



SCANDINAVIAN TRAVEL & DESIGN

设计北欧

陈昱安 文
周治平等 摄影

重庆出版集团
重庆出版社

Copyright © 2008 by Mook Publishing Ltd

All Rights Reserved

中文简体字版©2008由重庆出版社出版发行

本书经墨刻出版股份有限公司授权，同意经由重庆出版社出版中文简体字版本。非经书面同意，不得以任
何形式任意重制、转载。

版权所有，侵权必究

版贸核渝字（2008）第038号

图书在版编目(CIP)数据

设计北欧/陈昱安文；周治平等摄影.—重庆：重庆出版社，2008.11

书名原文：我在北欧玩设计

ISBN 978-7-229-00255-8

I. 设… II. ①陈…②周… III. 旅游指南—北欧 IV. K953.09

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第170061号

设计北欧

陈昱安 文 周治平等 摄影

出版人：罗小卫 责任编辑：夏 添 杨 帆 郭 宜
封面设计：刘 洋 版式设计：夏 添 杨 帆 刘 洋
责任校对：李小君



重庆出版集团 出版
重庆出版社

重庆长江二路205号 邮政编码：400016 <http://www.cqph.com>

重庆市金雅迪彩色印刷有限公司印制

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话：023-68809452

全国新华书店经销

开本：787mm×1092mm 1/16 印张：12 字数：60千

2009年3月第1版 2009年3月第1次印刷

印数：1—5 000

ISBN 978-7-229-00255-8

定价：39.00元

如有印装质量问题，请向本集团图书发行有限公司调换：023-68706683

SCANDINAVIAN TRAVEL & DESIGN

设计 北欧

陈昱安◎文
周治平等◎摄影

重庆出版集团
重庆出版社

极简北欧风， 席卷全球

北欧一年难得阳光普照，然而北欧的设计却不受影响，一直十分活跃。近年来，北欧的极简设计风甚至横扫全球生活杂货与精品市场，成为一种时尚，如今“北欧”所代表的意义，不仅止于小美人鱼童话、诺贝尔奖或是维京海盗，现代建筑与设计成为旅客更进一步关注的旅游目标。

本书采访数位熟悉北欧设计的达人，如Bang & Olufsen中国台湾代理迪兰名品张兴华副总经理、DYRBERG/KERN中国台湾代理品牌总监王艾平、中国台湾哥本哈根行销经理王方岑等，畅谈北欧设计的魅力。

“设计对话”单元详加介绍12个知名北欧品牌，述说品牌背后动人的故事，介绍经典作品的设计理念，并有tips达人建议，将更能掌握选购北欧精品要点。

“创意现场”则带领读者认识11座建筑设计，更增辟美学box，其中Sense of Design点出建筑设计的精华，Thoughts on Architecture能更加了解创作者的思维。

最后的“经典朝圣”提供8条精彩的北欧设计路线，简单清晰、资讯完备的路线规划，带领读者领略北欧风情，完成朝圣之旅，实地走访北欧设计，不再只是纸上谈兵。

从乔治杰生家居系列的银制鸭子水瓶，到Mats Jonasson以瑞典森林经常见到的麋鹿和熊作为玻璃纸镇的主题；从哥本哈根的“圆塔”，到马尔摩的旋转大楼，不同理念的设计，各有不同的意趣。纵使北欧冬季漫长、日照时间短，却始终不减北欧在世界所散发的热力。设计，有如极地里的阳光，因为设计，使北欧光彩焕发。



