

Creative Cities Experience

创意城市
CREATIVE CITIES

佛罗伦萨 FLORENCE

16位艺术家访谈录
16位设计师访谈录
Interviews with 16 Florence
artists and designers

Sophie Guo | 顾晓楠

创意城市经验

上海人民出版社



创意城市·佛罗伦萨 Creative Cities · Florence

图书在版编目 (CIP) 数据

创意城市.佛罗伦萨 / 果果主编. —南京: 江苏美术出版社, 2009.6

ISBN 978-7-5344-2814-2

I. 创… II. 果… III. 城市环境—建筑设计—佛罗伦萨

IV. TU—856

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第074551号

出品人 顾华明
责任编辑 陈冰青
装帧设计 朱涛
陈冰青
设计策划 簿趣坊
责任校对 赵菁
监印 贾炜
审读 郭廉夫

书名 创意城市·佛罗伦萨
主编 果果
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社 (南京中央路165号 邮编210009)
集团网址 凤凰出版传媒网<http://www.ppm.cn>
经销 江苏新华发行集团有限公司
制版 江苏凤凰制版有限公司
印刷 南京新世纪印务有限公司
开本 787×1092 1/16
印张 11
版次 2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5344-2814-2
定价 52.00元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路165号13楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

Creative Cities Experience

创意城市
CREATIVE CITIES

佛罗伦萨 FLORENCE

16位艺术家访谈录
16位设计师访谈录
Interviews with 16 Florence
artists and designers

Sophie Guo | 顾晓楠

创意城市经验

上海人民出版社

FONDAZIONE
ROBERTO
CAPUCCI

Roberto Capucci
罗伯特·卡普奇
意大利顶级定制服装
品牌 Roberto
Capucci 创办人

roberto cavalli

Roberto Cavalli
罗伯特·卡沃利
意大利顶级服装品牌
Roberto Cavalli
创办人



Wanny Di Filippo
文尼·迪·菲利浦
国际著名皮具品牌
IL BISONTE
创办人

Corto Moltedo

Corto Moltedo
凯罗·慕德都
意大利著名手袋品牌
Corto Moltedo
创办人

GREVI

Giuseppe Grevi
吉塞佩·格莱维
意大利著名帽品牌
GREVI 继承人



Stefano Bemer
思特凡诺·贝莫
意大利顶级手工定制
鞋品牌 Stefano
Bemer 创办人



Antonio Brodini
安东尼·普罗迪尼
意大利顶级鞋履品牌
PAKERSON
继承人

LORETTA CAPONI

Loretta Caponi & Lucia
洛丽塔·卡普尼 & 露西亚
意大利顶级刺绣品牌
LORETTA CAPONI
创办人

APROSIO & CO

Ornella Aprosio
奥赫恩拉·阿帕秀
意大利时尚珠宝首饰
配件品牌 Aprosio &
Co 创办人

ANGELA CAPUTI

Angela Caputi
安吉拉·卡布蒂
意大利著名珠宝首饰
品牌 Angela Caputi
创办人

inverni

Maria Cirri
玛丽亚·奇瑞
意大利著名帽饰品牌
INVERNI 创办人

LORENZO
VILLORESI
FIRENZE

Lorenzo Villorresi
洛伦佐·维洛海希
意大利顶级定制香水品牌
LORENZO VILLORESI
FIRENZE 创办人

J055.46/1

2009

Creative Cities Florence

创意城市
CREATIVE CITIES

佛罗伦萨
FLORENCE

16位佛罗伦萨艺术家和
设计师独家访谈录

Interviews with 16 Florence
artists and designers

Sophie Guo / 果果 著

凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社





前言 Preface

在许多人的印象中,“文艺复兴”是“花之都”佛罗伦萨这座历史文化古城最为深刻的记忆符号。恢宏的古典建筑、异常丰富的文化艺术遗产,似乎城内一砖一瓦都蕴藏着古典气息,每一个角落,都隐匿着一个恒久天才。历史上各领域诸多举世瞩目的名人都诞生于此,生活于此。而更多的艺术家、设计师在“花之都”美名吸引下来到“心中所向往的艺术文化圣地”,续写唯美传奇。

