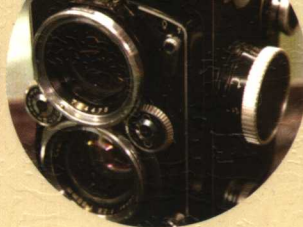


主编 石磊
摄影 潘玮

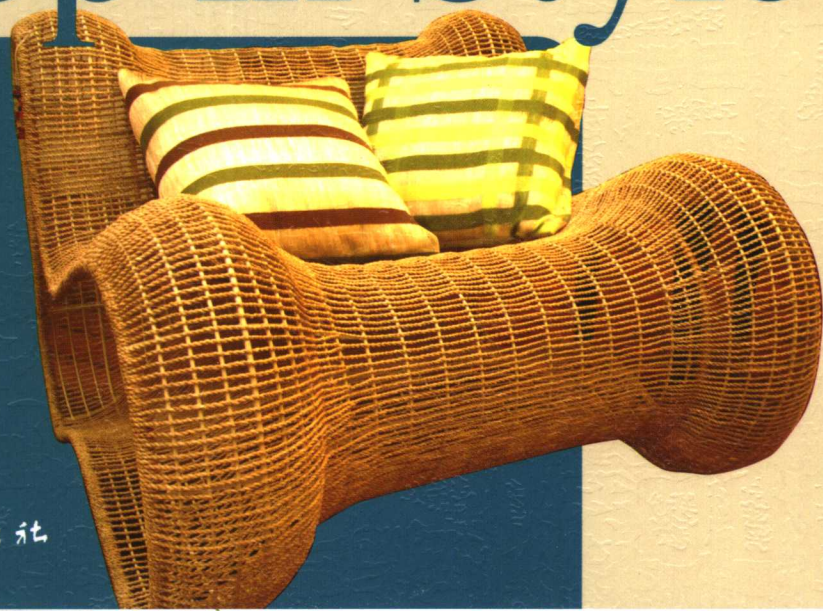


→越来越恋设计人的智慧和感觉。→我们在本城找我们想要的、你们想要的设计和感觉的艺品。→我们已经找到的，说它们是商品，更想说它们是艺品。→想同时说 YES 和 NO!

唯我

超个性店艺品设计

Shop in Style



上海文化出版社

唯我

超个性店艺品设计

Shop in Style



上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

唯我——超个性店艺品设计/石磊 主编. - 上海:上海文化出版社,
2005

ISBN 7 - 80646 - 814 - 5

I. 唯… II. 石… III. 商店 - 简介 - 上海市 IV. F727.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 045531 号

责任编辑 赵志勤

装帧设计 周艳梅

书 名 唯我——超个性店艺品设计

出版发行 上海文化出版社

地 址 上海市绍兴路 74 号

电子信箱 csbcm@public1.sta.net.cn

网 址 www.shwenyi.com

经 销 新华书店

印 刷 上海大一文艺印刷有限公司

开 本 889 × 1194 1/28

印 张 6

图 文 170 面

版 次 2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

印 数 1—5,100 册

国际书号 ISBN 7 - 80646 - 814 - 5/F·45

定 价 28.00 元

告读者 本书如有质量问题请联系印刷厂质量科

Tel: 021 - 57780459

关于本书 LOGO “灯泡”



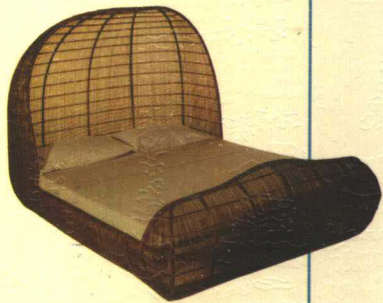
→搜店累的时候，一起在咖啡店歇歇。看到顶上的灯笼，我们一笑，这些店真是打着灯笼找来的！马上动手，还请了美术指导聂老师，做成本书的LOGO，一个灯泡的脸——笑嘻嘻的、眯眼的、皱眉头的、吃力的、满足的……

关于本书的“语法”

→最好的读法是带着本书逛街。血拼后，回家再翻看一下，每章节前都有“小店大做”的主题理念文字，里面是潮流中夹心的精神因子。我们搜店突出设计中的人文沉淀，如果没有了人文和人性，就算设计到了一定高度，也没有太可炫耀的了……

