

31°14'0"N, 121°29'0"E



Tokyo
东京

Kyoto
京都

Japan

林桂岚 著

散步中的设计

『设计，不安于室』、『挑食的设计』作者 林桂岚 又一力作！
带您在漫步中发现设计之美！



Hong Kong
香港

China



Paris
巴黎

France



Shanghai
上海

22°17'0"N, 114°8'0"E



本书由台湾天下远见出版股份有限公司授权出版，限在中国大陆地区发行。

原书版型设计：洋葱设计

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：本书由台湾天下远见出版股份有限公司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。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。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-59521012

E-mail: cyplaw@cypmedia.com

MSN: cyp_law@hotmail.com

版权登记号：01-2011-4604

图书在版编目(CIP)数据

散步中的设计 / 林桂岚著. — 2版. — 北京：中国青年出版社，2013.10

ISBN 978-7-5153-1821-9

I. ①散… II. ①林… III. ①设计—研究 IV. ①TB21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 175128 号

散步中的设计

林桂岚 著

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) 59521188 / 59521189

传真：(010) 59521111

企划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

策划编辑：赵 静

责任编辑：郭 光 赵 静

书籍设计：唐 棣

印刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开本：787×1092 1/16

印张：11

版次：2013 年 9 月北京第 2 版

印次：2013 年 9 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-5153-1821-9

定价：52.00 元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.cypmedia.com

“北大方正公司电子有限公司”授权本书使用如下方正字体。

封面用字包括：方正兰亭黑系列

122

京都 大阪

大坂和京都，一向被归类为海派和老派的城市，但是海派和老派，也是一种设计风格。大坂的海派风格，可以从南船场的 Organic Building 中看出，它的外墙种满了植被。堀江的商店，每家都个性强烈，让人很难不注意到。而京都的老派，则是有传承的责任，建筑、商店、商品，都在推陈出新中不忘过去的传统。

Sfera Building / 古今乌丸 / 设计品牌 AURA / 京都设计馆 (Kyoto Design House) / 吸油面纸 yojiya / R by 45 rpm / 京都车站 / 铁臂阿童木 / Evisu 牛仔裤 / 潮流品牌 Hysterie Glamour / 潮流品牌 A Bathing Ape / 潮流店 And A / 长屋再生计划

152

香港 上海 北京

这三个城市的设计文化还在慢慢成型中，这就是有趣的观察点。在还没有定型时，其实可以看到更多不按常理出牌的设计，也可以看到这些城市如何实验属于自己的设计文化类型。香港的 G.O.D. 玩了很多中国元素，北京和上海也不甘示弱，想找出属于中国的设计因子。在现在进行时中，可看到设计的许多可能性。

香港 IFC (国际金融中心) 的椅子 / 香港地铁公司的营销 / 生活概念店 G.O.D. (住好哟) / 潮流店 BBC Ice Cream / 设计商店 Homeless / 上海雍福会 / 北京书虫咖啡厅 / 邹蕴盈 (Carrie Chau)

48°52'0"N, 2°19'59"E



巴黎

水池边的悠闲假日
从摄影角度玩建筑
Hugo Boss 的乌鸦一般黑
25 欧元画廊
金色的香水实验室
标致汽车驶进香榭大道
哲学味稀薄的西蒙波娃桥
丁丁在蓬皮杜中心升空
Toyota 以设计打动欧洲人
器皿和美食擦出的火花
在塞纳河游泳
“阅读”建筑
巴黎的简单垃圾桶
色彩也能给桌子多一点胆量
让人玩心大发的商品
.....
专栏：逛巴黎的店

东京

上班族的绿色天堂
中城想说的话都在 Logo 里
用钢板剪出来的 21 世纪美术馆
去森美术馆 shopping
设计东京的时间
成人的幼稚梦
买个 kuso 小物，幽自己一默
深泽直人的简单就很美
半空中的展览
在新宿街头开展
去东京设计周看创意
中城外的创意市集
日本年轻人想要的伴手礼
.....
专栏：逛东京的展览

Osaka
大阪

京都/大阪

京都祇园的新设计味
京都老袜新卖
京都现代设计品都在这里！
最吸金的吸油面纸
寺院也需要做营销
让京友禅平民化
铁臂阿童木的营销力量
大楼上的绿色奇想
北村信彦的摇滚裸女
不走古色古香路线的新派香店
拥有不同表情的关西代官山
用流动线条画出大阪新潮流
甜美童话般的津森千里
安藤忠雄的空间为作品锦上添花
.....
专栏：逛街的趣味

香港/上海/北京

墙上的中秋月饼
很跳的中国味
惊喜不断的 fun 空间
属于潮流男孩的冰淇淋屋
港铁车票的漫画营销
小物趣味多
以筋斗云为主题的店
以书为主题的咖啡厅
背包客请进来歇歇
上床喝酒吧
讲述中国故事的客栈
.....
专栏：逛展览