如果说罗马是意大利的政治首都,米兰是经济首都,那么佛罗伦萨堪称文化首都。从中古时期欧洲著名的贸易中心、古文化都市,文艺复兴发源地,欧洲及世界艺术、人文中心到世界闻名的手工业中心、时尚圣地,在2000多年的演变进程中,其与时俱进的能力,不仅来自丰厚的历史积淀,亦来自于自身的更新与蜕变。

事实上,“花之都”的意境之美,绝非赏其外观,观望名胜古迹,“取景”文化艺术遗产便可企及。要想获得开启“神秘之门”的“钥匙”,不仅要有敞开视野的远见卓识,也要具备深度探寻的能力和素养。

沿着小石板路走进迷宫似阡陌纵横的街巷,用脚步丈量,将历史“缩影”中的佛罗伦萨一点点“放大”,才得以渐渐领略传承之美。只因往昔的凝神与现代传情,常常只是一转身的距离,其间的景深是带有私密色彩的,需要一点点去探寻,去解码。古老街区与中世纪奢华,以及当代时尚氛围几经调和,成就了佛罗伦萨举世不朽的地位及其永恒的魅力。

拉开“焦距”,将视野延展至四周更广阔的空间,走进整个托斯卡纳大区得天独厚的自然情境,深入到平和、富足,有如佳酿的生活氛围中,才得以顺畅呼吸有如空气般让生命得以绽放、可以逾越时空的芬芳气息。这正是“任何创意无法脱离生活情境而孤立存在”的内涵所在。而创想的最高境界,便是能够将“真知灼见”变成现实,并回馈到生活中。

可以说,意大利享誉全球的原创设计源于

中世纪的手工业,现代意大利时装业当之无愧始于佛罗伦萨。但值得庆幸的是,这里的手工业并没有因悠久而变得老套,在古典传承基础上不断寻求创新的意识,不仅使“花之都”充满生命活力,更使得“意大利出品”逐渐成为时代精神与品质象征。

也许没有什么比艺术家、设计师的原创作品更能代表一个国家、地区的形象风貌,它们好似延伸的桥梁往往最先走向国门、走向世界,并被世人所传颂、瞻仰。相对而言,佛罗伦萨艺术家、设计师的原创风格,更具有浓厚的地方气质,纯真的情感气息,自然而淡定。其追求卓越品质、超然于世俗眼光、无视于时尚追逐的境界更体现了“回归自然,以人为本”的原创本质。

沐浴在托斯卡纳艳阳下,享有惬意生活,并在“花之都”文化氛围熏陶下成长的设计师、艺术家,似乎对美的识别具有天赋能力,而精湛的技艺传承对他们来说,更有着血脉之源。世代传承的品牌文化氛围,使得他们的创作哲学更追求“经典”而非“时髦”。比如:Wanny Di Filippo(文尼·迪·菲利浦)所创建的“IL BISONTE 野牛”、Loretta Caponi & Lucia(洛丽塔·卡普尼 & 露西亚)、Giuseppe Grevi(吉塞佩·格莱维)、Claudio Nardi(克罗迪奥·那赫迪)等无一不是典型象征。

清晨,推开位于托斯卡纳山间松林别墅的小木窗,呼吸着清新而芬芳的空气,不由联想到霍金所说的:“人类是唯一被时间束缚的动物。”而我们一再加速度到底要奔向哪里?!

