

YOUNG ASIAN DESIGNERS

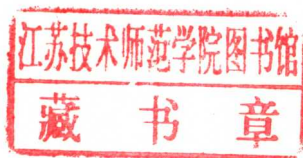


daab

J 66 / W 9 -

YOUNG ASIAN DESIGNERS

INCLUDING AUSTRALIA



江苏技术师范学院图书馆



60014067

© 2005 daab
cologne london new york

published and distributed worldwide by
daab gmbh
friesenstr. 50
d - 50670 köln

p + 49 - 221 - 94 10 740
f + 49 - 221 - 94 10 741

mail@daab-online.de
www.daab-online.de

publisher ralf daab
rdaab@daab-online.de

art director feyyaz
mail@feyyaz.com

editorial project by fusion publishing gmbh stuttgart . los angeles

editorial direction martin nicholas kunz
edited & written by joachim fischer, fischer@brand-affairs.de
translations by saw communications, dr. sabine a. werner, mainz
english translation dr. suzanne kirkbright
french translation micheline funke
spanish translation silvia gomez de antonio
italian translation paola lonardi

layout kerstin graf, papierform
imaging & pre-press jan hausberg

© 2005 fusion publishing, www.fusion-publishing.com

© frontcover photo courtesy sumajin pte ltd, backcover photo: courtesy yamakado
© introduction photos page 7: courtesy mixko, page 9: courtesy marei, page 11: kouji
miura, page 13: masato ozaki, page 15: takahiro ilnoue & studio harada

printed in spain
gráficas ibèria, spain
www.grupgisa.com

isbn 3 - 937718 - 41 - 9
d.l.: B - 39636 - 2005

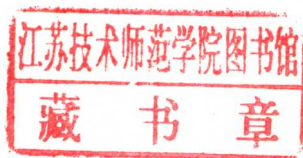
all rights reserved.
no part of this publication may be reproduced in any manner.

Introduction	5	Mayumi Nishimura	222
		Number D Creation	228
A+A Cooren	16	o.d.m. Design & Marketing	234
Accupunto International	20	Youngju Oh	236
Air Division Private Limited	28	Noriyuki Otsuka Design Office	246
atelier OPA	38	Design Berto Pandolfino	252
Shin & Tomoko Azumi	50	pd Design Studio	256
Blaess	62	Teerayut Pengchai	268
Claudio Colucci Design	68	Plusminuszero	272
Curiosity	78	Prince Design Studio	282
Design Studio S	88	Qurz	286
Hers Experimental Design Laboratory	98	Nariaki Satoh	294
Hihara Industrial Design Office	106	Stikfas	300
Hsu-Li Teo, Stefan Kaiser	116	StudioBo	306
Inoda + Sveje	118	Issei Suma	310
Isolation Unit / Space and Product Design	128	Sumajin	316
Setsu e Shinobu ITO	132	Taidesign	324
Johnny Chamaki Design Studio	138	Tokujin Yoshioka Design	330
Yota Kakuda	146	Hiroshi Tomita Design Works	340
Korban/Flaubert	160	TONERICO:INC.	346
Koush Furniture	168	Vilde Form	356
Joohee Lee	178	Voonwong & Bensonsaw	362
Office of Makoto Yamaguchi	184	Yamakado	372
Panatda Manu-Rasda	186	Zaishu	382
Marei	190	Zuii	388
Meng Li & Suning Chen	196		
Mixko	208	Index	398
Luis Nheu	216	Imprint	400