35°0'36"N, 135°44'59"E

China

Beijing
北京



ISBN 978-7-5153-1821-9



策划编辑 / 赵 静
责任编辑 / 郭 光 赵 静
书籍设计 / 唐 棣

定价：52.00元

林桂岚
著

散步中的 设计:)



中青雄狮

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

中国
青年
出版
社

Contents 目 录

008

巴黎

006

推荐序

生活美学需要我们投注心力

007

作者序

设计的细节都在散步中

巴黎浪漫吗？我觉得这个城市除了浪漫，还有它现实的一面。我指的“现实”，是指它在浪漫感性的外表下，还有精打细算的一面。浪漫感性是它的打扮，精打细算则是它理性的内在。因此，在巴黎的街道上，可看到省麻烦的垃圾桶、故意恶搞的房子；塞纳河畔会出现一座游泳池。巴黎人甚至自找麻烦，把一座桥搞得很复杂，舍直取弯。你必须了解巴黎的理性与感性，才能了解巴黎设计中讲道理和不讲道理的双面。

阿拉伯文化中心 (L'institut du Monde Arabe) / Nespresso / 娇兰之家 (L'institut de Guerlain) / 标致汽车旗舰店 / 西蒙娜·德·波娃桥 (La Passerelle Simone de Beauvoir) / Plyones / Domestic 壁贴 / 约瑟芬贝克福浮动游泳池 (La Piscine Flottante Joséphine Baker) / 法国国家图书馆 (Bibliothèque nationale de France) / 好市集百货 (Le Bon Marche) / 凯布朗利博物馆 (Musée du quai Branly) / habitat 家居连锁店 / 兰姿包 / 巴黎家饰展 / Rolitoland / 设计商店 Colette / 装饰艺术博物馆 (Musée des Arts Décoratifs)

064

东京

东京是一个患了设计焦虑症的城市，无所不在的设计符号、当代日本重要设计师的视觉作品，如无印良品、可尔必思、UNIQLO……，都能在东京街头看见。六本木之丘和中城，根本就是设计之城。而在东京设计周中，日本设计师尽情释放他们的设计因子，同时也添补了欧美最新的设计潮流。漫步东京，可以补充你的设计资讯。

东京中城 (Tokyo Midtown) / Pantone 商品 / 21 世纪美术馆 (21_21 Design Sight) / 国立新美术馆 / 佐藤可士和 / 森美术馆的血拼小物 / 六本木之丘的视觉系统 / SEIKO 表 / Fewmany 的公仔 / 汐留 Caretta 的乌龟 / 汐留圆点人 / 家居品牌 Time & Style / ±0 / 青山的艺术旗帜 / 东京设计周 / Good Design / 60vision / 荷兰食物设计师弗洁伦 (Marije Vogelzang) / 西班牙设计师海恩 (Jamie Hayon)

122

京都 大阪

大坂和京都，一向被归类为海派和老派的城市，但是海派和老派，也是一种设计风格。大坂的海派风格，可以从南船场的 Organic Building 中看出，它的外墙种满了植被。堀江的商店，每家都个性强烈，让人很难不注意到。而京都的老派，则是有传承的责任，建筑、商店、商品，都在推陈出新中不忘过去的传统。

Sfera Building / 古今乌丸 / 设计品牌 AURA / 京都设计馆 (Kyoto Design House) / 吸油面纸 yojiya / R by 45 rpm / 京都车站 / 铁臂阿童木 / Evisu 牛仔裤 / 潮流品牌 Hysteric Glamour / 潮流品牌 A Bathing Ape / 潮流店 And A / 长屋再生计划

152

香港 上海 北京

这三个城市的设计文化还在慢慢成型中，这就是有趣的观察点。在还没有定型时，其实可以看到更多不按常理出牌的设计，也可以看到这些城市如何实验属于自己的设计文化类型。香港的 G.O.D. 玩了很多中国元素，北京和上海也不甘示弱，想找出属于中国的设计因子。在现在进行时中，可看到设计的许多可能性。

香港 IFC (国际金融中心) 的椅子 / 香港地铁公司的营销 / 生活概念店 G.O.D. (住好哟) / 潮流店 BBC Ice Cream / 设计商店 Homeless / 上海雍福会 / 北京书虫咖啡厅 / 邹蕴盈 (Carrie Chau)

推荐序

生活美学需要我们投注心力

林安鸿

与桂岚相识，起因于设计，也起因于她的书。

在香港 2006 年底的设计周会场上，主办单位推荐的台湾出版的《挑食的设计》一书吸引了我。好玩的是，书中有近二十款设计产品是由我们团队代工的。多年来，我们实现着世界著名设计师的设计构想并将他们商品化，却不知背后的故事。通过桂岚的书中，我才发现原来我们代工制造的商品，其设计背景、品牌故事和价值，竟是如此精彩！这也让我开始重新思考品牌的价值及营销的力量。

