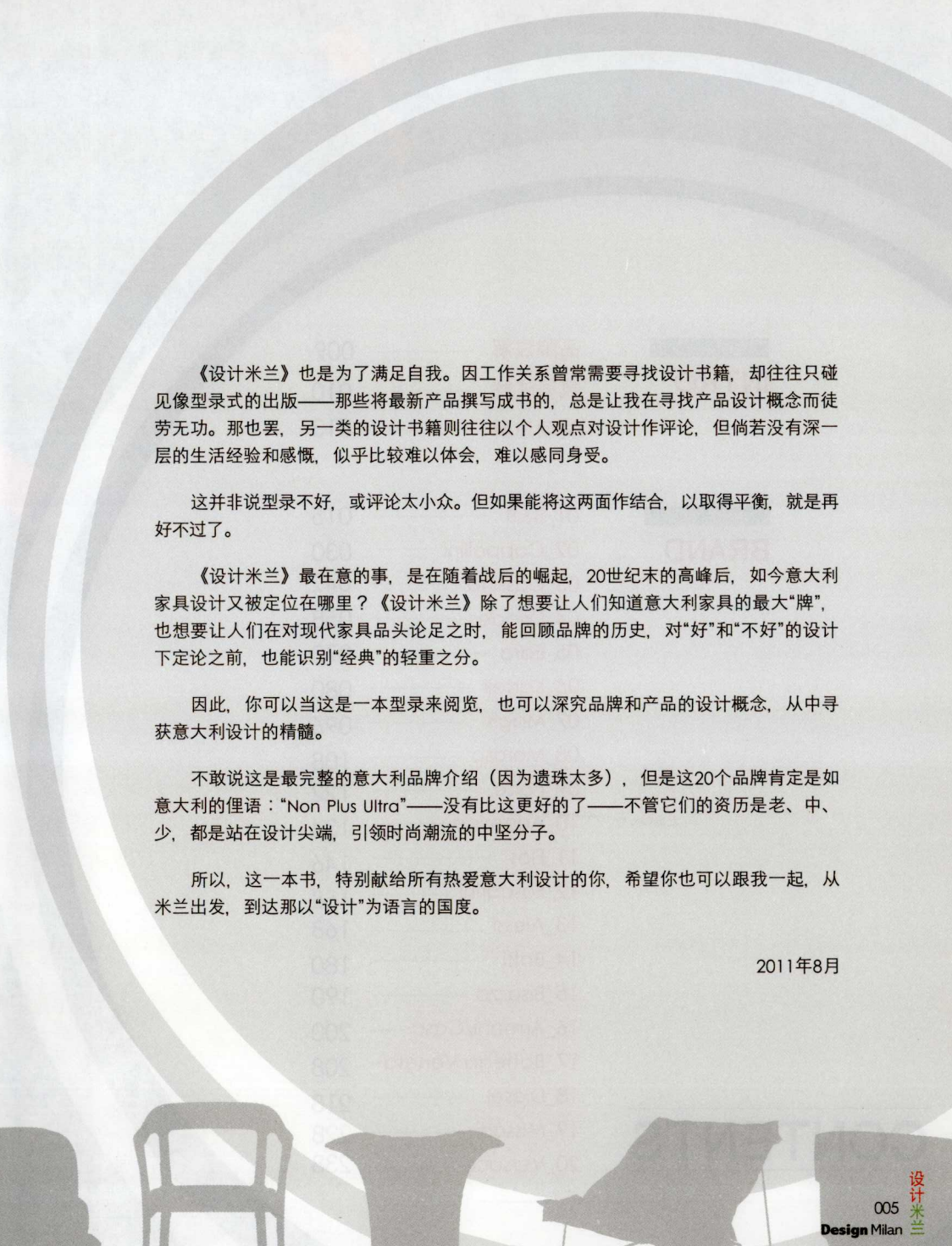
严格来说，“设计”（或“好”设计）对我而言是一种后知后觉的语言——毕竟我非生于以设计著称的都会里，亦不在设计腾达的年代——我只是一个80后的小孩，手机和MSN是我们的拿手好戏，可却在完全不懂什么是“设计”，更甭提什么“家具展于设计业中的代表性”的情况下，抵达米兰。