J 66 / W 9 -

YOUNG ASIAN DESIGNERS

INCLUDING AUSTRALIA



江苏技术师范学院图书馆



60014067

daab

Introduction	5	Mayumi Nishimura	222
		Number D Creation	228
A+A Cooren	16	o.d.m. Design & Marketing	234
Accupunto International	20	Youngju Oh	236
Air Division Private Limited	28	Noriyuki Otsuka Design Office	246
atelier OPA	38	Design Berto Pandolfino	252
Shin & Tomoko Azumi	50	pd Design Studio	256
Blaess	62	Teerayut Pengchai	268
Claudio Colucci Design	68	Plusminuszero	272
Curiosity	78	Prince Design Studio	282
Design Studio S	88	Qurz	286
Hers Experimental Design Laboratory	98	Nariaki Satoh	294
Hihara Industrial Design Office	106	Stikfas	300
Hsu-Li Teo, Stefan Kaiser	116	StudioBo	306
Inoda + Sveje	118	Issei Suma	310
Isolation Unit / Space and Product Design	128	Sumajin	316
Setsu e Shinobu ITO	132	Taidesign	324
Johnny Chamaki Design Studio	138	Tokujin Yoshioka Design	330
Yota Kakuda	146	Hiroshi Tomita Design Works	340
Korban/Flaubert	160	TONERICO:INC.	346
Koush Furniture	168	Vilde Form	356
Joohee Lee	178	Voonwong & Bensonsaw	362
Office of Makoto Yamaguchi	184	Yamakado	372
Panatda Manu-Rasda	186	Zaishu	382
Marei	190	Zuii	388
Meng Li & Suning Chen	196		
Mixko	208	Index	398
Luis Nheu	216	Imprint	400

INTRODUCTION

The Asian countries seek to dominate global markets not only in the areas of science, technology and management, but also in the area of design, which is playing an increasingly crucial role in their strategic economic plans. One of their clear trends is the conscious use of traditional themes in combination with contemporary styles. Whether kimonos or packaging, Shinto shrines or computer designs, the viewer is stimulated by a wealth of inspiring visual stimuli. The culture and heritage of Asia is defined by this equal and simultaneous incorporation of the old and the new.

Today, the Asian-Pacific realm is considered to be the next major global economic player—and design plays a crucial political-economic role in this region. This is mainly due to the close proximity of nations at very different levels of development that are interconnected in numerous ways.

In addition to Asia, this book also sheds light on Australia, a continent of extremes. This perspective is also firmly established in the consciousness of Australian art and production, featured here through a selection of young designers that apply energy and a fresh approach to reinvent objects of everyday use. The works of these designers are distinguished by the influence of the raw beauty of natural elements, the simplicity of rural open spaces, or the progressive resonance and multi-faceted culture of international cityscapes.

A speech given by the Japanese Crown Prince Fumihito in person on the importance of design ennobles not only the sector as such, but also emphasizes the high status of product styling. In the 1980s already, when Asian corporations set out to conquer global markets with their products, they started to use design as a “global tool”. They strategically hired European and U.S. designers to better understand the individual mentality of the nations that were their crucial markets.

Today, at the launch of the 21st century, the exchange between Europe and the Asian-Pacific realm is taking place at breathtaking speed. The “Asian Design Community” operates globally and is familiar with Milan and New York as much as it is with Shanghai or Sydney—a development that speeds up the dynamic merger of international markets.

This book presents an overview of the current trends of the young Asian-Pacific design scene. Though the featured works, ideas and products vary very much from each other, they exemplify one thing for sure: the initiated dialogue between cultures and across national borders is increasingly gaining in importance.



Nicht nur in Wissenschaft, Technik und Management streben die asiatischen Länder die globale Marktführerschaft an, auch das Design spielt eine entscheidende Rolle innerhalb ihrer ökonomisch-strategischen Überlegungen. Deutlich ist dabei zu erkennen, wie bewusst die eigenen Traditionen genutzt werden und in die Gegenwart mit einfließen: Von Kimonos bis zur Verpackung, von Shinto-Schreinen bis zum Computerdesign wird der Betrachter mit einer Fülle an inspirierenden visuellen Eindrücken stimuliert. Dieses gleichberechtigte Nebeneinander von Alt und Neu definiert die Kultur und das Erbe Asiens.

