



居家↑自我展现

上海教育出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

居家——自我展现 / (日) 刘欣欣编著. —上海: 上海教育出版社, 2002. 11

(刘欣欣说日本)

ISBN 7-5320-8525-2

I. 居... II. 刘... III. 住宅—室内装饰—建筑设计—作品集—日本—现代 IV. TU238

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第092523号

居家——自我展现

编 著 刘欣欣

出版发行 上海世纪出版集团
上海教育出版社
(上海永福路 123 号)
邮政编码 200031

经 销 各地新华书店
印 刷 上海市印刷七厂
开 本 850×1168 1/32
印 张 4.75

印 数 1—4,100
版 次 2002 年 11 月第 1 版
2002 年 11 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 7-5320-8525-2/I·31

定 价 15.00 元

本文与本书无关，仅对刘欣欣个人

• 昌子

刘欣欣

孤影奇行

孤影奇行

◎文：昌子

◎ 写刘欣欣的人很多，在日本我至少读过十篇以上关于他的文章。有人说他“狂”，有人说他“怪”，直率的人说他“口臭”，文雅的人说他“另类”，这些词似乎都很适合他。我在大学毕业刚刚当上记者时就认识了这个中国男人，从此我便开始追踪他，转眼过了十年，看看自己写过的他和别人写过的他，觉得都很象，又不全象。后来我读了中国的传统故事“瞎子摸象”，我笑自己也成了瞎子之一。这次在上海巧遇，得知他要出书，便想借此机会把十几年来被他蒙骗的怒火发射出来，理出大象的全貌，公之于众。出版社的同志支持了我的想法，在此我深深的谢谢他们。

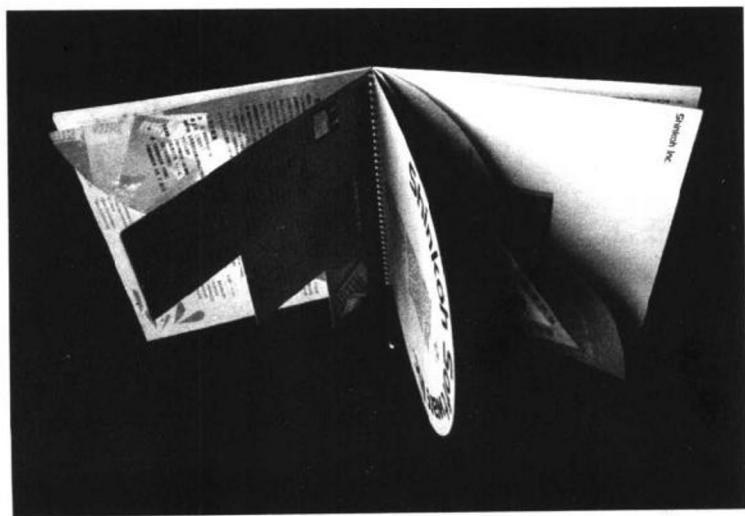
刘欣欣有些“狂”是事实。

◎ 1985年当他第一次坐上飞机，从北京飞往东京，当飞机飞过富士山的时候，他竟然对着窗口说：“富士山，让您久等了，伟大的艺术家我来了。”十年后有人说起这事，他羞得像个新娘子。他说，十年来他觉得自己每一天都在缩小，他早已知道了什么叫不知天高地厚，什么叫山外有山。然而这时他已从一名在中华餐馆刷碗的穷学生，成了在东京颇有影响的“新华侨”，他的职称是广告策划人、平面设计师、现代艺术家……有声有色的指挥着一家广告设计公司。

据我所知刘欣欣的狂并不是到了日本以后才形成的。1981年 he 刚从黑龙江考入清华大学美术学院（原中央工艺美术学院）不久就给自己写下这样的词句：
“怀抱千江，意在四海。”可见他的狂是有历史的。

刘欣欣有些“怪”是事实。

◎ 1990年日本有家公司征求公司样本的设计方案，许多著名设计师的方案都被老板觉得“不怪”，没有创新而未采纳。这时在箱根（东京郊区著名的温泉地）泡温泉的刘欣欣突然奇思怪想地想到，有法律规定书一定是方的吗？随后他马上设计了一个每一页都是不同形状的设计方案，老板看了以后连说“怪得绝、怪得妙、怪得好”。该样本由此在设计圈里还引起了一个小小的波澜。



