

| 欧洲设计现在时 |

〔法〕PYRAMYD出版社 编著

new
generation
design of
Netherlands
**荷兰
新生代设计**



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

24

19

23

| 欧洲设计现在时 |

〔法〕PYRAMYD出版社 编著 连冕 译

荷兰
新生代设计
generation
design of
Netherlands



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由法国PYRAMYD出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。本书正版图书封底均贴有“中国青年出版社”字样的激光防伪标签，凡未有激光防伪标签的图书均属非法出版物。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至95881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB、图书名称、出版社、购买地点”发送至9588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 010-65212870

中国青年出版社

010-64069359 010-84015588转8002

Email: law@21books.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

http://www.shdf.gov.cn

© PYRAMYD ntcv, 2006

Publishing directors: Michel Chanaud, Patrick Morin, Céline Remechido

版权登记号：01-2007-3773

图书在版编目(CIP)数据

荷兰新生代设计 / 法国PYRAMYD出版社编著；连冕译. —北京：中国青年出版社，2007
(欧洲设计现在时)

ISBN 978-7-5006-7737-6

I.荷... II.①法...②连... III.艺术—设计—作品综合集—荷兰—现代 IV.J156.31

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第110786号

责任编辑：郭光 刘冰冰

书名：欧洲设计现在时——荷兰新生代设计

编著：〔法〕PYRAMYD 出版社

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条21号 邮政编码：100708

电话：(010) 84015588 传真：(010) 64053266

印刷：北京博海升彩色印刷有限公司

开本：630×1000 1/12 印张：16

版次：2007年9月北京第1版

印次：2007年9月第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5006-7737-6

定价：65.00元

序言	007
The Stone Twins	012
Ben Laloua/Didier Pascal	020
Ping-Pong Design	028
Toko	036
托马斯·比克索(Thomas Buxó)	044
Letman	052
Reykjavik Product	058
Team TCHM	064
Mint	072
Machine	080
FoURPAck	088
德尔塔-鲍里斯·特列艮(Delta-Boris Tellegen)	096
Ilegal-因德雷·克利马伊泰(Indre Klimaite)	102
De Designpolitie	108
LUST	116
汉斯叶·范哈勒姆(Hansje van Halem)	124
Accu grafisch ontwerpers	130
Coup	138
NLXL	144
COMA	150
埃斯特·德弗里斯(Esther de Vries)	158
TM-理查德·尼森(Richard Niessen)	164
哈尔门·林伯格(Harmen Liemburg)	170
't Brandt Weer	178
卡里姆·巴托恩(Karim Batoun)	186
相关资讯	192

欧洲设计现在时——荷兰新生代设计

新荷兰设计

马克斯·布鲁因斯马(Max Bruinsma)

很难确切说清“荷兰设计”诞生于何时，不过毋庸置疑，它真实地出现了：作为一个含金量颇高的品牌，自20世纪80年代起，它便具有着比仅将国家设计工业产出简单相加更多的价值。当今，荷兰设计还代表了将前卫的艺术性尝试与严谨的概念构思整合后的成果，并已转换为平面设计、产品设计，甚至是建筑设计、服装设计行业里的复杂性内生结构。格特·邓巴(Gert Dumbar)毫无疑问是荷兰平面设计的先驱之一。他的工作室在20世纪80~90年代初发展至顶峰。如果要赠与邓巴本人什么荣誉，那么就不得不提及他为重新引介欢快且反讽的设计文化所作的贡献。是的，他不是独一无二的，想想20世纪70年代初的安东·贝克(Anthon Beeke)、斯卫普·斯托尔克(Swip Stolk)。但邓巴工作室却令荷兰设计的官方面目发生了转变，邓巴在深植于荷兰前卫的设计灵魂之内的调侃性无政府主义特质，及实际且理性的荷兰加尔文主义官方做派间搭建起了一座桥梁。

前贤已往，目前的设计是否还能称为“荷兰设计”？从风格上看，入选本书的工作室、设计师明显地表露出他们确是当代全球设计文化中的一分子。我们可以同样在法国、大不列颠，或者日本发现好的例子。那么，“荷兰”在哪儿呢？答案得从细节处寻找。试着比较Ping-Pong工作室为“BKOR”（第28页，鹿特丹一个公共艺术空间组织）和皮埃尔·伯纳德(Pierre Bernard)为法国国家公园所作的标志。表面上两者十分相似，都是基于与客户品牌相关的抽象信息而呈现螺旋状外观。不过，伯纳德的“资料库”坚实地建诸于“公园”

