

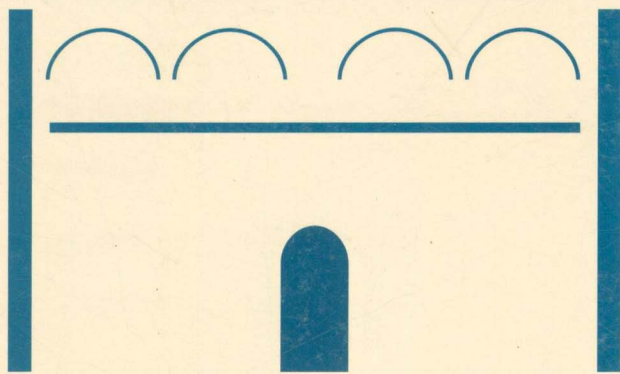
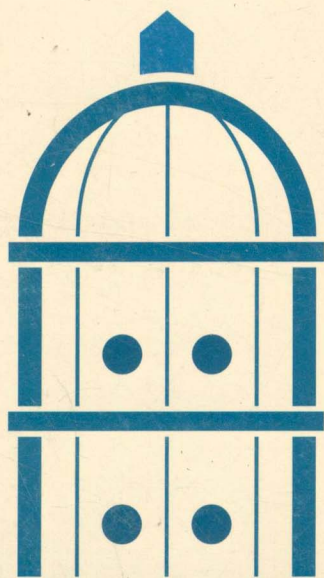
創意城市

佛羅倫斯

Creative Cities
Florence

Roberto Capucci, Roberto Cavalli,
Wanny Di Filippo, Stefano Bemer,
Claudio Nardi.....

義大利十六位
頂級品牌掌舵者的
原創訪談錄



原創之城、文化首都，
義大利設計產業的「文藝復興」傳奇

將時尚和生活結合在一起，將設計的概念帶到日常的生活。

—— 克羅迪奧·納蒂 Claudio Nardi

果果
Sophie Guo 著



美學誌 (019)

創意城市－佛羅倫斯：

義大利十六位頂級品牌掌舵者的原創訪談錄

作者 果果
發行人 楊榮川
總編輯 王翠華
企劃主編 歐陽瑩
責任編輯 歐陽瑩
排版 嚴致華
封面設計 王璽安

出版 博雅書屋有限公司
地址 106 台北市和平東路二段 339 號 4F
電話 (02) 2705-5066
傳真 (02) 2709-4875
劃撥帳號 01068953
戶名 五南圖書出版股份有限公司
網址 <http://www.wunan.com.tw/>
電子郵件 wunan@wunan.com.tw
法律顧問 元貞聯合法律事務所 張澤平律師
出版日期 2012 年 5 月初版一刷
定價 新台幣 350 元

本書為江蘇美術出版社授權博雅書屋有限公司
在台灣地區出版發行繁體字版本
有著作權 翻印必究 (缺頁或破損請寄回更換)

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

創意城市：佛羅倫斯：義大利十六位頂級品牌
掌舵者的原創訪談錄 / 果果著.-- 初版.--
臺北市：博雅書屋，2012.05
面；公分.-- (美學誌；19)
ISBN 978-986-6098-51-2(平裝)

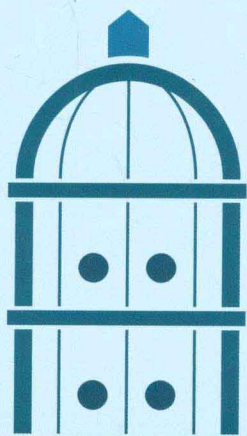
1. 設計 2. 創意 3. 生活美學 4. 訪談 5. 義大利佛羅倫斯

創意城市

Creative Cities: Florence

佛羅倫斯

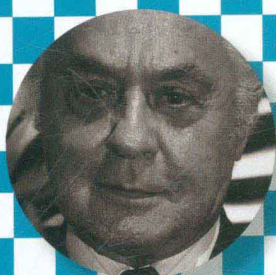
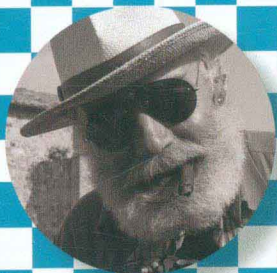
義大利十六位頂級品牌
掌舵者的原創訪談錄