这是我们搜店的“语法”。

→本书200多张图片实在养眼，文字闻得有回味。



关于我们

→主编石磊游学日本，曾任《东方时报》（东京）、《ASIA INFO》（东京）、《上海一周》副主编。

→摄影、文案主持潘玮，时尚媒体记者，嗅觉新奇，想象出位，文字虚实交集。首次左手快门、右手键盘，跨界作业。

→文案主持狄雯颀，时尚媒体记者，脚力勤快，游走都市，眼光独立。擅长在大牌和无印良品中发现个性之好。



写在前面 1

房间里的旅行 2

Exotic 有距离的爱	4
声色都有得血拼	6
见一见大气的印度	10
埃及传奇的居家出口	14
西藏制造	18



设计的力量 22

为设计买单	24
Kenneth Cobonpue: 菲律宾的新新家具	26
神说, 让那里有光	30
闻得到甲骨文的气味	34
青菜, 是一种精神	36



波普一下 42

变身我们的寻常生活	44
在达芬奇撞见Andy Warhol	46
艺术青年白天的海报生意	50



同时说 YES 或 NO 54

灵感是一场游戏	56
唐三彩遇到了瓷砖	58
手绘墙纸的想象力	62
敲满12个图章才能出关的地毯	66
手工制的画框	70
似是而非的唯美答案	74



REMIX 的剪刀手 78

措手不及的美感	80
青花瓷 march 美国松	84
让材质带来更多惊喜	90



二手生活 96

集体逃避进复制过去的欲望中	98
触摸租界时期的北方	100
仓库中遭遇古时	104
二手相机的艺术	108



男心之回到少年时代 112

后童年的力量	114
贩卖记忆	116
下一站: 梦想	120
公仔的设计神经	124



少数派报告 128



环线外的“史瑞克”	130
一站网罗汽车新生活	132
像彼德潘一样的小小梦想	134
摄影超级沙龙+器材市场	138

四个关键词: 首饰 鞋子 包包 围巾 140

配饰新势力	142
项链在说话	144
不敢怠慢了一条围巾	148
列侬夫妇当年常买的一个设计牌子	152
把脚托付给乐趣和舒适	156



采访手记 160

摄影手记 161

更多 Listing 162

名人·Shopping 164





《写在前面》

文/石磊

想同时说 YES 和 NO!