在这个人生地不熟，语言也不通的地方，若非这里还算（！）是个国际性的城市，相信我早就患上严重的文化冲击症。但所幸设计给予我安抚。在这一个世界设计源头的国度里，米兰家具展成为我的第二个家。尽管世界各大区域都在举办着类似的家具展，但米兰，作为意大利家具业的龙头，似乎高高在上，也如2011年的展览口号——“50 Years Young”，是历久弥新，越老越年轻。

因此到米兰家具展，是任何欲感受“设计”洗礼的人必做的事。

但意大利的家具业，坦白说，若非熟读其历史，将鲜少对其有所概念。究竟什么是“好”与“不好”，也无从得知。初到米兰的我，亦囫圇吞枣地吸收了所有的创意，常常搞得资讯消化不良。米兰家具展（或也说意大利家具业）中，品牌实在太多，以致最终让“品味”成为最主观的鉴赏元素。倘若你未接触过设计家具（就是直到阅读着这一篇序之前，完全不懂什么是意大利设计家具的你），又何来鉴赏，或更俗一点地：“看懂”，这些超前卫与超时尚的设计品呢？

或许这就是写《设计米兰》的原因。关于意大利家具设计史的出版物，数不胜数。而意大利设计的现今潮流更是能在资讯爆炸的现代社会里，无所不在，即时即刻，在网络上成为“病毒性”。但是串联着历史与现代的那一大空白，谁又了解呢？更重要的是，谁又想了解呢？



《设计米兰》也是为了满足自我。因工作关系曾常需要寻找设计书籍，却往往只碰见像型录式的出版——那些将最新产品撰写成书的，总是让我在寻找产品设计概念而徒劳无功。那也罢，另一类的设计书籍则往往以个人观点对设计作评论，但倘若没有深一层的生活经验和感慨，似乎比较难以体会，难以感同身受。

这并非说型录不好，或评论太小众。但如果能将这两面作结合，以取得平衡，就是再好不过了。

《设计米兰》最在意的事，是在随着战后的崛起，20世纪末的高峰后，如今意大利家具设计又被定位在哪里？《设计米兰》除了想要让人们知道意大利家具的最大“牌”，也想要让人们在对现代家具品头论足之时，能回顾品牌的历史，对“好”和“不好”的设计下定论之前，也能识别“经典”的轻重之分。

因此，你可以当这是一本型录来浏览，也可以深究品牌和产品的设计概念，从中寻获意大利设计的精髓。

不敢说这是最完整的意大利品牌介绍（因为遗珠太多），但是这20个品牌肯定是如意大利的俚语：“Non Plus Ultra”——没有比这更好的了——不管它们的资历是老、中、少，都是站在设计尖端，引领时尚潮流的中坚分子。

所以，这一本书，特别献给所有热爱意大利设计的你，希望你也可以跟我一起，从米兰出发，到达那以“设计”为语言的国度。

2011年8月



Chapter ONE

INTRO

品牌注解 ———— 009

风格注解 ———— 010

奖项注解 ———— 013

Chapter TWO

BRAND

01_B&B ———— 015

02_Cappellini ———— 030

03_Cassina ———— 042

04_Driade ———— 058

05_Edra ———— 070

06_Kartell ———— 080

07_Magis ———— 096

08_Moroso ———— 108

09_Porro ———— 122

10_Artemide ———— 134

11_Flos ———— 146

12_Foscarini ———— 158

13_Alessi ———— 168

14_Boffi ———— 180

15_Bisazza ———— 190

16_Armani/Casa ———— 200

17_Bottega Veneta ———— 208

18_Diesel ———— 218

19_Missoni ———— 228

20_Versace ———— 238

CONTENTS

CONTENTS

Chapter THREE

DESIGNER

Antonio Citterio	250
Stefano Giovannoni	252
Piero Lissoni	254
Ferruccio Laviani	256
Alberto Meda	258
Fabio Novembre	260
Paolo Ulian	262
Lorenzo Damiani	264
Luca Nichetto	266
Ilaria Marelli	268
Gio Ponti	270

Chapter FOUR

FINDING

米兰家具展	280
三年展览馆	294
布雷拉设计区域	302
时装区域	306
家具街	310
设计店铺	311
ZonaTortona	316
新热点	324
米兰家具展指南	326
旗舰店索引	329