在回归自然的境界中,让我们一同分享原创风景。

Sophie Guo 果果

Olivier Rol 苗立伟
VISION INTERNATIONAL
国际文化传媒中心 执行总裁
2009年1月于佛罗伦萨

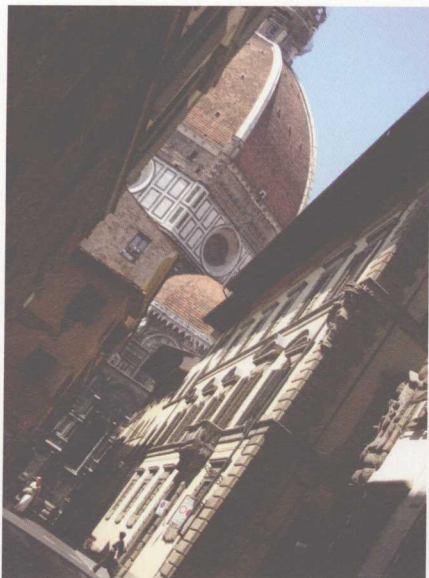






佛罗伦萨地图 FLORENCE MAP





佛罗伦萨——原创之城 FLORENCE—A City of Originality

优雅品位的传承，个性化的民族气质，掌控原创尺度的天赋，对设计本质的洞察力和感受力，敏锐的市场嗅觉，卓越、精湛的工艺水平，对品质精益求精的态度，以及对工业、科技研发的高度重视，让意大利在长达一个世纪的时间里，引领着世界设计潮流。无论追溯至“欧洲文艺复兴”，还是近代的意大利设计产业“文艺复兴”，都与佛罗伦萨有着直接关联。

A 文艺复兴古典传承

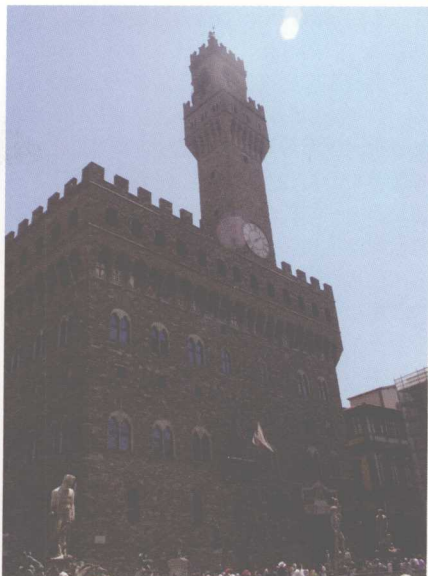
据史料记载，佛罗伦萨始建于公元前 59 年，早在 13 世纪时，就已发展成为欧洲的金融中心。14 世纪到 16 世纪，则是佛罗伦萨文化艺术发展的辉煌期，并在文艺复兴时达到顶峰。以佛罗伦萨为中心的“繁荣昌盛”被西方认为是现代西方文明——欧洲文艺复兴的起点。

登峰造极的建筑瑰宝“圣母百花大教堂”（Santo Maria del Fiore），“比过去的艺术更完美”的乔托钟楼（Campanile di Giotto），阿诺（Arno）河上方举世闻名的“洗衣船”古桥（Ponte Vecchio），米开朗基罗广场（Piazza Michelangelo）杰出的雕塑作品……整个佛罗伦萨犹如一个偌大的文化艺术博物馆。历代

艺术巨匠、设计名家铸就的名胜古迹，奠定了佛罗伦萨的城市风格，而其中的人文风景，则有着更深远的意味。

举世闻名的美第奇家族（Medici），谱写《神曲》的但丁（Dante），欧洲人文主义运动的主要代表皮特拉克（Petrarca），撰写《十日谈》的卜伽丘（Boccaccio Giovanni），以《君主论》闻名的马基亚维利（Machiavelli），被誉为“欧洲绘画之父”的乔托·迪·邦多纳（Giotto di Bondone）和他的导师契马布耶（Cimabue），文艺复兴时期第一位伟大的画家马萨乔（Masaccio），写实主义与复兴雕刻的奠基者多那太罗（Donatello）等诸位名家都与佛罗伦萨有着很深的“情缘”，当然，更不必提耳熟能详的列奥纳多·达·芬奇（Leonardo da Vinci）、米开朗基罗（Michelangelo）、拉斐尔（Raffaello Sanzio）。

许多名家真迹如今珍藏在西纳里亚宫殿（Palazzo della Signoria），又称旧宫（Palazzo Vecchio）的艺术博物馆中。这座宫殿是由阿诺弗·迪·卡比奥（Arnolfo di Cambio）于 1298—1299 年设计建成。宫殿入口处陈列着狮子像 Marzocco 徽章，这座有着 94 米高塔的哥特式建筑原为佛罗伦萨共和国政厅，一度成为美第奇家族的私宅。1565