MOOK编辑室

Contents



002_极简北欧风, 席卷全球

Viewpoint·北欧观点

006_ 北欧经典风格: 简约、隽永、趣味

Concept·设计对话

14个经典品牌巡礼

013_Bang & Olufsen

017_Design Torget

018_DYRBERG/KERN

021_G.A.D

022_ECCO

024_Efva Attling

026_Georg Jensen

032_House of Amber

033_Le Klint

035_Royal Copenhagen

040_Svenskt Tenn

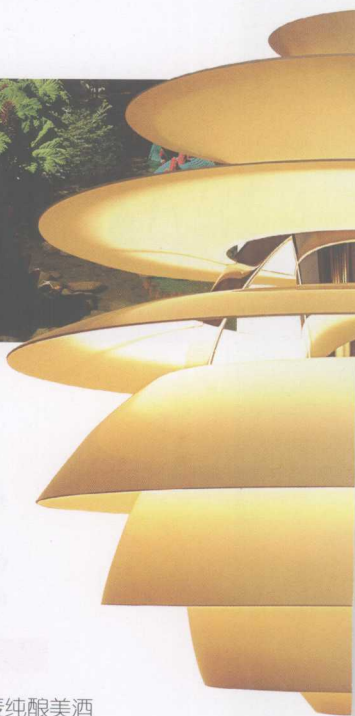
042_Glasriket

(Kosta Boda & Orreors·Bergdala·Mats Jonasson Målerås)



Georg Jensen提供

Contents



Architecture·创意现场

11座酷建筑疯设计

- 050_Operaen: 人工岛上的音乐会
- 054_Hotel Fox: 21位艺术家的设计派对
- 060_Louisiana Museum: 与蓝天绿地融为一体的艺术创作
- 064_Legoland: 五千万块积木堆叠的梦想王国
- 070_Arken Museum: 驶向创意的诺亚方舟
- 074_The Carlsberg Visitors Center: 冰凉沁心的丹麦纯酿美酒
- 078_Turning Torso: 雕塑家的结构扭转游戏
- 082_Art and architecture in the Metro: 城市地铁的创意画布
- 084_Moderna Museet: 现代艺术创作最前线
- 086_Sigtuna Stads Hotell: 北欧极简的典雅呈现
- 090_Millesgården: 奔放的人体跳跃音符



Nordic Light Home 展览



Minimalism·经典朝圣

8条设计旅行路线

096_经典设计精华，北欧品牌名店直击

Københavns Rådhus→Strøget→Vor Frue Kirke→Hotel Skt. Pteri→Rundetårn→
Illums Bolighus→Børsen→Dansk Jødisk Museet→Det Kongelige Bibliotek→
Christiansborg→Nationalmuseet→Danish Design Center→Hotel Twentyseven

115_金色皇家风华，安徒生童话散步

Kongens Nytorv→House of Amber→Botanisk Have→Rosenborg→Statens Museum for Kunst→
Den Lille Havfrue & Gefionspringvandet→Kunstindustrimuseet→
Frederiks Kirke/Marmorkirken→Amalienborg→Dansk Møbelkunst→Umami→Nyhavn

132_设计大师风范，新旧城市奏鸣曲

Ny Carlsberg Glyptotek→Tivoli→Radisson SAS Royal Hotel→Vesterbro→Cofoco

142_建筑名师故乡，绿色大学城乐活

Rådhus→ARos Århus Kunstmuseum→By Museet→Den Gamle By→Århus Universitet→
Latin Quarter→Vor Frue Sogn→Århus Domkirke

152_主题博物馆感官享乐，设计师杂货采买

Kungsträdgården→Nutida Svenskt Silver→Efva Attling→Svenskt Tenn→Design Torget→
Nordic Galleria→Östermalmshallen→Historiska Museet→Vasamuseet→Nordiska Museet→Skansen

161_诺贝尔奖聚焦，峡湾冰酒吧初体验

Nobel Museum→Storkyrkan→Stortorget→Kungliga Slottet→F12→Crystal Art Center→Stadshuset→
Nordic Light Hotel→ABSOLUT Ice Bar Stockholm

172_造访维京故乡，玻璃美学创意市集

Gotland→Kalmar→Glasriket

178_港湾设计城市，新锐设计师伸展台

David Design→Stortorget→Form/Design Center→Formargruppen Butik och Galleri→
Malmö Stadsbibliotek→Slottet Malmöhus