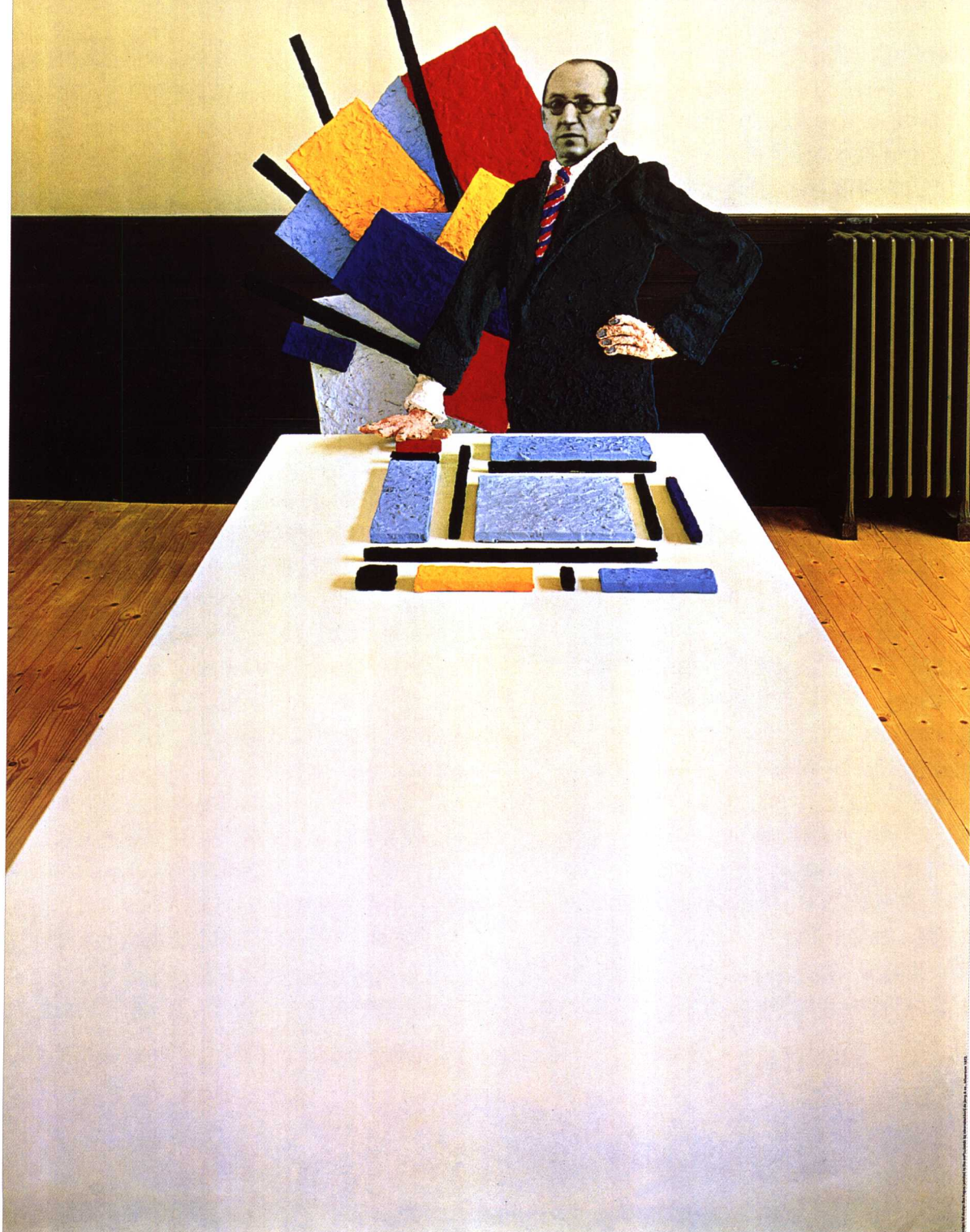
内涵之中，即那些蜥蜴、棕熊和所攀附的枝干、叶片。而Ping-Pong工作室设计的标志则几乎无法再提取些什么艺术元素。更确切地说，它的设计概括了在鹿特丹公共空间中艺术已经取得和将会取得的地位。事实上，那些非主流的想象力，从涂鸦、交通阻塞到示威的民众，描摹出了城市的氛围，并向所谓“艺术”提出挑战。所以，伯纳德的标志关注那些构建性的事物，Ping-Pong则向如何更高效地进行表达深入。