年，当美第奇家族的宅邸皮蒂宫 (Palazzo Pitti) 建成后，它自然就被称为旧宫了。

毗邻旧宫的西纳里亚广场 (Piazza della Signoria) 是佛罗伦萨城中最古老的一部分，这一地区被证实曾是新石器时代文化的发祥地，在此发掘出了浴场和染坊遗址。如今这座广场就如同一座露天“民间乐园”。

在佛罗伦萨，我们常常有一个习惯，就是扬起头，看看那个橙色的圆顶在哪儿，并以此来辨别方位。有着橙色穹顶的“圣母百花大教堂”堪称文艺复兴时期的第一座不朽建筑。这座颇为宏伟壮丽，由黑、浅绿和粉红色条纹大理石砌成的大教堂，始建于13世纪。教堂最突出之处是由菲利浦·伯鲁乃列斯基 (Filippo Brunelleschi) 设计建造的杰作——高达144米，直径44米的橙色圆顶。建筑巨匠在完成这一空中巨构的过程中竟然没有借助于拱架，而是巧妙采用一种创新鱼骨结构，以椽固瓦的方法从下往上逐次砌成。顺着圆顶内螺旋阶梯上攀可以抵达教堂穹顶，鸟瞰无限风光。穹顶内陈列着米开朗基罗雕刻的圣彼德像和约200平方米的巨幅壁画《末日的审判》。从某种意义上来说，这座高昂的教堂不仅仅是精神居所，也是故乡的地标。当远行归来的游子望见霞光中的橙色弧线时，就意味着已经到家了。

被米开朗基罗赞誉的“天堂之门”，位于建于5世纪大教堂 (Duomo) 的对面。是外观呈八角形的洗礼堂 (佛罗伦萨宏伟建筑物当中最古老的一座) 所拥有的三扇门中最为著名的。这个洗礼堂亦被称之为“美丽的圣约翰堂”，大诗人但丁曾在此处受洗。《旧约全书》的故事被按情节划分成十个画面格局。有的方格内，人物多达上百个。生动自如的小雕像，不仅造型精确，塑痕细腻，而且之间的穿插也极为完美。浮雕四周，还点缀着一些精致的小雕像和头像。门扉的长方形外框，饰以各种富有文艺复兴装饰特征的花叶瓜果之类的立体图案。整座宏伟的建筑花费了洛伦佐·吉贝尔蒂 (Lorenzo Ghiberti) 20多年时间，这位善于把宗教题材“世俗化”的15世纪最具影响力的雕塑大师，以其独特的透视角度，在有限的空间中构筑了超越局限的纵深感。

“天堂之门”通常是紧闭的，据说，每年复活节才会敞开。来佛罗伦萨很多次，却无缘步入。不过，在“人间天堂”过节亦是很特别的一种体验。每逢盛大节日，诸如城市守护神节、圣诞节，整座城沸腾一般，大街小巷突然冒出很多人，翘首以待身着中世纪服饰的“古人”大巡游，以满足复古情怀。不仅可以大开眼界还可以彻夜和“古人”一起狂欢，颇有穿越时空的快感。





翻阅厚厚的典籍,总会看到一些类似的说法:“佛罗伦萨的兴盛,不是通过强有力的军队或是强大的海军征服,而是通过其手工艺人的辛勤劳动、商人的机敏和艺术价值的发挥。”佛罗伦萨人一向不掩饰他们对金、银、宝石等名贵珍稀之物的热爱,且拥有十分优雅的品位、造型天赋和精湛技艺,可以使没有生命的石头、金属,变成价值连城的艺术品。1252年,佛罗伦萨铸印的金币“Fiorino”已是当时整个欧陆和地中海交易流通的“国际”货币。佛罗伦萨中世纪崛起的几大家族无一不仰仗丝绸、纺织品生意和皮革发的财。更为重要的是,这里的富贾极其精通“财运”之道,为铸就佛罗伦萨的艺术辉煌不惜重金的梅迪奇家族便是最好印证。而艺术文化带来的传世价值早已超越金银计量。

可以说,当今享誉全球的意大利原创设计魅力正得益于“文艺复兴”的传承,以及中世纪手工业的历练。而悠久的经商传统,则为其设计行业的发展积蓄了充足的市场敏感度。鲜为人知的是,在早期,佛罗伦萨乃至意大利只是法国的手工大作坊,尤其是服饰行业。而家庭作坊式“手工业”却恰恰成就了佛罗伦萨成为世界上最初兴起的“工业设计城市”的传奇。