附录

186_北欧地图

188_北欧旅游资讯

190_旅行支票大小事

北欧经典风格： 简约、隽永、趣味

对于北欧设计你怎么看？
电影“*The Producer*”里，瑞典女星乌玛·舒曼饰演一位瑞典籍的秘书，故事中有这么一段：老板趁空当请她整理办公室，等老板回来一开门，从天花板到电话，无一不白。这幽了北欧设计一默，也清楚道出一般人对北欧设计的印象：“就很简单，白白的啊。”

总结生活需求

北欧设计其实说穿了，就是做出让“人”使用的商品，和“好玩”的商品。是不是一定都是白色？当然不是，看看乐高、看看璀璨的瑞典水晶玻璃，还有Bang & Olufsen鲜艳的喇叭外壳，颜色多得狠！“设计”在当地不只是一种风尚或是标签，更是生活需求的总结、反应生活环境的自然联想，再加上一点儿趣味和幽默。再平实不过的商品或概念就这样吹过太平洋，在亚洲，甚至在全球掀起一股流行风潮。回到原点，蔚为风潮的主因不只是好看，真正掳获人心的，还是那份从人、从生活开始的设计初衷。

生活必然和环境相关，瑞典和丹麦



纵然不是黑夜时间最长的，但是冬季因为日照少，大家待在家的时间相对增加，家庭所有器具和相关硬体便成为着墨的地方。工具要好用，椅子要好坐，因为冬季光线少，家的照明就要更温暖。也因此，功能取向的工业设计在北欧被如此重视也不令人惊奇了。

最实用的生活美学

但这仅止于一般旅客或外人可以看见的“设计”，生活除了在家里，人们群体活动的地方自然也是如此。走在丹麦哥本哈根街上，会发现过马路除了有车子看的红绿灯、行人专用红绿灯，甚至还有脚踏车专用标志，规划完整的脚踏车道就更不用说了，一路顺畅，没有标线画到一半就不见了的情况。这当然也是生活设计。

在瑞典马尔摩西部港边，一个新兴社区是北欧集合式建筑的成功延伸，具多功能的社区有住家，有学习场所，有办公大楼会议中心，也有滨海公园、小码头，住宅大楼必须有不同年龄的族群混居，以平衡社区发展；此外，环保也是现代居住环境必须考虑的条件，整个社区都架有太阳能板，附和着建筑的样貌，即便屋顶没有太阳能板，也不会因此破坏了建筑物的美感。这就是最经典的北欧设计。

刻画隽永姿态

Bang & Olufsen 中国台湾代理迪兰名品张兴华副总经理说，因为北欧人的个性不好张扬、内敛，他们对于美学并不追求新潮时髦，走的是可持续的、隽永的，不被时间限制，无论何时都能使用的，商品功能亦然。这点倒是可以从许多品牌看出，乔治杰生（Georg Jensen）、B&O的商品强调的都是这个路线，隽永，没有时间限制的设计，即便从二次大战至今，甚至数十年多年前设计的品项，到现在仍以一种新世纪美学的姿态存在。



另一个不受时间限制的原因在于，许多设计师的灵感都来自大自然，像是乔治杰生经典银器“葡萄”系列，迎风摇曳、结实累累的葡萄成串挂在银钵下方，是装饰也彰显银匠的手法。瑞典玻璃品牌Mats Jonasson Målerås，将瑞典森林常见的麋鹿、熊制成玻璃纸镇，成为大受欢迎的纪念品。



手工创作无可取代

在北欧设计中，尤其瑞典与丹麦，各自有经历几世纪的传统工艺，至今他们仍坚持某些无可取代的手工，保存着自己的价值与商品的品质。皇家哥本哈根（Royal Copenhagen）以典雅的钴蓝手绘餐瓷闻名，中国台湾哥本哈根行销经理王方岑说，现在皇家哥本哈根因为产量，工厂早已使用电脑来控制窑烧，但是几世纪传承的手绘花纹至今还是由百位专业手绘师，以一件至少1197次笔触的画工完成经典的唐草餐瓷。