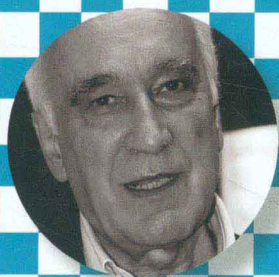


Roberto Capucci, Roberto Cavalli, Raffaele Caroli, Wanny Di Filippo, Corto Moltedo, Giuseppe Grevi, Maria Cirri, Loretta Caponi & Lucia,
Stefano Berner, Antonio Brodini, Ornella Aprosio, Angela Caputi, Agostino Dessi, Leonardo Beglieri, Lorenzo Villorresi, Claudio Nardi

果果 著

Artists and Designers
藝術家 and 設計師







前言 Preface

在許多人的印象中，「文藝復興」是「花之都」佛羅倫斯這座歷史文化古城最為深刻的記憶符號。恢宏的古典建築、異常豐富的文化藝術遺產，似乎城內一磚一瓦都蘊藏著古典氣息，每一個角落，都隱匿著一個恆久天才。歷史上各領域諸多舉世矚目的名人都誕生於此，生活於此。而更多的藝術家、設計師在「花之都」美名吸引下來到「心中所嚮往的藝術文化聖地」，續寫唯美傳奇。

如果說羅馬是義大利的政治首都，米蘭是經濟首都，那麼佛羅倫斯堪稱文化首都。從中古時期歐洲著名的貿易中心、古文化都市，文藝復興發源地，歐洲及世界藝術、人文中心到世界聞名的手工業中心、時尚聖地，在 2000 多年的演變進程中，其與時俱進的能力，不僅來自豐厚的歷史積澱，亦來自於自身的更新與蛻變。

事實上，「花之都」的意境之美，絕非賞其外觀，觀望名勝古蹟，「取景」文化藝術遺產便可企及。要想獲得開啟「神秘之門」的「鑰匙」，不僅要有敞開視野的遠見卓識，也要具備深度探尋的能力和素養。

沿著小石板路走進迷宮似阡陌縱橫的街巷，用腳步丈量，將歷史「縮影」中的佛羅倫斯一點點「放大」，才得以漸漸領略傳承之美。只因往昔的凝神與現代傳情，常常只是一轉身的距離，其間的景深是帶有私密色彩的，需要一點點去探尋，去解碼。古老街區與中世紀奢華，以及當代時尚氛圍幾經調和，成就了佛羅倫斯舉世不朽的地位及其永恆的魅力。

拉開「焦距」，將視野延展至四周更廣闊的空間，走進整個托斯卡納大區得天獨厚的自然情境，深入到平和、富足，有如佳釀的生活氛圍中，才得以順暢呼吸有如空氣般讓生命得以綻放、可以逾越時空的芬芳氣息。這正是「任何創意無法脫離生活情境而孤立存在」的內涵所在。而創想的最高境界，便是能夠將「真知灼見」變成現實，並回饋到生活中。

可以說，義大利享譽全球的原創設計源於中世紀的手工業，現代義大利時裝業當之無愧始於佛羅倫斯。但值得慶幸的是，這裡的手工業並沒有因悠久而變得老套，在古典傳承基礎上不斷尋求創新的意識，不僅使「花之都」充滿生命活力，更使得「義

大利出品」逐漸成為時代精神與品質象徵。

也許沒有什麼比藝術家、設計師的原創作品更能代表一個國家、地區的形象風貌，它們好似延伸的橋樑往往最先走出國門、走向世界，並被世人所傳頌、瞻仰。相對而言，佛羅倫斯藝術家、設計師的原創風格，更具有濃厚的地方氣質，純真的情感氣息，自然而淡定。其追求卓越品質、超然於世俗眼光、無視於時尚追逐的境界更體現了「回歸自然，以人為本」的原創本質。

沐浴在托斯卡納豔陽下，享有愜意生活，並在「花之都」文化氛圍薰陶下成長的設計師、藝術家，似乎對美的識別具有天賦能力，而精湛的技藝傳承對他們來說，更有著血脈之源。世代傳承的品牌文化氛圍，使得他們的創作哲學更追求「經典」而非「時髦」。比如：Wanny Di Filippo（文尼·迪·菲利浦）所創建的「IL BISONTE（野牛）」、Loretta Caponi & Lucia（洛麗塔·卡普尼&露西亞）、Giuseppe Grevi（吉塞佩·格萊維）、Claudio Nardi（克羅迪奧·那赫迪）等無一不是典型象徵。

清晨，推開位於托斯卡納山間松林別墅的小木窗，呼吸著清新而芬芳的空氣，不由聯想到霍金所說的：「人類是唯一被時間束縛的動物。」而我們一再加速度到底要奔向哪裡？！在回歸自然的境界中，讓我們一同分享原創風景。