刘欣欣是个孤来独往的人。

◎ 1981年他背着父母，只身来到北京，在他人“不自量力”的指责声中，他走进了中央工艺美术学院的考生，他是文化大革命后第一个走进中央工艺美术学院的齐齐哈尔人。

◎ 1985年春天，他在北京举办了第一次个人画展。完全抽象和用综合材料制作的作品，在当时刚刚改革开放不久的中国，又迈出了一次孤独之旅。大学就要毕业，在同学们为了一个留京指标而撕破四年同窗之情时，他选择东京，从此揭开了他旅日的行程。

◎ 1989年，他考入了几十年来一直保持在日本大学入学考试竞争第一的，被日本人称为云天上的东京艺术大学研究生院攻读艺术设计硕士。在他去领入学通知书时，大学教务处的人说我是第一次给来自中国大陆的自费留学生发入学通知，并要与他合影。他却把通知书装进了书包又去中华餐馆刷碗去了。

◎ 1987年初他在日本举办了来日以后的第一次个展。他的抽象彩墨作品《潮骚》引起了日本媒体和画商的追击。从此以后每年他都要在日本各地举办多次个展。1988年他的油画作品《天女》被选入日本上野之森美术馆大奖展，彩墨作品《自画像》参加了亚洲现代美术展。1989年他的抽象水墨作品《黑潮》参加国际现代纸艺术展并荣获优秀奖。



◎ 1989年他作为一名设计师正式加盟平面广告设计行业。他为中国国际航空公司设计的机内杂志和为日本夏蜜尔制鞋公司设计的样本等许多作品，都被客户和业界称为经典之作，保持了很久。在此期间他提出了标志设计不仅仅是表象的图形化，而更应该重视表现意象的“意象标志”的说法。

◎ 1993年，刘欣欣开始涉足广告策划、品牌策划领域。他为日本国际电话电报公司策划的，一个月增加用户2000人，增加营业额2000万以上的活动，轰动了日本国际通讯行业。日本客户对他的评价是“策划有效，设计经典”。

刘欣欣有一条轴线，那就是艺术。

◎ 我一直想知道他是干什么的？然而，我的苦思经常是无用之功，平面设计、广告策划、品牌包装、美术、雕塑、陶艺、摄影、评论、教书……都是他的职业，有一次他是这样回答我的：“你知道在我的家乡有一道叫‘乱炖’的名菜吗？我很喜欢这道菜，我的职业也与这道菜一样。”他说他是跟着感觉

走的人。后来我细品这道名菜，似乎悟出了一个味道，那就是艺术。

刘欣欣很固执。生活就是穿在脚上的鞋，舒服不舒服自己的脚趾头最清楚。

◎ 他喝啤酒不喝白酒，喜欢海但不会游泳，听音乐不唱歌，讲究穿着但不买名牌。他常说生活就像穿在脚上的鞋，舒服不舒服自己的脚趾头最清楚。他常年坚持跑步，拒绝补药，相信身体是锻炼出来的而不是补出来的。

◎ 但我认为知识的补品是必要的。不知道刘欣欣的独特眼光、奇思怪想的思维跨度能不能为您了解日本策划出一道经典补品？

昌子

2002年春于上海



居家
↑
自我
展现

美在自然，物表其人 家为人居，物表其主

在远古时代，人们掘穴为居，当时只是为了遮风避雨，以防侵害。随着时代的发展，人类文明的进步，家居成了人们生活不可缺少的自我空间，家居充满了文化和经济的色彩。

在现在人类的家居设计中，不仅体现了主人对空间的追求，也反映了主人的文化修养，经济收入和生活品味。

随着中国经济的迅速发展，人们生活水准的不断提高，人们对家居的设计也越来越重视。然而，如何才能恰到好处地设计自己的家呢？在过去没钱突然变得有了些钱的特定背景下，有些人认为花的钱多就好，于是拼命地追求高级品和不切合实际地追求豪华，但其结果往往并不理想。因为，这种家居设计从概念上就偏离了家居是以人为本的原则。昂贵的材料、豪华的装饰也许从某种程度上可以显示出其主人的经济实力，但并不一定会给主人带来温馨和舒适的空间。试想如果有人用美元砌墙，金砖铺地，我想他一定不会在这样的家居中睡得安稳。更可笑的是有些人把家居装修看成了向人展示经