瑞典水晶玻璃亦如是。十数家工坊聚集在瑞典南部，坚持传统制作玻璃的打造方式，并将玻璃以吹制、烧制等传统手法展示在旅客面前，需要手绘的部分，仍有专业手绘师在工作室一笔一画描绘。无论是皇家哥本哈根或瑞典Kosta Boda，作品完成后，工匠一定在作品背后签名，以示对自家产品负责。实际，是北欧设计另一个特点。

创意为生活增添乐趣

实际、简单、实用，除了这些，北欧设计还有很多幽默有趣的设计，很多品牌是要让使用者或佩戴者觉得有趣、觉得好玩。像是乐高积木（Lego），丹麦文lego的原意就是“好好玩吧”，原本设计让小朋友训练组织能力的教育用品，现在成为大人小孩构筑梦想王国的最佳捷径，随便要用几块积木或是几种积木，都可以随心所欲建构出想象中的房子、汽车甚至一艘维京船。



饰品当然也可以好玩，丹麦饰品 D YRBERG/KERN是一例，戒指可以戴两圈，项链可以当腰链，多转几圈戴在手腕上，也是漂亮的装饰，D YRBERG/KERN让每天出门要决定戴哪款饰品的烦恼选择，转换成一个有趣的游戏，使用者不仅佩戴出自己的风格，也从中获得让自己变美的乐趣。乔治杰生2000年的Fusion戒指，不同材质的戒圈可交换组合，接下来走顶级珠宝系列的嘉年华系列，也可以让消费者选择要在指间闪耀哪一款珠宝光彩。

向传统取经的现代设计

至于北欧设计接下来是否会延续简约风格，乔治杰生中国台湾区代理

吴灵美表示，乔治杰生的年度款，向古典致敬的部分不会更改，设计师款式品味原本就比较偏向现代风格，以2008年纪念款来说，在银饰的部分当然维持传统手法，但宝石的搭配取材绿

玉髓和黄玉髓，就多了更多色彩。

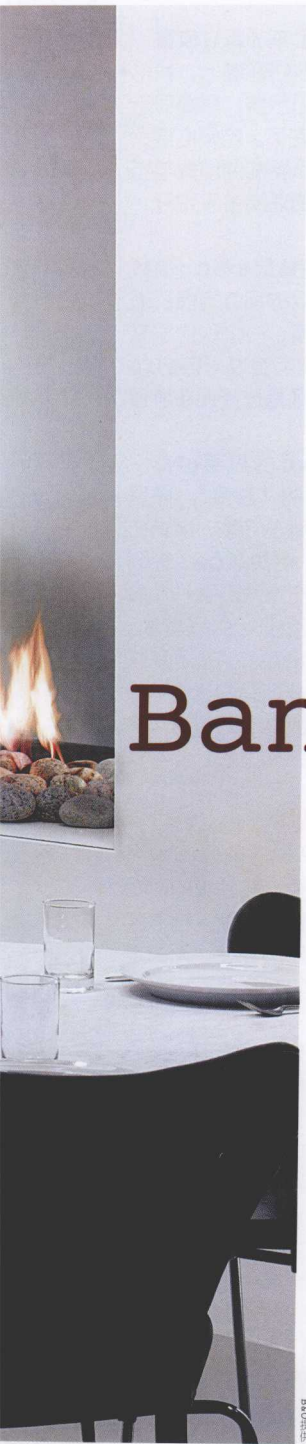
D YRBERG/KERN中国台湾区代理品牌总监王艾平多年往返丹麦，参与多次时尚展，她认为，北欧设计在未来几年即将改变，另一支异于传统简约路线的设计风格会出现，尤其独立品牌纷纷在国内各大小展览中脱颖而出，并在欧洲国际性展览中崭露头角，更多层次、夸张以及更多色彩的样貌会出现在北欧设计当中。但是，源自于“人”要使用的初衷和有趣（fun）的部分，仍不会改变。



address Kongens Nytorv 2, DK-1050 Copenhagen K
web www.bang-olufsen.com

note Bang & Olufsen (B&O) 是丹麦视听周边产品的国民品牌，位于新国王广场旁的分店拥有两层展示间，地下楼还仿照一般客厅，安置整套视听设备，地面层商品较多，除了喇叭、音响，还有手机、MP3等，具设计感的外形，是获消费者青睐的主因。