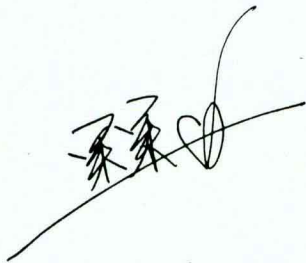
Sophie Guo 果果

Olivier Rol 苗立偉

VISION INTERNATIONAL

國際文化傳媒中心 執行總裁

2009 年 1 月於佛羅倫斯









FLORENCE MAP 佛羅倫斯地圖



佛羅倫斯——原創之城

FLORENCE—A City of Originality

優雅品味的傳承，個性化的民族氣質，掌控原創尺度的天賦，對設計本質的洞察力和感受力，敏銳的市場嗅覺，卓越、精湛的工藝水平，對品質精益求精的態度，以及對工業、科技研發的高度重視，

讓義大利在長達一個世紀的時間裡，引領著世界設計潮流。無論追溯至「歐洲文藝復興」，還是近代的義大利設計產業「文藝復興」，都與佛羅倫斯有著直接關聯。

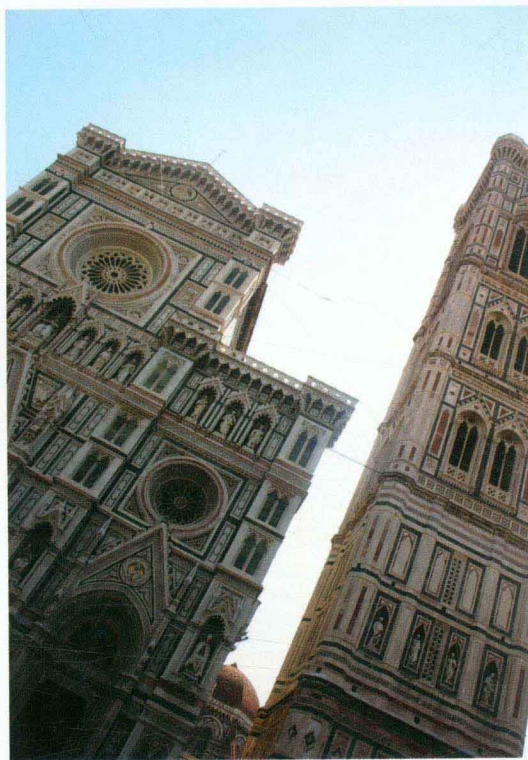
A 文藝復興古典傳承

據史料記載，佛羅倫斯始建於西元前 59 年，早在 13 世紀時，就已發展成為歐洲的金融中心。14 世紀到 16 世紀，則是佛羅倫斯文化藝術發展的輝煌期，並在文藝復興時達到頂峰。以佛羅倫斯為中心的「繁榮昌盛」被西方認為是現代西方文明——歐洲文藝復興的起點。

登峰造極的建築瑰寶「聖母百花大教堂」(Santo Maria del Fiore)，「比過去的藝術更完美」的喬托

鐘樓 (Campanile di Giotto)，阿諾 (Arno) 河上方舉世聞名的「洗衣船」古橋 (Ponte Vecchio)，米開朗基羅廣場 (Piazza Michelangelo) 傑出的雕塑作品……整個佛羅倫斯猶如一個偌大的文化藝術博物館。歷代藝術巨匠、設計名家鑄就的名勝古蹟，奠定了佛羅倫斯的城市風格，而其中的人文風景，則有著更深遠的意味。

舉世聞名的梅迪奇家族 (Medici)，譜寫《神曲》



的但丁（Dante），歐洲人文主義運動的主要代表佩脫拉克（Petrarca），撰寫《十日談》的薄伽丘（Boccaccio Giovanni），以《君主論》聞名的馬基維利（Machiavelli），被譽為「歐洲繪畫之父」的喬托·迪·邦多納（Giotto di Bondone）和他的導師契馬布耶（Cimabue），文藝復興時期第一位偉大的畫家馬薩喬（Masaccio），寫實主義與復興雕刻的奠基者多那太羅（Donatello）等諸位名家都與佛羅倫斯有著很深的「情緣」，當然，更不必提耳熟能詳的李奧納多·達文西（Leonardo da Vinci）、米開朗基羅（Michelangelo）、拉斐爾（Raffaello Sanzio）。