→我们这本书《唯我——超个性艺术品店》不是做给艺术家看的，只是做给和我们一样恋物的你们看的。

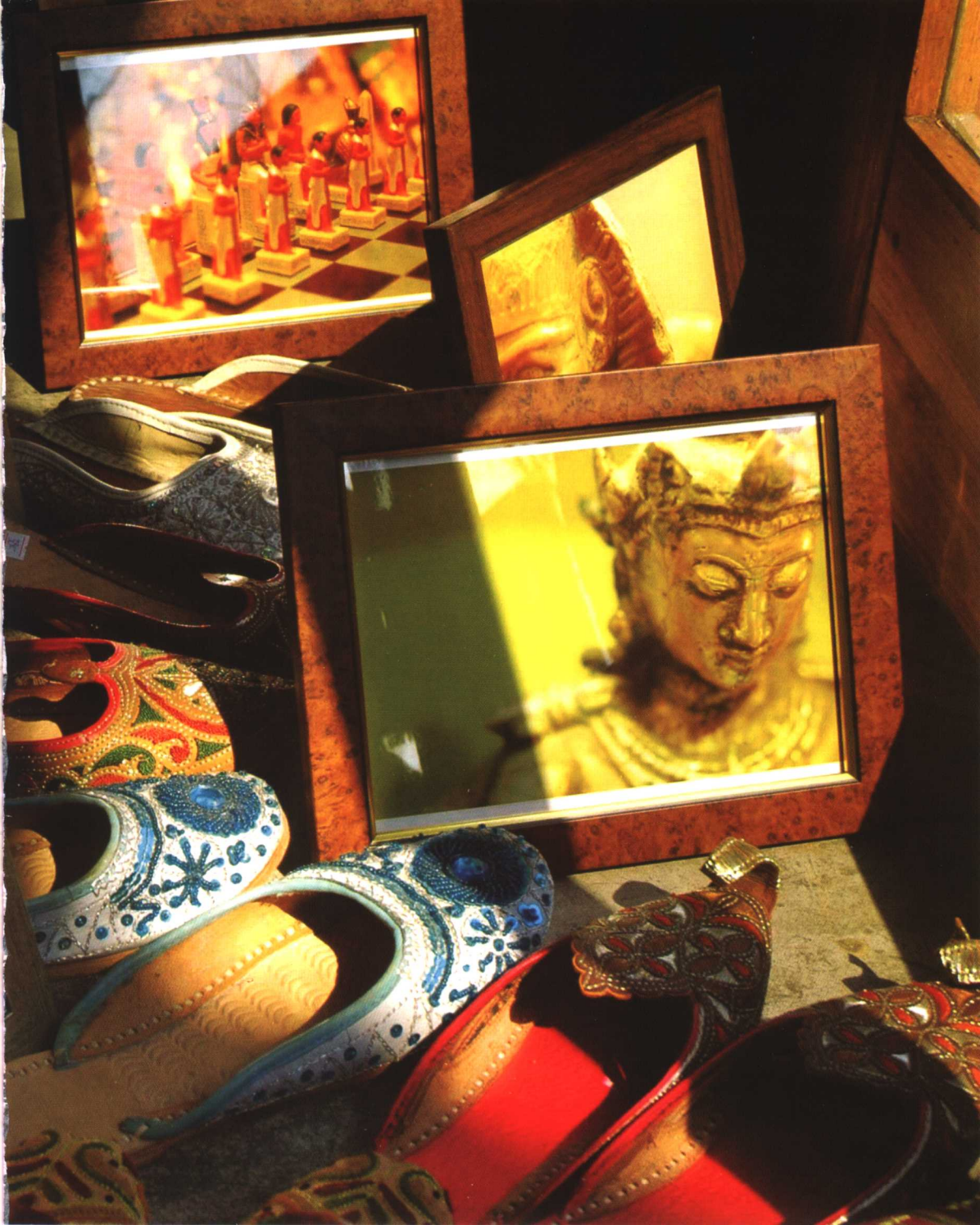
→不过，我们很有非分之想能让我们尊敬的艺术家不小心翻到。→一个小店超级buy家很专业地对我们说，我真崇拜一些艺术家、设计家，他们设计出来的东西就是一个手表一个灯也不一样啊。看看人家外国人设计的。→同在一个亚洲，东京离上海有点距离却极容易到达。→在那里逛街，时尚地标块状层分布，不但有熟悉的原宿、涩谷、表参道，也还有南青山、代官山、六本木，西汐留等风格不一的好地方。极成熟的商业社区，可以看到最多元的设计趣味和消费文化的沉淀。→而那里的艺术和设计中，人的身份认定常常也出人意料。→一些艺术家，像带领LV走向青春的版画家村上隆，他在东京六本木美术馆开业，接受采访时大方地说，艺术对我来说就是商业。→在涩谷的概念画廊店里，有年轻人想要的村上隆设计的家居摆设，有摄影家森山大道设计的大盘面的金属质感手表。→在品川的一个美术馆小店里，买得到前卫画家草间弥生设计的条纹咖啡具。黄色条纹是她版画的招牌色。→奈良美智不久前也为日本宝马汽车做过设计。→电视里，戛纳金奖得主北野武还是搞笑节目的资深金牌司仪。→书店里严肃的《村上隆VS北野武艺术对话录》，封面上两位艺术家的个人风度却让人一样可以尖叫。→艺术、设计、商业交集而来。→越来越多的人恋物。也越来越恋设计人的智慧和感觉。→我们在本城找我们想要的、你们想要的设计和感觉的艺品。→我们找到了许多最爱，我们发现DESIGN IN CHINA不多。→有时候几家旗舰店让我们足够自傲，有时却说不出来的很不满足。→在今年冷冷的被窝里想，如果有更多的我们崇敬的本土艺术家设计师能放下身段，华丽转身一下就好了。→我们已经找到的，说它们是商品，更想说它们是艺品。→想同时说 YES 和 NO!

1.

房间里的旅行

在那些标注自己是“异国情调”的店里，我那么想看到更多混合今日风尚和进步的 exotic，因为有历史同时也承载当下的东方情调才会是最饱满的。





Exotic

有距离的爱

文 / 石磊

情陷东方之内心触觉

回顾近年时尚界的新作，不少高端品牌在描述消费目标群时，常常会用上“经常旅行的女性”的标注。时下，旅行和旅行消费也早已成为时尚的一面旗子，而东方情调的出口则从洋人开东风之先到内销国人同胞，已在旅行和相关消费中占尽半壁江山。

前几年欧美澳洲的豪华版旅行出够了百分百的锋头，这几年日本、中国西藏、越南、柬埔寨也相当受热捧，近几个月来海难淹没东南亚，可依然有人带着妹尾河童的插图书和旅行速写只身前往印度；就算现在是非常期，尼泊尔的航班上，旅行摄影人还在机舱夜灯下抓紧补课当地圣地之一“博卡拉”，而空姐有可能在休息时又琢磨起从当地集市上买来的手工手袋，新乐路上的小店老板要多点进货，据说，镶嵌小镜片的尼泊尔手袋十分好卖。