济实力的场所，作出超越自身能力的选择，结果苦味难言。

有一次和几位上海的朋友聊起上海的家居装修设计“仿欧”的问题，上海由于这个城市的特定背景，人们对欧洲风格比较欣赏这是无可非议的。但是我认为欣赏、模仿和盲目的追求表面形式是不一样的，因为，我看到许多的所谓“欧风”家居设计并不是今天欧洲的风格，而是把过去历史上欧洲的某些代表性装饰纹样贴到了自己家里而已。甚至在2米高的空间里还要吊双层顶，就如同欧美人穿起长袍马褂，带上瓜皮帽，认为是可以代表今天中国人的服饰一样让人啼笑皆非。

在几十平米的公寓里摆罗马柱，如同在超迷你的罗马宫殿里吃南翔小笼、小馄饨一样，这生活能舒服吗？家居设计是一门综合性的科学，它包括建筑学、艺术学、人体工学、材料学等多项学科，其目的是要让人住着舒适，用着方便，看着美观。

我认为在家居设计上应着重考虑人与自然与空间的关系，即功能与美的关系处理上。我欣赏物为人用的原则。我自己在做设计时也首先是考虑功能上的要素，并

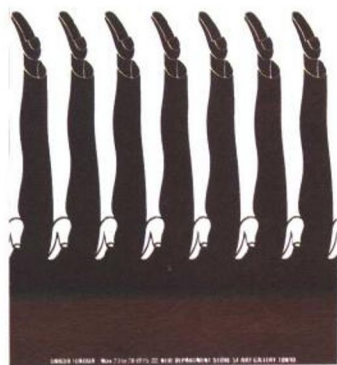
围绕这个中心去寻找出符合其主人的个性来。我不是功能主义者，我同意有时内容也会根据形式去调整，但并不赞成为美而美的设计。我认为美应该是在充分满足功能之上所体现出来的自然之美。

在东京有一个建筑，它的一个柱子是请一位现代雕塑家用黑色大理石制作成的。这棵柱子作为建筑的一部分满足了建筑结构功能上的需要，它同时又作为一件很美的现代雕塑作品为这个建筑增添了美感，我非常喜欢这个设计。



在我的朋友中很多是著名的艺术家、设计师，在他们的家居设计上往往如同其人，充满了个性。福田繁雄是日本著名的平面设计大师，他的作品往往以出人意料之外的奇想打动人心。被世界的设计界誉为“魔术师”，我们在他的家居设计中也会领略到他的“奇思怪想”。

他原来的家有一扇木门和一面白墙，在木门旁还装了门铃，来访者都是站到木门前按门铃告之自己的到来，但是，福田繁雄先生却是推开白墙来迎接访客。原来福田先生家的那扇木门只是嵌在墙壁上的一个装饰，而真正的房门他设计成了白墙。后来福田先生又换了新居，他又利用视觉原理把家门设计成了一个十分深远的“小门”。可见家居也从不同的角度上代表了主人风趣的人生品



味。

我因小时家境贫寒，潮湿，狭小，见不到阳光是我对童年家居的记忆，后来我在日本买房子了，我的设想就是能够充分的享受阳光。

浴室被很多人认为是一个隐私的空间，我却把靠近浴槽的两面墙壁设计成了玻璃窗，这样我可以一边入浴一边欣赏景色，体会四季的风彩。

家是人们在这个世界上唯一能够独自占有的私人空间，你的舒适，你的品味应是最重要的，家就象穿在脚上的鞋一样，舒服不舒服自己最清楚，在本书我介绍几位我自己朋友的家，这些都是我经常作客的空间，他们的家居各有特色但都代表了主人的品味，希望读者能设计出属于你自己的家。

美在自然，物表其人。舒适的家居环境，成功的关键就在于将家居与自然与居住者的品味完美地结合在一起。

2002年于上海