許多名家真跡如今珍藏在西納里亞宮殿（Palazzo della Signoria），又稱舊宮（Palazzo Vecchio）的藝術博物館中。這座宮殿是由阿諾弗·迪·卡比奧（Arnolfo di Cambio）於1298—1299年設計建成。宮殿入口處陳列著獅子像 Marzocco 徽章，這座有著94米高塔的哥德式建築原為佛羅倫斯共和國國政廳，一度成為梅迪奇家族的私宅。1565年，當梅迪奇家族的宅邸皮蒂宮（Palazzo Pitti）建成後，它自然就被稱為舊宮了。

毗鄰舊宮的西納里亞廣場（Piazza della Signoria）是佛羅倫斯城中最古老的一部分，這一地區被證實曾是新石器時代文化的發祥地，在此發掘出了浴場和染坊遺址。如今這座廣場就如同一座露天「民間樂園」。

在佛羅倫斯，我們常常有一個習慣，就是揚起頭，看看那個橙色的圓頂在哪兒，並以此來辨別方位。有著橙色穹頂的「聖母百花大教堂」堪稱文藝復興時期的第一座不朽建築。這座頗為宏偉壯麗，由黑、淺綠和粉紅色條紋大理石砌成的大教堂，始建於13世紀。教堂最突出之處是由菲利浦·伯魯乃列斯基（Filippo Brunelleschi）設計建造的傑作——高達144米，直徑44米的橙色圓頂。建築巨匠在完成這一空中巨構的過程中竟然沒有借助於拱架，而是巧妙採用一種創新魚骨結構，以橡固瓦的方法從下往上逐次砌成。順著圓頂內螺旋階梯上攀可以抵達教堂穹頂，鳥瞰無限風光。穹頂內陳列著米開朗基羅雕刻的聖彼德像和約200平方米的巨幅壁畫《末日的審判》。從某種意義上來說，這座高昂的教堂不僅僅是精神居所，也是故鄉的地標。當遠行歸來的遊子望見霞光中的橙色弧線時，就意味著已經到家了。

被米開朗基羅讚譽的「天堂之門」，位於建於5世紀大教堂（Duomo）的對面。是外觀呈八角形的洗禮堂（佛羅倫斯宏偉建築物當中最古老的一座）所擁有的三扇門中最為著名的。這個洗禮堂亦被稱之為「美麗的聖約翰堂」，大詩人但丁曾在此處受洗。《舊約全書》的故事被按情節劃分成十個畫面格局。有的方格內，人物多達上百個。生動自如的小雕像，不僅造型精確，塑痕細膩，而且之間的穿插也極為



完美。浮雕四周，還點綴著一些精緻的小雕像和頭像。門扉的長方形外框，飾以各種富有文藝復興裝飾特徵的花葉瓜果之類的立體圖案。整座宏偉的建築花費了洛倫佐·吉貝爾蒂（Lorenzo Ghiberti）20多年時間，這位善於把宗教題材「世俗化」的15世紀最具影響力的雕塑大師，以其獨特的透視角度，在有限的空間中構築了超越局限的縱深感。

B 義大利設計產業「文藝復興」傳奇

翻閱厚厚的典籍，總會看到一些類似的說法：「佛羅倫斯的興盛，不是通過強有力的軍隊或是強大的海軍征服，而是通過其手工藝人的辛勤勞動、商人的機敏和藝術價值的發揮。」佛羅倫斯人一向不掩飾他們對金、銀、寶石等名貴珍稀之物的熱愛，且擁有十分優雅的品味、造型天賦和精湛技藝，可以使沒有生命的石頭、金屬，變成價值連城的藝術品。1252年，佛羅倫斯鑄印的金幣「Fiorino」已是當時整個歐陸和地中海交易流通的「國際」貨幣。佛羅倫斯中世紀崛起的幾大家族無一不仰仗絲綢、紡織品生意和皮革發的財。更為重要的是，這裡的富賈極其精通「財運」之道，為鑄就佛羅倫斯的藝術輝煌不惜重金的梅迪奇家族便是最好印證。而藝術文化帶來的傳世價值早已超越金銀計量。

可以說，當今享譽全球的義大利原創設計魅力正得益於「文藝復興」的傳承，以及中世紀手工業的歷練。而悠久的經商傳統，則為其設計行業的發展積蓄了充足的市場敏感度。鮮為人知的是，在早期，佛羅倫斯乃至義大利只是法國的手工大作坊，尤其是服飾行業。而家庭作坊式「手工業」卻恰恰成就了佛羅倫斯成為世界上最初興起的「工業設計城市」的傳奇。