Chapter FIVE

LAST NOTE

后记：品牌未来	331
新星：Skitsch	334
老将：Danese	335



INTERNI

AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 9 SETTEMBRE
SEPTEMBER 2010

MENSILE/MONTHLY ITALIA € 11
A € 24 - B € 23 - CH CHF 29 - E € 1
F € 15 - GR € 18 - P cont. € 18 - UK € 1

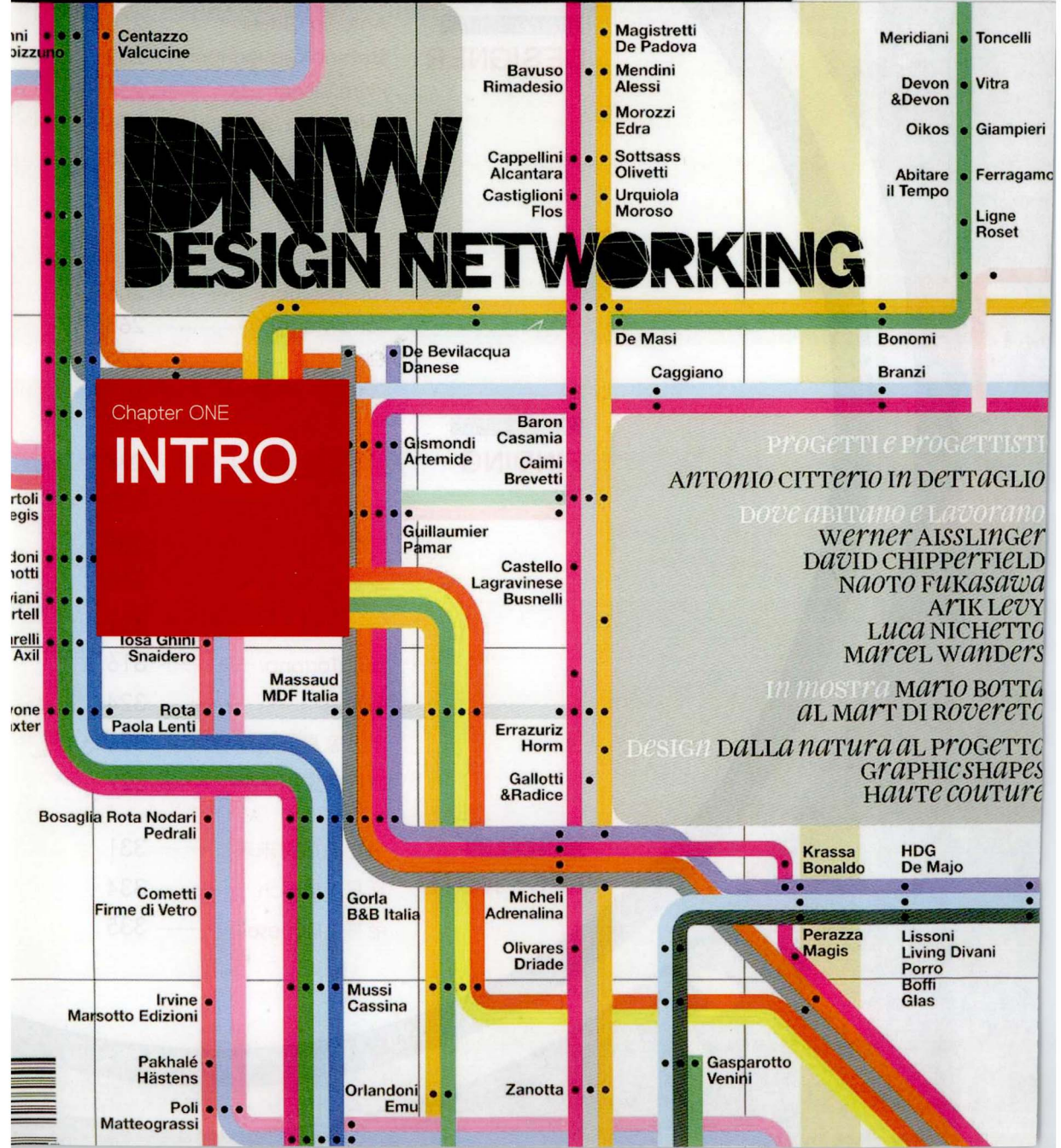
Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/0
art.1, comma1, DCB Veron