凸显某项目中“狡黠”的一面，正是荷兰设计不可动撼的个性。甚至Designpolitie所完成的表面上可爱的图像也有着近乎讽刺的意味，就像有红白色蘑菇的海报所体现的那样（第109页）。那张海报实际上是为了宣传一场荷兰现行建筑政策中“大建筑计划”的展览。可它远不只是一幅从属于主题的插图，更重要的是借用悲喜剧的手法，诠释出某种可笑野心。确实，格特·邓巴之后许多事情都有了变化。1971年，邓巴发起一场关于在荷兰备受尊崇的文化象征——皮特·蒙德里安(Piet Mondriaan)的展览。他用纸浆戏仿了英雄本人及其作品，但这仍未加入后辈设计师所乐此不疲的反“理想观念”的讽喻激情。

荷兰设计另一持续特质是结构上的浪漫和幻想性。更确切地说，表现为一种看似毫无倾向性的设计布局。这须归功于阿姆斯特丹Mevis and Van Deursen工作室对整代人（可能不单两三代，而是至今）的影响。这对组合因其作品鲜明的主流外观和高度的概念意蕴，并通过对两者的熟练掌握，获得表述系统与内容的和谐共处而蜚声国际。在

MONDRIAN

Haags Gemeentemuseum



Experimental Jetset组织的辅助下，M&vD代表了一种对现代分类系统的重新诠释。尽管风格上，较之更加生气勃勃的荷式传统，他们更接近于巴塞尔学派印刷形式主义，但那种质朴的设计与其他毫无倾向的中庸作风相去甚远。这种品貌还能从Toko与托马斯·比克索的设计中窥见，他们与M&vD在形式上有着直接的血缘关系。Toko为《Code》杂志所作的设计(第38—39页)正是一例：谨严的印网调控效果以及基于印刷术和图像关系的系统化处理手法。他们的《海牙2004城市年报》(第42页)虽然有点抽象，但观念化的系统形态却也展现无疑——设计师令客户的需求趋近于艺术式的表露，即将统计数据变成一幅抽象—几何的绘画。尽管印刷画面中图形和条块仍组织严整，可讽喻之意依然彰显无余。

LUST是另一间具有此种将数据、图表转化为独立的艺术作品倾向的设计机构。或者，反过来说，正如他们网站“蒙德里安”链接页(www.lust.nl/lust/mondriaan/)那样，是把作品化作可调控的大小图表。该页支持浏览者通过点选线条、填充原色或灰色进入相应区域而自行组合出“蒙德里安式”的屏幕。此刻，艺术变成了不太值得尊敬的游戏，进而曲折表现了前文所述邓巴选用纸材等进行表现的新媒介倾向。顺便说一句，LUST网站还证明了，沉迷于对美学和结构的刻意安排并不必然要求用户友好度。他们网站设置中的每一项努力，似乎都是为了避免观者连贯浏览其作品。结构的出现，与强化秩序感的尝试一样，能提升某种无序性，并能增添所谓装饰感。其实这样的特点已是当今平面设计文化里国际性的共识，本书中有相当一部分工

作室或设计师沉迷于此：Reykjavik、Coup、理查德·尼森、哈尔门·林伯格等。尽管在形式感和处理态度上会有差异，但他们都醉心于由不断重复的意象或图案所带来的装饰可能。这是平面设计中“图像感”复兴的新趋势。20世纪初的荷兰有一段几乎被遗忘的历史，其内包括H·Th·Wijdeveld、马吉亚尔·胡萨尔(Magyar Huszár)，以及20世纪70~80年代间以不断在作品中尝试几何化装饰表现系统而名闻于世的朱里安·施罗夫(Jurriaan Schrofer)。理查德·尼森的作品如其所述，是受了H·Th·Wijdeveld的“启蒙”，这体现在他基于平面彩色花环状结构而搭建的印刷设计表现之中。换言之，如此的装饰效果保留了与构成设计手法和印刷术之间的关联。再举Mint工作室为例，他们的规划招贴(第73页)乍看去就犹如建筑街区的印刷游戏。