談及義大利設計產業的發展，民族製造業對其起到的推動作用舉足輕重。在二次世界大戰後，義大利發展了新型的工業化工廠，但也保留了一些小型的尤為重視家族世代傳承觀念的家庭作坊。它們既是大工廠任務的承包者，也是設計師新觀念產品的製造者，這有利於義大利廠家和設計師在不投入大量資金的情況下，迅速地介紹、引進新的產品。「恰恰也是這種體現多元化和藝術性的小型化，為其在資訊越來越發達的現代經濟運轉中呈現出令人羨慕的靈活性。」

義大利在二戰後短短15年從戰爭的廢墟中重獲新生，並佔據西方設計界的領導地位，甚至幾乎是完全獨立地培養出一些重要的設計大師，製造商和零售系統，不少人將這一現象稱作義大利設計產業的「文藝復興」。這的確不可思議，因為在之前的兩個世紀，義大利在現代化運動的演進中的作用非常的微弱。

回顧歷史，會發現上世紀60年代義大利非凡

「天堂之門」通常是緊閉的，據說，每年復活節才會敞開。來佛羅倫斯很多次，卻無緣步入。不過，在「人間天堂」過節亦是很特別的一種體驗。每逢盛大節日，諸如城市守護神節、聖誕節，整座城市沸騰一般，大街小巷突然冒出很多人，翹首以待身著中世紀服飾的「古人」大巡遊，以滿足復古情懷。不僅可以大開眼界還可以徹夜和「古人」一起狂歡，頗有穿越時空的快感。

的成就是建設在「義大利獨特品質」特徵之上的。無論政府、工業界、大學、媒體或普通民眾，都把設計作為最有生命力和國際影響的義大利藝術來看待，來尊重。從服裝到汽車，在有著悠久設計傳統的設計師們的推動下，「義大利風格」成為他們的產品中最獨特的內涵。這被英國著名設計史學家帕尼·斯派克（Panny Sparke）形容為：樸素的外表、絢麗多彩的材料、高超的技能、富有表現力的形式和高科技手段的運用（高科技的間接引進）。

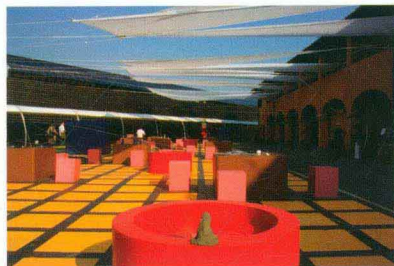
從設計原創角度來看，當歐洲各國正在完美地展示嚴謹與優雅時，義大利人則走得更遠。憑著百年精湛技藝和從未停息的創新精神吸引著世人的目光。精深的設計文化背後，是沉澱已久的設計哲學，是義大利社會歷來注重個人日常生活品質，以人為本思想的體現。人們最初把它稱為「實用+美學」。「包含了創造性的潛力，手工基礎的美學，費盡心思來解決難題的技巧，解譯大眾文化的天賦」等等。

「小到湯勺，大到城市」，1946年義大利建築師埃爾內斯托·羅格斯（Ernesto N. Rogers）宣稱設計應包含一切。埃托·索特薩斯（Ettore Sottsass），這位80年代反現代主義運動不可替代的領袖，在設計界頗有影響力的設計師曾說：「設計應是生活、社會、政治、食品 and 設計本身共同創造出來的。」

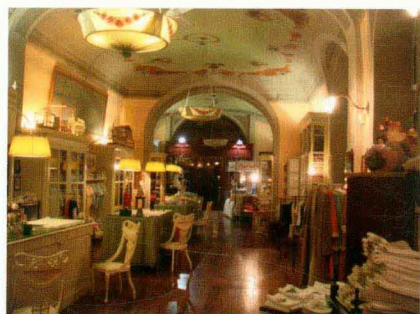
「德國太沉重刻板，西班牙太狂放不羈，英國太規整保守，法國太隨意輕佻，而義大利則正好回避了這些缺點，集許多優點於一身：多元化，創造力強，富於想像力，永遠立於時尚的前沿。」如果沒有記錯這應是「文化行者」余秋雨所言，或許不無道理。

義大利的設計師則把其盛名歸功於自己的細膩，對色彩和線條的鑒賞力和觀察力。「直接了當地說，我們是最出色的。我們有天才般的想像力，更豐富的文化土壤，是過去和未來的出色調和者。這就是為什麼我們的設計比其他國家的更吸引人、更符合時代潮流的原因。」（出自建築文化評論家凱西亞的觀點）