Exotic，从19世纪上半叶起，几乎就成了东方的代名词。古典小说大家雨果、诗人歌德都写下过东方的组诗，雨果在《东方集》序言中这样自白，“我们所有的人都比以前更关心东方，东方已经是大家魂牵梦牵的地方。也是我的向往之地。”和雨果同时代的小说家福楼拜更是一个“东方迷”，在他12岁的时候，他最大的人生梦想就是能离开法国的家到埃及去赶骆驼，最后能在埃及后宫找到有着橄榄肤色、脸上有一丝幽怨的女孩。福楼拜在以后的小说里不止一次地写到他的东方之行——“太阳正从它的穹顶下落，我便是透过那融化在海平面的银色光辉里获得对东方的第一印象。不久海岸清晰起来，最早看到的是岸上的两只骆驼，随后是码头上安然垂钓的阿拉伯人。”“橘树、棕榈树、莲花！还有铺着大理石的凉亭，凉亭里有用木板隔成的小间，专供堕入情网的年轻人谈情说爱！这里的色彩是如此的斑斓炫目，你如同在观看不停顿的焰火，而你贫乏的想象力完全无从适从。”

到了20世纪60年代，曾经影响一代人生活方式的西方嬉皮士们，更是将东方看做心目中的圣地。60和70年代，印度、尼泊尔等东方圣地成了全世界嬉皮士的集中地，当地一个又一个的宗



教圣地，让怀有不同目的的西方修行者，以为在东方能找到人生温暖的真正所在。

和福楼拜鄙视当时法国富足却世俗的生活，讨厌单调、中规中矩的中产生活一样，嬉皮士们也想在东方的宗教圣地找到灵魂的奥秘和生活的意义。

90年代后，一股新东方主义思潮再度飙起，电影界、时尚界、文学界每年都有东方主题在领跑，奈保尔90年代末的《印度：百万叛变的今天》让我们和他一起重新审视这个古老国家，这几年时尚瑜伽大热，世界经济的投资板块转移，Exotic，再次引发世界对东方的神往。

有历史同时也承载当下的东方才是最饱满的

也许并不自觉，在色彩丰富的东方之旅之后，我们发现了更多遵从内心感觉、淳朴简单，更多无为无不为，才应该是exotic的内涵所在。

当然因为旅行，旅行的人带回了本国少见的风物——藏传佛教的唐卡、转经轮、护身符、藏药，也可以看到南亚的地毯、银器、灯饰、刺绣。

当然也少不掉和这些有关的旅行故事。

这些充满东方情调的东西一部分在当地，一部分留在旅行人的家中，一部分就在我们城市的店铺里，最后还是会被中意它的人买回去，又再组合成最时髦的新东方主义，披挂上阵。

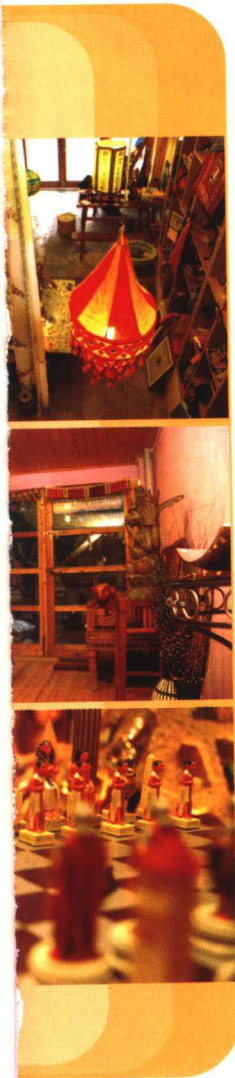
店里的exotic，一边是触摸不到当地人昨日今日的社会生活；一边它还是和手工时代、田园的、淳朴的、家居的生活紧紧联系着。

日本也是洋人眼里的exotic的国家，事实上，如果日本向全球输出的只是相扑、和服、能乐和禅的话，日本趣味在本世纪不会再度在全球得以更广泛的输出和流行。

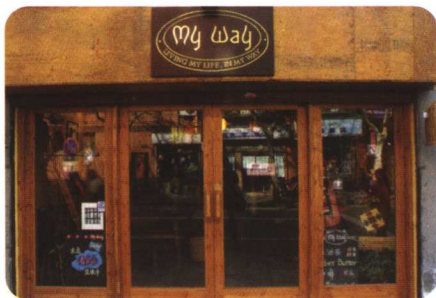
所以更多时，在那些标注自己是“东方情调”的店里，我那么想看到更多混合今日风尚和进步的exotic，因为有历史同时也承载当下的东方情调才会是最饱满的。