当然，也有不少作品与荷兰设计风貌——反讽、观念化及构成，都没有很显见的关系。过去十来年，动漫、流行符号与涂鸦，即所谓的街头文化，已在全球平面设计中留下了烙印，它同样也影响到荷兰。符号化或许是当今全球平面设计中最普遍的特征。从简单的文字图案和标志到复杂的形式和结构，图像被抽取、简省为一种视觉速记，特别是在网络上。在像素不足的网络环境里，那些符号第一时间得到发展。但今日它们同样充斥于高分辨率的印刷媒体中。于是，符号转变为风格，再也不是仅供实际操作的某类妥协性的解决方案。如此的风格即被称作“当代”。很多这种小图标是手绘的，而非煞费苦心缩小的数字图像，这个事实证明了我的观点：它们并非是用来以最少的像素表达最

《蒙德里安》

展览海报

格特·邓巴

哈赫斯·格梅恩特美术馆(HAAGS GEMEENTE MUSEUM)

拍摄：莱克斯·范彼得森(LEX VAN PIETERSON)

荷兰，1971

多的视觉信息，而是将传统意义上的图像风格化，其外观有着象征性的含义，这在某种意义上改变了它们现实的视觉内容。

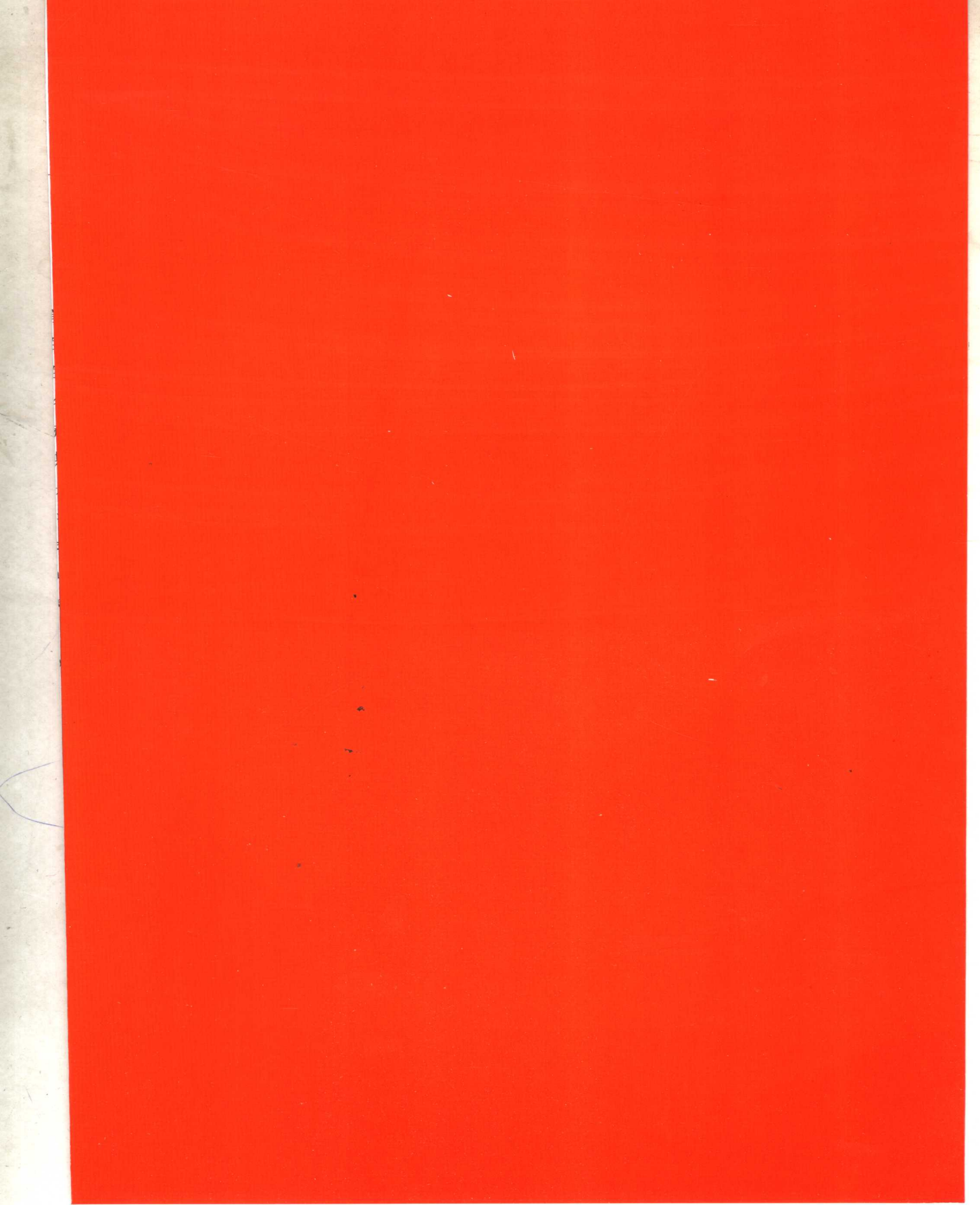
手绘是另一项回归性品质。从Ben Laloua / Didier Pascal为某杂志手绘的封面(第26—27页)到Letman工作室或哈尔门·林伯格的细密勾摹效果，人类灵敏的双手似乎重新超越于机械键盘之上。涂鸦对此功不可没，那些铅笔(墨、炭条，甚至数码)纷纷效仿着青年手中的喷漆罐。无疑，本书所选的相当一部分设计师都有在居住地喷涂街头图案的经历或“劣迹”。