谈及意大利设计产业的发展,民族制造业对其起到的推动作用举足轻重。在二次世界大战后,意大利发展了新型的工业化工厂,但也保留了一些小型的尤为重视家族世代传承观念的家庭作坊。它们既是大工厂任务的承包者,也是设

计师新观念产品的制造者,这有利于意大利厂家和设计师在不投入大量资金的情况下,迅速地介绍、引进新的产品。“恰恰也是这种体现多元化和艺术性的小型化,为其在信息越来越发达的现代经济运转中呈现出令人羡慕的灵活性。”

意大利在二战后短短15年从战争的废墟中重获新生,并占据西方设计界的领导地位,甚至几乎是完全独立地培养出一些重要的设计大师,制造商和零售系统,不少人将这一现象称作意大利设计产业的“文艺复兴”。这的确不可思议,因为在之前的两个世纪,意大利在现代化运动的演进中的作用非常的微弱。

回顾历史,会发现上世纪60年代意大利非凡的成就是建设在“意大利独特品质”特征之上的。无论政府、工业界、大学、媒体或普通民众,都把设计作为最有生命力和国际影响的意大利艺术来看待,来尊重。从服装到汽车,在有着悠久设计传统的设计师们的推动下,“意大利风格”成为他们的产品中最独特的内涵。这被英国著名设计史学家帕尼·斯派克(Panny Sparke)形容为:朴素的外表、绚丽多彩的材料、高超的技能、富有表现力的形式和高科技手段的运用(高科技的间接引进)。

从设计原创角度来看,当欧洲各国正在完美地展示严谨与优雅时,意大利人则走得更远。凭着百年精湛技艺和从未停息的创新精神吸引着世人的目光。精深的设计文化背后,是沉淀已久的设计哲学,是意大利社会历来注重个人



© 2009年1月在Pitti Immagine Uomo展会期间举办的Work Wear工装展别具震撼气势

日常生活品质，以人为本思想的体现。人们最初把它称为“实用+美学”。“包含了创造性的潜力，手工基础的美学，费尽心思来解决难题的技巧，解译大众文化的天赋”等等。

“小到汤勺，大到城市”，1946年意大利建筑师埃尔内斯托·罗格斯(Ernesto N. Rogers)宣称设计应包含一切。埃托·索特萨斯(Ettore Sottsass)，这位80年代反现代主义运动不可替代的领袖，在设计界颇有影响力的设计师曾说：“设计应是生活、社会、政治、食品和设计本身共同创造出来的。”

“德国太沉重刻板，西班牙太狂放不羁，英国太规整保守，法国太随意轻佻，而意大利则正好回避了这些缺点，集许多优点于一身：多元化，创造力强，富于想象力，永远立于时尚的前沿。”如果没有记错这应是“文化行者”余秋雨所言，或许不无道理。

意大利的设计师则把其盛名归功于自己的细腻，对色彩和线条的鉴赏力和观察力。“直接了当地说，我们是最出色的。我们有天才般的想象力，更丰富的文化土壤，是过去和未来的出色调和者。这就是为什么我们的设计比其他国家的更吸引人、更符合时代潮流的原因。”(出自建筑文化评论家卡西亚的观点)