当你进入超市或超商，玻璃自动门开启的那一刹那，你想到什么？Bang & Olufsen首席设计师David Lewis因此设计了一款滑盖机械结构的音响，然后，在“整型春秋”影集里，手术进行前只要医生在音响前面把手举起、轻轻一挥，漂亮的玻璃盖打开，简单按下一个键，音乐就从扬声器流泻出来。Bang & Olufsen执行长Torben Ballegaard Sorensen曾经为B&O下了一个很好的注解：“对B&O来说，我们不是在贩卖商品，而是销售一种有形的生活体验。”

具设计感的视听加值

从瑞典西格图纳的精品旅馆到泰国曼谷的素可泰饭店（The Sukhothai），都可以看到B&O的踪迹，因为造型具设计感，容易和旅馆内部空间结合，也因为舒适的视听效果，让各家精品旅馆乐于将B&O一起当作加值的服务，造就住客更舒适的休憩环境。

“只有B&O是跨视听与生活精品的品牌！”B&O中国台湾代理副总经理张兴华这样强调。

Bang & Olufsen

在既定印象里，音响就是一个黑黑的金属盒子，加上一些按键和显示荧幕，有很多接线，喇叭也是方方正正，不管在房间或客厅，想放一组音响，一定要找一方空地才能把整组机器纳入。外观没有很好看，又占空间，即便声音效果不错，但总觉得少了点什么。B&O把这块缺憾完整提供给使用者。

张兴华表示，和一般市面上先求技术的操作相反，设计部门不仅仅是设计一个外壳，把技术部门制作的主机板包起来而已。B&O的制作流程是这样的：设计部门先将新产品的想法规划好，把自己当使用者，清楚确认使用者会希望有的操作功能与需求之后，再告诉技术部门：我们要这样的产品，请你们做出来。

与音乐轻松对话

设计不只是漂亮或因应潮流，能让人使用更顺手才是好设计。以B&O旗下BeoSound 9000来说，主机一排可以放六张CD，透明的玻璃滑盖让使用者对于可选择的音乐一目了然，一次将最近常听的专辑放进机器里，不用为了要换音乐一直把CD盖打开，这样对使用者方便，不过度使用对机器也比较好。

音响主机可以加上架子直立放置、横跨在柜子上，也可以钉在墙上，长形的主机上有一排电子显示器，想要显示器在CD上排，也可以在下。若是位置一颠倒，要怎么辨认显示器的曲目数字与文字？只要将显示器的活动盖子扣开，换个方向就可以了。

至于最终选择以置放6张CD的数量，是因为调查过大众的视听习惯，而且据他们统计的平均值，一个现代家庭平均有6位成员，虽然实验过可容纳10张CD的主机，但最后还是选择现在所看到的型制。

除了好使用，B&O的机器也有一种可以与使用者对话的“态度”。像是BeoCenter 2，圆弧的造型，所有功能键都采用平面触控，想换张CD，轻触开关键，金属圆弧向左右两边展开，接着中央的玻璃盖自动掀开，张兴华说，这个动作仿佛在跟使用者说：“主人我准备好了为您服务。”由于所有的机械移动都是油压装置，所有的自动动作都计算相当精准和滑顺。