Der asiatisch-pazifische Raum gilt heute als der kommende Hauptdarsteller auf der wirtschaftlichen Weltbühne – und auch das Design hat dort eine große wirtschaftspolitische Bedeutung erlangt. Eine wichtige Ursache hierfür ist das räumlich enge Nebeneinander von Ländern mit sehr unterschiedlichem Entwicklungsstand, zwischen denen vielfältige Verflechtungen existieren.

Das vorliegende Buch wirft außer nach Asien auch einen Blick auf Australien, einen Kontinent voller Extreme. Eine Perspektive, die auch im Bewusstsein australischer Kunst und Produktion verankert ist und hier anhand einer Auswahl junger Designer präsentiert wird, die mit Elan und Frische Alltagsprodukte neu erfinden. Beeinflusst von der rohen Schönheit natürlicher Elemente, der Einfachheit ländlicher Freiflächen oder der progressiven Resonanz und vielschichtigen Kultur internationaler Stadtansichten zeichnen sich die Arbeiten der Designer aus.

Wenn der japanische Kronprinz Fumihito höchstpersönlich eine Ansprache über die Bedeutung von Design hält, dann adelt das nicht nur die Disziplin selbst, sondern zeigt auch den großen Stellenwert der Produktgestaltung. Asiatische Unternehmen begannen Design bereits in den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts als ein „Global Tool“ zu verstehen, als sie sich aufmachten, die Weltmärkte mit ihren Produkten zu erobern. Um die jeweilige Mentalität derjenigen Länder, die für sie wichtige Absatzmärkte darstellten, besser zu verstehen, engagierten sie gezielt europäische und amerikanische Designbüros.

Heute, am Beginn des 21. Jahrhunderts, entwickelt sich der Austausch zwischen Europa und dem asiatisch-pazifischen Raum atemberaubend schnell. Die „Asian Design Community“ agiert inzwischen weltweit und ist in Mailand und New York ebenso wie in Shanghai oder Sydney zu Hause – eine Entwicklung, die das dynamische Zusammenwachsen der internationalen Märkte beschleunigt.

Dieses Buch ermöglicht einen Überblick über aktuelle Tendenzen der jungen asiatisch-pazifischen Designszene. So unterschiedlich die hier vorgestellten Arbeiten, Ideen und Produkte auch sind, eines ist deutlich zu spüren: Der begonnene Dialog zwischen den Kulturen und über nationale Grenzen hinweg gewinnt immer mehr an Bedeutung.



L'objectif de domination globale du marchés poursuivi par les pays asiatiques ne concerne pas seulement sur les plans scientifique, technique et management mais aussi le design qui joue un rôle décisif dans leurs perspectives économiques et stratégiques. Il en résulte une utilisation consciente de la tradition qui débouche sur une intégration dans le présent : c'est ainsi que le spectateur est stimulé par un flot d'impressions visuelles depuis les kimonos jusqu'à l'art de l'emballage en passant par les armoires Shinto jusqu'au design de l'ordinateur. Cette coexistence de l'ancien et du neuf marque la culture et l'héritage asiatiques.

De nos jours l'espace asiatique autour du Pacifique est perçu comme l'acteur principal sur la scène de l'économie, et là aussi, le design a acquis une grande importance dans le domaine politique économique. On peut attribuer une des causes à ce phénomène à l'étroite proximité géographique de pays d'un niveau de développement disparate qui sont étroitement imbriqués les uns dans les autres.

L'Asie mise à part, le présent ouvrage pose aussi son regard sur l'Australie, continent des extrêmes. Là, une perspective ancrée dans la conscience de l'art australien et de sa production est présentée avec une sélection de jeunes designers qui ré-inventent avec beaucoup de fraîcheur et d'élan des produits de la vie quotidienne. On retrouve dans leurs œuvres l'influence de la beauté brute des éléments naturels, la simplicité des espaces agrestes ou encore la résonance progressive et la culture multistratée des vues urbaines internationales.