正如在2002版国际设计年鉴中有多部作品收入的菲律宾当代设计师Kennith Cobonpue所说，我用古老的工艺诠释现代精神。

无论如何，exotic的神秘主义、田园诗般的纯朴风格、宗教式的探寻人生意义，都让我们有理由一而再，再而三地继续痴迷。



声色都有得拼



推荐地 My Way
特别推荐最爱 阿拉丁神灯、
少数民族乐器(私人藏品)
地址 襄阳南路 392 号
电话 021-64668532
营业时间 10:00~22:00

人生在世，就好比一次旅行，去哪里，走什么路，都是自己的选择；不管去的是怎么样的地方，结果如何，也都是一份经历。顾建刚年纪不大，却是个铁杆驴友，无心过像大多数人一样朝九晚五生活的他，在襄阳南路少人问津的一头开了家名为MyWay的小店，意为用“我的路我的方式”，实践他选择的生活方式。

留心的话会发现，店面的空间很高。有一排铺着彩色尼泊尔花布的木楼梯，通向阁楼，那里有卧榻、书架放满各种关于旅行和风俗文化的书，泡壶清茶，很适合打发一个悠闲的下午——这是顾建刚设计布置时的得意手笔。

“旅行对我而言，就是去寻找不一样的东西，认识更多的朋友。” MyWay 里每一件物品，都是他游历东南亚诸国时“找”来的。他记得在古老的少数民族村落中发现一块色彩绚丽的布料时的惊艳，“若非亲眼所见，你很难相信如此美丽的色彩搭配，竟是出自于一双原始而愚蒙的手。”诸如此类的经历不胜枚举，他把自己的旅行相册放在门口的茶桌上，让那些记录着异国风情的照片无声地诉说。



店面空间很高，一排
铺着彩色尼泊尔花布的木
楼梯，通到店主自己的二
层阁楼。



走过的路越多，带回店里的东西也就越多，各地风情逐渐挤满店面。



鞋头翘起的尼泊尔的金丝绣鞋，细长的泰国树皮纤维包，华美的印度纱丽，古朴的老挝染布……店里的一切都因为浸泡在带有民族风格的电子音乐中而越发诱人遐想。稀奇古怪的少数民族乐器是店主的独家收藏，一首“噌噌噌”的尼泊尔口弦电子乐，轻易就打破了我的狭义音乐观，真是大开耳界，建议大家一定要去听一听。

喜欢旅行的人永远不会是孤独的。总有志趣相投的人慕名前来或是恰巧路过MyWay，一来二往后就成了顾建刚的朋友，喝着酥油茶海阔天空地聊天也是人生的一大乐趣。我刚开始和他说话时总觉得有些怪怪的，时间长了才注意到他说话的语速比常人缓慢，每个吐字都掷地有声、清晰——就像他的小店，在这个城市自在地存在着，以属于自己的节奏。



见一见大气的印度



推荐地 Ganesa Gallery
特别推荐最爱 巴斯塔墙饰
地址 复兴西路 293 号
电话 021-64330945
营业时间 11:00 ~ 19:00

复兴西路近华山路的一段,可能是上海大街小巷中最不像现在喧嚣上海的一条马路了。宁静,安逸,路人稀少,可以轻易听见梧桐树叶子在微风轻抚下的摩挲声。Ganesa就在这里,门前数尊半人高的石像造型奇特多姿,预示了它们来自非比寻常的故乡——印度。

其实Ganesa也是印度宗教中的神祇,他有着人类的躯体,却长着一颗大象头。关于他的来历有个凄美的故事——他是天神和凡人女子所生之子,却被善妒的女神暗中砍掉了脑袋,天神禁不住母亲悲哀的乞求,于是用象征吉祥如意的象头赐予他重生。因此,他很受到印度人民的喜爱,认为他的雕像可保佑平安,也是小店的得名原因。

店主是位爱好印度民族文化的印尼商人,小店里的所有物品都来自印度本土。从大件如家具、石雕到天然材质的小摆设,密密麻麻地堆满了两层楼面,看得人眼花缭乱。印度家具的一大特点是暗褐色的木头上镶有金属片装饰,镇店之宝——一只宫廷式秋千摇椅便是该民族风格的代表,有一种粗犷的豪华气派。

而巴斯塔墙饰则更多一些原始土著气息,若干幅连