MONDADORI

DNW DESIGN NETWORKING

Chapter ONE
INTRO

PROGETTI E PROGETTISTI
ANTONIO CITTERIO IN DETTAGLIO
DOVE ABITANO E LAVORANO
WERNER AISSLINGER
DAVID CHIPPERFIELD
NAOTO FUKASAWA
ARIK LEVY
LUCA NICHETTO
MARCEL WANDERS
IN MOSTRA **MARIO BOTTA**
AL MART DI ROVERETO
DESIGN DALLA NATURA AL PROGETTO
GRAPHIC SHAPES
HAUTE COUTURE



HISTORY
品牌注解

What is a Brand.....

意大利设计从20世纪的下半叶开始，就逐渐成为名声享誉国际的产业。在品质、创意、创新的层面上，它被全球设计师和设计公司仰慕、查阅、甚至是拷贝，进而展现出一种高尚工艺的形象。特别是在杰出的意大利建筑师兼理论学家Ernesto Nathan Rogers说：“做设计，要能从汤匙到城市。”（Dal cucchiaino alla città）的确，在“设计师”其实还不存在的20世纪50年代里，因为“建筑”是唯一的设计训练，“建筑师”反而建立起意大利设计业的基石。他们除了包办了工程建筑和城市的规划，还一同扛下了家电与办公设施的设计，提供了实验性的家居解决方案。

“建筑师”与“设计师”在当时，并没有差别。但随着后现代主义在意大利的发展，“孟菲斯”（Memphis）主义引起的轰动后，20世纪末期，“设计师”终于摆脱“建筑师”的融合，以“工业设计师”之名，成为另一种独特的“职业”。而多亏其生产商——如知名的米兰理工大学（Milan Polytechnic University）——从象牙塔出来的新鲜人领导了“工业设计师”的崛起，驱使了家具公司重塑为“品牌”的开端。虽然说，家具公司早在50年代开始创建和兴起，但若非有“工业设计师”的介入，不少公司也只是米兰街坊小巷子中的店面，无法缔造现今的辉煌成就。

何以如此？当这些著名品牌意识到兴建和发展是避免不了的事，向设计师开放了更多的设计平台和生产科技，将有效鼓励设计师们的创新，进而打造出一项明智的商业模式。但所谓“创业艰难，守成不易”，它们虽然贵为人们现称的“创意”行业，但是说到底，它们无非还是如一般企业，无一不曾面临时代的考验：从世代交替——建筑大师的陨落、金融危机——产品叫好不叫座，到理念冲突——公司高层拆伙等。

如果从商业的层面剖析的话，意大利家具业的“品牌”化，除了是一种自然的演变外，还可以说是获得意大利另一创意行业——时装服饰业——的启发，在不跟随时尚而是“创造时尚”的设计理念下，“设计引导生产”的原则成了生产方式，使设计成为意大利家具品牌的第一推动力。

懂得与时势并驱而进，是一种“品牌”精神。而所谓的“品牌”也就不外是周而复始地创造设计“奇迹”的神话……

What is a Style.....

意大利风格，在经过各式设计哲学、学派与文化的结合、解构、再重塑时，则呈现一种全新的面貌，并非由单一的“主义”就能概括。若硬要形容这对装潢的态度是异想天开、大胆、色彩鲜艳但始终现代化的风格，或许“折中主义”（Eclecticism）最为接近。

意大利风格



大关键词

O1 诙谐性

走进意大利人的家，肯定会找到一丝的玩乐主义。意大利人了解什么是“originalita”（原创），对于突破框框最自在，得以让他们在居家中树立起个人和戏剧化的风格。在这里，你肯定找不到的是典型的、安全的米色客厅摆设。意大利人会认为这“平庸性”为败笔之作。“玩乐”的例子就可包括一个异想天开的灯具、一张复古的吊椅、或者像以夸张印花布料制的椅子。