從另一角度來說，如果沒有廣泛性，義大利的設計也就微不足道了。建築和工業設計師之間的傳統差別並不是很清晰，而設計師在不同領域裡的作品風格各異。



2009 年 1 月在 Pitti Immagine Uomo 展會期間舉辦的 Work Wear 工裝展別具震撼氣勢



Loretta Caponi 具有傳承之美的商店



Pitti Immagine Uomo 展館外景之一

C 時尚文化產業雙重解碼

談及義大利的設計產業，其中時尚產業尤為值得探討。鮮為人知的是現代版本義大利時尚產業是從佛羅倫斯衍生開來的，直到上世紀 80 年代，米蘭才真正得以與巴黎並駕，掌握時尚話語權。佛羅倫斯在世界時尚界有著無法取代的地位，義大利時尚文化產業當之無愧始於佛羅倫斯。除了傳承的優勢，這也得益於佛羅倫斯為鼓勵工業企業在服裝領域獲得最大程度的發展提供了良好的環境。

義大利尤以男裝時尚聞名，是世界著名男裝品牌的搖籃，其盛名也帶動了女裝和配飾的發展。作為吸引世界目光的時尚源頭，義大利佛羅倫斯國際男裝展 (Pitti Immagine Uomo) 已經成為佛羅倫斯，乃至整個義大利提高形象、發展地方經濟的重要推動力量。更為重要的是它成為了國際男裝貿易的真正平臺。「要想進入世界一線男裝行業，就必須參加義大利佛羅倫斯國際男裝展，否則，這個行業的大門會永遠對你關閉。」這句流傳甚久的「名言」是全球男裝行業公開的秘密和默認的準則。

位於佛羅倫斯中央車站旁的著名展覽中心巴索古堡 (Fortezza da Basso)，風格古樸凝重，曾是豪門巨富、地位顯赫的梅迪奇家族為了保衛城邦所建的防禦工事。現如今，每到展覽季，都會在設計師、建築師、藝術家和各大企業公司聯手精心打造下，幻化為極具時尚感的展覽勝地。

Pitti Immagine Uomo——從展會的名字就可以窺見端倪：「Uomo」是義大利文「男士」、「男裝」的意思，而「Pitti」是佛羅倫斯一個曾經擁有顯赫地位的家族，來自文藝復興時期大銀行家盧卡皮蒂 (Luca

Pitti) 的姓氏，世界聞名的皮蒂宮記載了這個家族的榮耀。1550 年，梅迪奇家族購下皮蒂宮，並且邀請當時著名的設計師特利波羅 (Tribolo) 著手擴建並開始設計花園——包括 320,000 平方米的坡地和山陵。Tribolo 在他去世前幾年 (1550—1558 年) 精心設計並完成了著名的義大利式花園波波利 (Boboli)，使之成為佛羅倫斯經典的「園林建築」代表之一。而義大利首屆服裝發佈會擇址此處可謂意味悠長。

1953 年，Pitti Immagine Uomo 正式在佛羅倫斯拉開序幕。該展會分別在每年的 1 月和 6 月舉辦，展示和發佈當年秋冬和次年春夏的男裝時尚趨勢。迄今為止，已經成為世界時裝產業日程上一個很重要的年度盛會。

很多著名的義大利設計師都是從佛羅倫斯開始時尚之旅的，諸如喬治·阿瑪尼 (Giorgio Armani)，瓦倫蒂諾·加拉瓦尼 (Valentino Garavani)、羅伯托·卡普奇 (Roberto Capucci)，當他們還是默默無名時尚界新人的時候，正是在皮蒂宮發佈他們的首場時裝秀並大獲成功，從而開始在全球時尚圈嶄露頭角。

佛羅倫斯還是諸多國際服飾品牌的誕生地和本營，諸如薩爾瓦多·菲拉格慕 (Salvatore Ferragamo)、羅伯特·卡沃利 (Roberto Cavalli)、埃米利奧·璞琪 (Emilio Pucci)、古奇歐·古琦 (Guccio Gucci)、斯特凡諾·瑞奇 (Stefano Ricci)，而更多隱身其中的設計師、藝術家構成了佛羅倫斯時尚文化勝地的私密地圖。



以「自行車」為主題的 Pitti Imagine Uomo 展會外景構成



雖然以「國際男裝展會」為主旨，但每屆 Pitti Imagine Uomo 都營造出悠閒氛圍



每屆 Pitti Imagine Uomo 展會的場景都充滿原創設計感