Quand le prince héritier japonais Fumihito fait un discours sur la signification du design, il n'anoblit pas seulement cette discipline en soi, mais il démontre aussi l'importance de la place accordée à la forme de produits. Dès les années 80 les entreprises asiatiques ont commencèrent à apposer au design cette touche de « Global Tool » qui devait mener à la conquête des marchés mondiaux par leurs produits. Ces mêmes entreprises engagèrent des bureaux de design européens ou américains soigneusement sélectionnés, ceci afin de mieux comprendre la mentalité de chaque pays susceptible de leur offrir d'importants débouchés sur le marché.

Aujourd'hui, au début du 21^{ème} siècle, les échanges entre l'Europe et l'espace asiatique autour de l'océan Pacifique se développent à un rythme stupéfiant. L'« Asian Design Community » est entre-temps active dans le monde entier, son domaine se trouve aussi bien à Milan qu'à New York, à Shangaï qu'à Sydney. Cette évolution accélère la croissance dynamique des marchés internationaux.

Cet ouvrage donne un aperçu des tendances actuelles de la jeune scène du design en Asie et dans l'espace du Pacifique. En dépit de sensibles différences entre les œuvres, les idées et les produits présentés, on perçoit clairement à quel point le dialogue entamé entre les cultures et les frontières nationales gagne de plus en plus d'importance.



Los países asiáticos no sólo intentan liderar el mercado global en lo referente a la ciencia, la tecnología y la gestión de sus empresas: el diseño también juega un papel decisivo en sus reflexiones económicas y estratégicas. La conciencia con la que aplican sus propias tradiciones enlazándolas con el presente se refleja de forma bien clara. Desde los kimonos hasta los embalajes, desde los cofres shinto hasta el diseño de ordenadores, siempre nos estimulan con una gran opulencia de impresiones visuales. Esta convivencia parigual entre lo antiguo y lo nuevo define la cultura y el legado de Asia.

En la actualidad, se considera que el entorno del Pacífico asiático protagoniza el escenario económico mundial: en él, el diseño también ha adquirido una gran importancia económico-política. Un motivo importante es que numerosos países con un nivel de desarrollo muy diferente conviven en un reducido espacio, lo que crea múltiples lazos.

El presente libro va más allá de Asia para echar una mirada hacia Australia, un continente repleto de extremos. Nos muestra una perspectiva que también toma conciencia de la producción y el arte australianos, y que aquí se presenta de la mano de una selección de jóvenes diseñadores que reinventan los productos cotidianos con ímpetu y frescura. Las obras de los diseñadores destacan por la influencia de la rústica belleza de los elementos naturales, la sencillez de las superficies campestres libres o la resonancia progresiva y la cultura polifacética de las filosofías urbanas internacionales.

Si el príncipe heredero japonés Fuhimito en persona da un discurso sobre la importancia del diseño, esto no sólo ennoblece a la propia disciplina, sino que también es muestra de la gran relevancia que tiene la creación de productos. Las empresas asiáticas ya empezaron a considerar el diseño como una "herramienta global" en los años 80, cuando se pusieron en marcha para conquistar los mercados del mundo con sus productos. Con el fin de poder comprender mejor la mentalidad de aquellos países que para ellos representaban mercados potenciales importantes contrataron a empresas de diseño europeas y americanas.

Actualmente, a comienzos del siglo XXI, el intercambio entre Europa y el Pacífico asiático se desarrolla a una velocidad vertiginosa. Entretanto, la "comunidad del diseño asiático" ya está presente en todo el mundo y se siente como en casa en Milán y Nueva York tanto como en Shangai o Sydney; esta evolución acelera la fusión dinámica de los mercados internacionales.

El presente libro nos deleita con una panorámica sobre las tendencias más actuales del joven mundo del diseño del Pacífico asiático. Independientemente de las diferencias existentes entre las obras, las ideas y los productos, todos tienen un denominador común: el diálogo iniciado entre las culturas que sobrepasa las fronteras nacionales adquiere una importancia cada vez mayor.