这种“youth-and street”的文化背景，在本书列出的作品中也得到呈现，尽管或许不够典型，因为这毕竟是法国编辑者眼中所见到的。不过，话说回来，事实上，法国青年设计者同样也受到源自连环画、涂鸦和街头文化滋养的手绘图像、字体的显著影响。据此可知，这同样支持了新荷兰设计比前代更少了份荷式味道的论调。同时，很显然地，我前文勾勒的几项特征仿佛只适用于那些“年长”的设计者。在我看来，年轻的一代更具国际意识，更成为全球符号文化的一部分，因为全球各大城市的街

头符号通过网络已经实现了它们应有的张力，一切都成了地球村和全球符号系统的一部分。

马克斯·布鲁因斯马

作为《Items》(荷兰)和《Eye》(英国)杂志的责任编辑，马克斯·布鲁因斯马在荷兰是一位享有声誉的“自由平面设计评论家”。他更称自己为“编辑界里设计师”。自1985年起，他便不断为荷兰及附近地区种艺术和平面设计类学报撰写大量评论文章，也曾于里特·里特韦尔学院(Gerrit Rietveld academy)和阿姆特丹的桑贝格学院(the Sandberg Institute)任教。目前一位杂志出版顾问及网络搭建项目的概念拓展师(《站：当代网页设计的智力创新》(Deep Sites: Intelligent Innovation in Contemporary Web Design), Thames & Hudson 出版社，伦敦，2003年。<http://deepsitmaxbruinsma.nl/>)。2005年，马克斯·布鲁因斯马因设计评论的贡献获得“皮埃尔·培尔奖”(Pierre Ba Award)。



THE STONE TWINS

领域：企业设计，文化设计，书刊编排设计，广告

客户：BIS出版社，Dockers，ELLE，Endemol，
《FRAME》杂志，宜家，荷兰银行，Fortis金融
公司，索尼·爱立信，V2唱片

年龄：36

地点：阿姆斯特丹，荷兰

爱尔兰裔双胞胎德克兰·斯通(Declan Stone)和加雷克·斯通(Garech Stone)在1999年创办了他们的商业机构“The Stone Twins”，并通过为荷兰一些大型企业设计高效且经久不衰的原创品牌识别系统而享有声誉。不过，他们更乐于扮演煽动者的角色——作品里常带有某种尖锐的挖苦。面对着客户，他们总能小心地策划出一种经得起时间考验的交流方案。从基础规律出发，那是任何平面设计方案据以滋长主干的方法所在，斯通兄弟总能为他们的设计找到持久的价值。他们最知名的项目无疑是为R.I.P.公司制作的标志集，那里面包含了一系列已经消失了的商标图案，并借此反映出其试图建立起某种坚实的设计文化的愿望。“相比恭迎它们降临时的典礼和盛况，标志(logo)常遭遇一种不光彩的死亡。”他们构想出来的这一段颂词试图复活一些记忆，然而，首先是对企业平面设计的现状给予尖刻的点评。他们也是荷兰信息传达及市场营销杂志《Communicatie》的自由专栏创作者，并有步骤地在荷兰、爱尔兰和英国开设工作坊或讲座活动。