从另一角度来说，如果没有广泛性，意大利的设计也就微不足道了。建筑和工业设计师之间的传统差别并不是很清晰，而设计师在不同领域里的作品风格各异。



○ 虽然以“国际男装展会”为主旨，但每届Pitti Immagine Uomo都营造出悠闲氛围



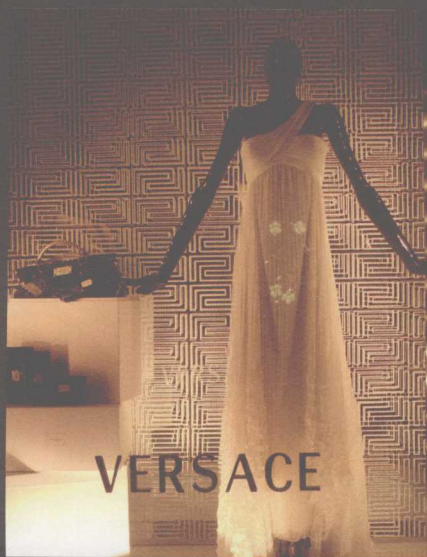
○ 以“自行车”为主题的Pitti Immagine Uomo展会外景构成



○ 每届Pitti Immagine Uomo展会的场景都充满原创设计感



○ Salvatore Ferragamo品牌位于佛罗伦萨城中心旗舰店的橱窗



○ VERSACE品牌橱窗



○ Roberto Cavalli品牌橱窗

谈及意大利的设计产业，其中时尚产业尤为值得探讨。鲜为人知的是现代版本意大利时尚产业是从佛罗伦萨衍生开来的，直到上世纪80年代，米兰才真正得以与巴黎并驾，掌握时尚话语权。佛罗伦萨在世界时尚界有着无法取代的地位，意大利时尚文化产业当之无愧始于佛罗伦萨。除了传承的优势，这也得益于佛罗伦萨为鼓励工业企业在服装领域获得最大程度的发展提供了良好的环境。

意大利尤以男装时尚闻名，是世界著名男装品牌的摇篮，其盛名也带动了女装和配饰的发展。作为吸引世界目光的时尚源头，意大利佛罗伦萨国际男装展（Pitti Immagine Uomo）已经成为佛罗伦萨，乃至整个意大利提高形象、发展地方经济的重要推动力量。更为重要的是它成为了国际男装贸易的真正平台。“要想进入世界一线男装行业，就必须参加意大利佛罗伦萨国际男装展，否则，这个行业的大门会永远对你关闭。”这句流传甚久的“名言”是全球男装行业公开的秘密和默认的准则。

位于佛罗伦萨中央车站旁的著名展览中心巴索古堡（Fortezza da Basso），风格古朴凝重，曾是豪门巨富、地位显赫的梅迪奇家族为了保卫城邦所建的防御工事。现如今，每到展览季，都会在设计师、建筑师、艺术家和各大企业公司联手精心打造下，幻化为极具时尚感的展览胜地。

Pitti Immagine Uomo——从展会的名字就可以窥见端倪：“Uomo”是意大利文“男士”、“男装”的意思，而“Pitti”是佛罗伦萨一个曾经拥有显赫地位的家族，来自文艺复兴

时期大银行家卢卡·皮蒂（Luca Pitti）的姓氏，世界闻名的皮蒂宫记载了这个家族的荣耀。1550年，梅迪奇家族购下皮蒂宫，并且邀请当时著名的设计师特利波罗（Tribolo）着手扩建并开始设计花园——包括320,000平方米的坡地和山陵。Tribolo在他去世前几年（1550—1558年）精心设计并完成了著名的意大利式花园波波利（Boboli），使之成为佛罗伦萨经典的“园林建筑”代表之一。而意大利首届服装发布会择址此处可谓意味悠长。

1953年，Pitti Immagine Uomo正式在佛罗伦萨拉开序幕。该展会分别在每年的1月和6月举办，展示和发布当年秋冬和次年春夏的男装时尚趋势。迄今为止，已经成为世界时装产业日程上一个很重要的年度盛会。

很多著名的意大利设计师都是从佛罗伦萨开始时尚之旅的，诸如乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）、瓦伦蒂诺·加拉瓦尼（Valentino Garavani）、罗伯托·卡普奇（Roberto Capucci），当他们还是默默无名时尚界新人的时候，正是在皮蒂宫发布他们的首场时装秀并大获成功，从而开始在全球时尚圈崭露头角。

佛罗伦萨还是诸多国际服饰品牌的诞生地和大本营，诸如萨尔瓦多·菲拉格慕（Salvatore Ferragamo）、罗伯特·卡沃利（Roberto Cavalli）、埃米利奥·璞琪（Emilio Pucci）、古奇欧·古奇（Guccio Gucci）、斯特凡诺·瑞奇（Stefano Ricci），而更多隐身其中的设计师、艺术家构成了佛罗伦萨时尚文化胜地的私密地图。



○ Loretta Caponi具有传承之美的商店



○ Pitti Immagine Uomo展馆外景之一