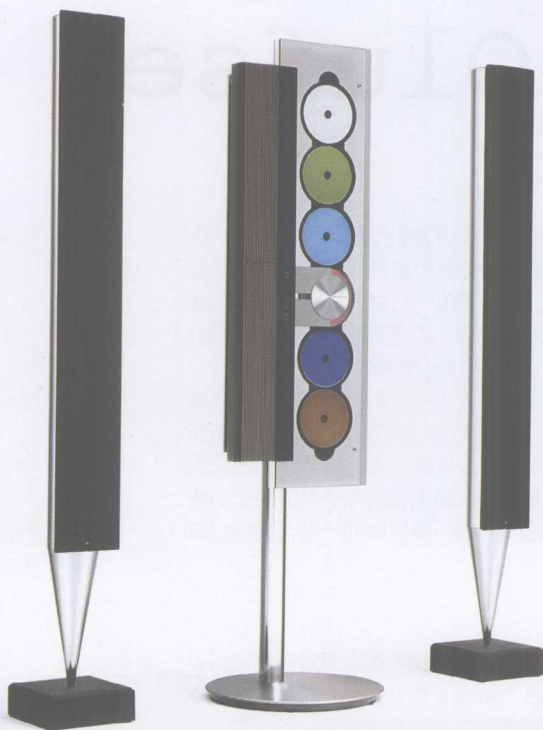
好看好用更好听

北欧地区有大半年日照时间相当短，天气冷、天黑得早，在家的时间相对来说比较长，因此，北欧人自然就比较注重家里需要使用的物品，无论是家具、生活杂货，甚至是音响，品质与效果自然也会要求。

当很多人说B&O只是好看时，他们用开发的专利功能和音响实际效果做最佳反驳，例如喇叭。B&O的喇叭很有造型，细长型、正方体、三角锥，有不同的颜色，在摆放上可以直立，可以横挂，甚至倒挂在墙上也可以。但音响的功能当然不能仅止于此，张兴华表示，一般音响喇叭有所谓的黄金聆听位置，也就是使用者一定要站在特定位置，才能听到最佳播放效果，但是，这样就不能在家中任一角落都欣赏到最佳音质，甚至在某些位置可能连音乐的高音都听不太清楚。

Tips

购买B&O视听设备前，最好先确认要摆放的位置，并且在选购时，和店内人员说明需求与空间大小，如此一来店家才能有效推荐合适的音响。B&O各地驻点都有一处将所有音响设备设置完整的空间，消费者可坐在室内，先行享受、测试整套音响。哥本哈根的店面，整个地下室和一楼展示的部分空间都可供消费者测试。



BeoSound 9000

为克服这样的状况，B&O研发出“声波透镜Acoustic lens”技术，它可以克服空间的因素，将音乐完整传播到室内每一个角落，不一定要站在两个喇叭正中央也可以听到最好的音质。此外，为因应不同的空间需求，B&O提供了各种尺寸、造型的喇叭，即便小至两个手掌可以握起的BeoLab 3小型喇叭，也因为另一项“ICEpower (Intelligent、Compact、Efficient)”技术，可以播放和比自己体积10倍大的喇叭一样250瓦的声音。

高科技的视听飨宴

可以有这样的效果是因为B&O将放大器放在喇叭里，与一般外接放大器的喇叭差别在于其功率较强，不会因为接线长短，让声音失真，所以，使用者可以将音响主机放在客厅，把喇叭装在餐厅或房间，而完全不影响声音品质，便于使用者室内装潢需求。张兴华指出，一般喇叭容易过热，因为它们将所接受的电，1%用来制造声音，99%制造热能，ICEpower则利用80%的电能来制造声音，让小小的喇叭发挥最大功效，又不易过热。

另一个同样与声音有关的技术出现在BeoLab 5，一个大三角锥造型的落地喇叭。高约97公分，宽49公分的喇叭可以发挥如现场演唱会使用的2500瓦功率的音响效果，而且，这个被喻为B&O旗舰型喇叭拥有一项“适应性低频数位控制”的专利技术，当使用者第一次将喇叭放到任一空间里，按下喇叭顶端的控制阀，喇叭底部随即伸出一根感应器，并同时发出非常低的声音，由于低音会受到隔间的阻隔，这个动作是在记录整个房间的低音环境，经过两分钟侦测，这组喇叭便将所在的空间低音环境完全记录，使用者下次聆听音乐时，不用再频频调整所需要的低音，因为喇叭已经先设定完成了。



↑ Audi A5 Coupé

B&O提供



↓ BeoCenter 2

B&O提供



B&O提供



015