“深入设计——阿姆斯特丹 2005”
(INSIDE DESIGN AMSTERDAM
2005)展览推广手册
委托人：ELLE WONEN
荷兰，2005

《商业》(BUSINESS)
设计师系列商用手册
委托人：BIS出版社
荷兰，2006

**MARKETING EN ACQUISITIE VOOR
ONTWERPERS HOE HET KAN /
HOE HET WORDT GEDAAN / HOE
DE KLANT HET GRAAG WIL.**
SHAN PREDDY



BUSINESS



Earproof Protect ER 6

Herbruikbare gehoorbeschermers voor behoud van klank-kleur en spraakverstaanbaarheid.



earproof.com



Earproof Protect ER 20 S

Herbruikbare gehoorbeschermers voor behoud van klank-kleur en spraakverstaanbaarheid.



earproof.com



Earproof PV 5656

Herbruikbare gehoorbeschermers voor behoud van klank-kleur en spraakverstaanbaarheid.



earproof.com

《EARPROOF》

形象识别及零售展示

委托人: BIJZAAK / EARPROOF
鹿特丹(ROTTERDAM), 2006

《别样办公室》(THE OTHER OFFICE)

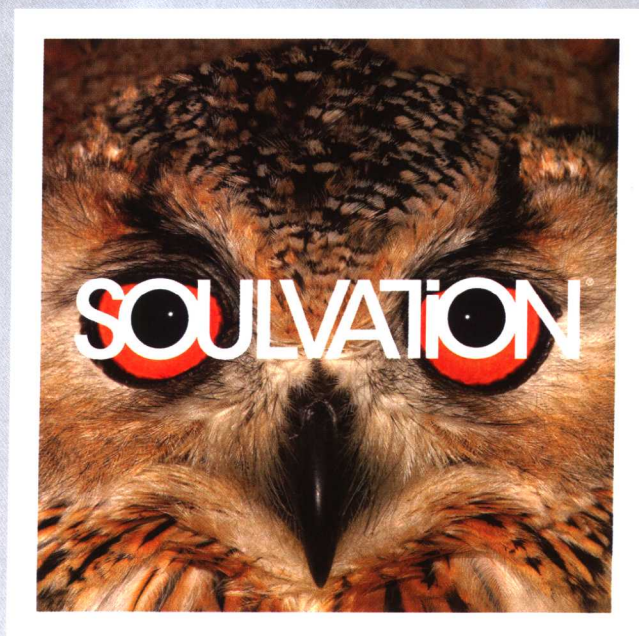
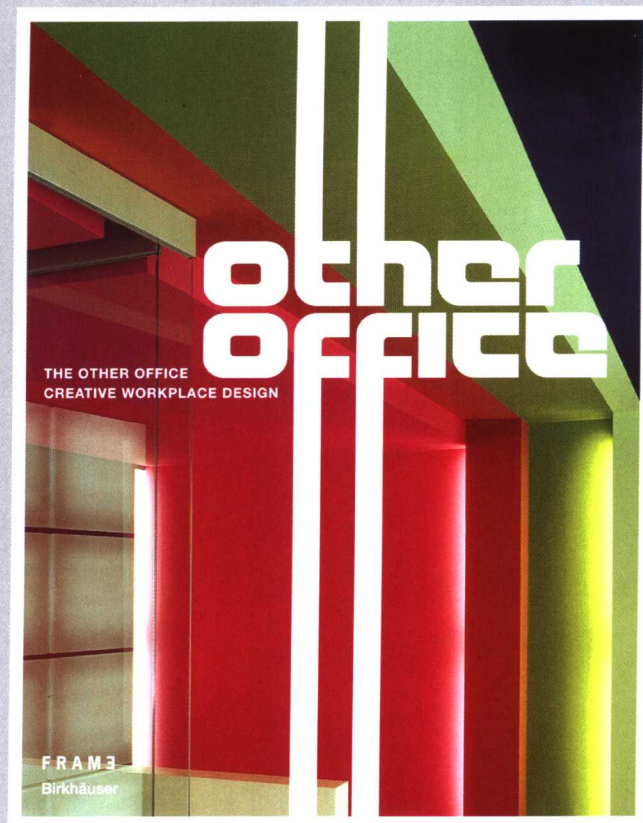
封面及展开页

委托人: 《FRAME》杂志社
阿姆斯特丹(AMSTERDAM), 2004

SOULVATION乐队形象识别

委托人: V2音像(荷兰)

希佛萨姆(HILVERSUM), 2006





为“PER4M”，国际青年戏剧节重
新设计的节日VI识别系统
委托人：KUNST EN CULTUUR
NOORD-HOLLAND(KCNH)