O2 高品质

特别指厨具，因为房子往往没有厨房的设置，因此意大利人总会投资于高品质的产品，以便能长时间持续使用。此外，尽管“复古”的经典款依然存在，尽管他们有可能住在19世纪的旧型房屋中，现代式的厨房设计依然深受喜爱。最潮流的设计，莫过于厨房的流线型有效地将所有厨具都隐藏掉，乍看甚至无法辨认出其真面目。

O3 艺术品

意大利人享受收藏艺术品和将自己的居家空间以个人的收藏品填满。这些作品有时还广泛地横跨多种风格。通常，收藏作品会遵循着“沙龙式”的悬挂法，一直延伸到天花板去。在较正统的现代家庭，艺术品更是以大型著称。越大、越前卫的，就越好。

04 新旧混搭

尤其现代家具在古老的历史居家中更为盛行。就算是住在一个古老寺院或14世纪的城堡内，装潢更不应该裹足不前！即便被包裹在这么多的历史之中，意大利人总是能接受新颖的设计。与其盲目地重塑这一指定时代，他们更会让新旧进行硬碰，从而让意大利现代家具常用于充满着壁画、华丽吊灯的上世纪居家空间内。

05 设计感

对于意大利人而言，最值得斤斤计较的不会是像窗口铁花，或一系列的同款椅子的选择。意大利居家的风格在极简主义和简化风格中，以设计感来达到装饰，非反之。沙发和椅子一般都以流线型的设计完工。尊重其设计，不会将之过于装饰。即便展示出较重的复古旅行箱和旧时代的盔甲，都会以“少即是多”的美学态度来抗衡。

06 多功能

因为太多意大利人都居住在小型的公寓，而非独立式住宅，因此他们自然会更喜欢能拥有一种功能以上的家具。不管是从桌子变成床、床转换成储藏柜、茶几变成餐桌等等。多功能产品能让小空间保持整齐。

07 大胆用色

或许基于他们生活在炎热和阳光充足的气候中，意大利人对于色彩的应用是毫不退缩的。所以，你不会找到灰褐色的沙发。相反的，他们喜欢大胆的原色色彩，像明亮的红色、黄色、蓝色总是与沙发、椅子和固定装置相连。往往，这些大胆的色彩，则以新鲜的白色作平衡。

08 细节至上

意大利人会花上不少时间来评估家具，除了在舒适度和价值元素上作考量，产品的雕塑性极为重要。不但是这样的元素需要从家用电器延伸到灯具，甚至包括水管的设备。不起眼的后者更始终拥有最高的质量。



官网 | www.adi-design.org/compasso-d-oro.html

AWARD
奖项注解

What is an Award.....

金圆规 Compasso d'Oro

金圆规大奖可谓意大利设计业的“奥斯卡”，是对全球设计产品的研究与成就表示赞赏，乃世界对顶级的荣誉。自1954年颁发开始，金圆规就一直扮演着向世界推广意大利设计的重要角色。

追溯到20世纪50年代，米兰这个城市以及其所属的Lombardy区域为意大利的设计中心，许多的意大利建筑师都出自于米兰理工大学。米兰拥有最主要的客户、人才、展览空间、专业出版物、工业设施、金融与企业、文化，而且在地理位置上亦是整个欧洲大陆的中心。它同时也在19世纪后期，诞生了意大利的首个百货公司La Rinascente。而也是因为这家百货公司，金圆规这一奖项才会诞生。

话说在1953年，随着与La Rinascente百货公司举办的“Aesthetics of the Product”（产品的美学）展览获得空前的欢迎，建筑大师Gio Ponti、La Rinascente百货公司副总干事的Cesare Brustio、以及艺术评论家Augusto Morello决定共同发起金圆规概念。主要原因是在意大利，该百货公司虽然是最在意民众消费的组织，却觉得应该主动维护市民，免受养成非理性、盲目和仅以数量为购买理由的坏习惯。

因为金圆规是在广大意大利市民所使用的产品众推选出来，所奖励的公司往往代表当时的潮流。获奖的产品也从最基本面的家居用品到交通工具。当然，如同获奖的产品，其评审团也全都为业界的“重量级人马”，从艺术评论家、设计业领袖、杰出讲师和历史学家不等。50多年来让该奖项代表了意大利社会、科技与设计的历史。

从1959年到1965年之间的金圆规比赛则由1956年创立的Association for Industrial Design（工业设计协会，简称ADI）联举，到了1965年则全程交由ADI负责至今。

Chapter TWO

BRAND



01_B&B Italia

创意是一种大家都了解的不明语言。

而对于B&B Italia来说，这一种不明语言则是一条红线，牵连着他整个历史，那充斥着悲欢离合的过程。低调奢华感的品牌形象，也不单单是一种美学上的语言，更多地是出自设计上的执著——执著于事实和成绩。

品牌史记

其实，成为全球家具业佼佼者的B&B Italia只拥有40多年的历史。1966年，出生于当代设计业时期的Cesare Cassina与扶手椅生产商Piero Ambrogio Busnelli的相遇，促使了两者对采用新制作科技与原料工业过程的渴求，于是随后成立了C&B Italia（即Cassina与Busnelli之名）。同年，在米兰家具展展出的Amanta和Coronado沙发的原型设计也大受好评。特别在PVC盛起的60年代，Coronado这张由Afra和Tobia Scarpa一起打造的沙发还未推出就成了品牌的成名作、工业制作的先驱。心感满足的两位创办人立即进行扩充公司的计划。首先就在米兰城外的Novedrate区买下一块9万平方米的土地，让著名建筑师Renzo Piano打造为该公司的总部兼工厂。

当时C&B Italia的出现，代表了意大利现代文化，执著于预示和引领新潮流，并对品味和现实生活所需的改变进行立即的反应。基于这

Amanta
Bonanza
Camaleonda
Coronado
Le Bambole
da oggi si chiamano

Amanta
Bonanza
Camaleonda
Coronado
Le Bambole

*
B&B
ITALIA

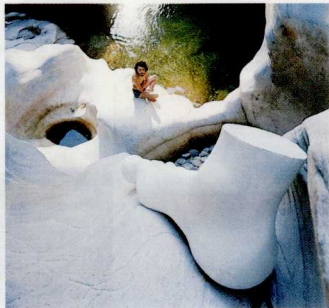
...qualcosa che vale nel tempo



些特质，在公司创立一年内，就被1969年美国的*Furniture Design*杂志誉为全世界最自动化的家具工厂。而工厂的研究中心也扮演着举足轻重的角色。C&B Italia 强调工艺流程和生产设备的更新，并坚持制造工序和方法的不断改造。它所发展出来的前沿技术，从Joe Colombo到Castiglioni兄弟俩的产品都曾受惠过。最值得提起的是研发出新式材质如冷压模亚氨酯泡棉（cold foamed moulded polyurethane）、Dacron单孔中空纤维棉坐垫、合成树脂填充的玻璃纤维、沙发的金属结构、保用10年的扶手椅等等。特别是Gaetano Pesce以泡棉技术制作的UP系列，至今仍让人津津乐道。

1-2. 来自UP系列的UP7, 这一款大脚的雕刻作品就像一款 在现代社会发提出的考古之作, 它将艺术与 设计完美地结合在一起。

3 位于Via Durini的品牌旗舰店。



1

2

可是在品牌创立不到10年时间, 同为Cassina家具品牌创办人之 一的 Cesare, 因为家庭压力无法再继续在成为竞争对手的C&B Italia公司内工作。Busnelli决定将公司其余的股份给买下, 1973年4月, 正式成为公司的大股东, 而公司的名字也在顺应改成了B&B Italia (Banks & Busnelli, 因为当时买下另外多数股份的资金乃来自于两家银行)。此后, B&B Italia开始进行大革新, 采取更多行销与销售策略上的计划。除了1974年进军美国市场外, 日本和欧洲也出现了分公司。

随后在面临80年代的“传统回流”时, B&B Italia也不曾妥协过。1986年推出的首个组件式家具的Sity靠背长椅也成功大卖, 为品牌塑造了标准。接下来的Basity也乘胜追击, 再次向传统靠拢, 往家庭式组件出发。而当这潮流开始减退时, 品牌又恢复到原有的工业主义风格。在这样的反复变更与创新之下, 品牌依旧稳住了脚步, 持续打造出如Domus储藏组件(1989)、Charles座椅系统(1997)、George(2001)以及后期的Door衣柜系统(2002)的好设计。