于是我冒昧邀约桂岚，甚至请她和我们团队一起远赴法国及德国考察。经过两年多的合作，桂岚出版了新作《散步中的设计》，而我们团队也于 2007 年底踏出自创品牌 JIA 的第一步，朝建立拥有华人文化内涵的现代家居生活品牌迈进。我们这一步跨越了东西文化、生活空间和新旧技术的界线。这一条线的跨越，有些迟疑，但我们有一种义无反顾的勇气。

JIA 品牌在推出一年后，它的新东方食器概念就打动了欧洲人的心，荣获米其林餐厅，巴黎的 EMPORIO ARMANI Café，香港东方文华、四季饭店选用，并一举拿下了几个世界重要设计奖项。其中，蒸锅蒸笼组拿下了 iF 设计金奖及优良设计奖、铁锅获得了红点设计奖。JIA 品牌如今遍及世界各大城市，回顾品牌的经营过程，我们深知必须慎地走这条很长、很远、很辛苦，但又很有意义的旅程。我们更知，品牌需与工业、空间、视觉、艺术、营销等进行跨领域合作。我们合作的设计师，来自瑞典、苏格兰、德国、台湾、香港、北京，这些来自不同城市、文化的设计师，激荡出了 JIA 具有独特东方味的家。

书里提到了许多国际都市的城市美学，反观台湾，我们相信台湾在人文素养、文化保存演绎、人性关怀和宗教熏陶上，也有着优良传承与累积，这也是它产业发展的竞争优势。

如果我们站在文化自觉（自信）的基础上，吸取其他国家的品牌、设计、营销等技术，未来，来自不同国家的旅者，在不同的城市，购买的将不只是“Made in Taiwan”的笔记本电脑，还能与台湾的生活设计品相遇，在散步中，把台湾设计品带回家。只要我们好好珍惜、保护和有序地发展，台湾应可扮演华人文化、人文、品味生活的领航者角色。如同与桂岚结如此善缘，也期待与更多有相似志向和文化创意的朋友互勉、互助、互励，让我们一起为斯土、斯民、斯文化，尽一己心力、发一隅之光吧！

品家家居有限公司 董事长 林安鸿

2011 仲夏夜于香港

作者序

设计的细节都在散步中

我喜欢散步，不管是有着怎样的情绪——生气的时候散步能让我变得冷静，心情愉悦时更喜欢随意乱逛，在城市漫无目的地散步。我的旅行都是走出来的。

我觉得逛街、散步有一个好处，那就是你随时可把眼光调远、拉近。当我开始对焦一些吸引我的有趣事物时，不禁恍然大悟，原来设计如此触目可及。走在路上，平面设计、产品设计、商店设计、橱窗设计、室内设计、建筑设计、展场设计，原来设计无所不在。而我也突然觉得，音乐、空间设计、艺术也不是那么壁垒分明，总是有相通之处。所以我在写了多年设计后，突然不想再受限于某种领域划分，觉得不如好好玩一下混搭。我用相机记录下了自己看到的一切，一张相片，诉说了一个小故事，或一个想法，但我不是专业摄影师，所以非常感谢此书的平面设计师从视觉设计的角度修饰了我的相片，帮助我传达了信息。

这本小书的心愿也不小。我觉得，美学也是“团结力量大”，所以一直有个想法：一个成功的品牌，必须要考虑视觉设计、空间、商品等所有的范畴，只是我用了自己擅长的方式——散步来说这件事。散步是每个人都可以做的事，只要选择一个城市，放慢脚步即可。我觉得在台北散步，也可以看到一些令人惊奇和惊喜的设计。

此书要感谢 Chris 和 Kay 对我“放牛吃草”般的态度，多亏这些自由时间，我才能在国外城市的街头巷尾逛来逛去，东想西想。同时也要感谢 Jennifer、Billy、发哥、Lucy、Antina、秀秀、Eva、Flora、小隼、大萱、Claire 和 Kate 这些伙伴，还要感谢天下文化和 Nick 提供给我一个写作的空间。

而常拖着我快步做市场调查的谈心王，谢谢他不按常理出牌的想法和玩笑式的支持。在城市散步，需要一位谈心的朋友，在街头胡言乱语也算是一种脑力激荡。也多亏他的长桌，我才不须四处漂泊在咖啡馆中，才有一个安定的环境完成此书。

感谢桂芬一如既往的支持，感谢静宜在众多烦琐的编务中，一直保持着和善和专业的态度。也非常感谢洋葱的精彩版面。

这本书的思维很跳跃，内容也很细，不求太缜密的结构，也希望看的人读得很松！

París

48°52'0"N, 2°19'59"E

巴黎

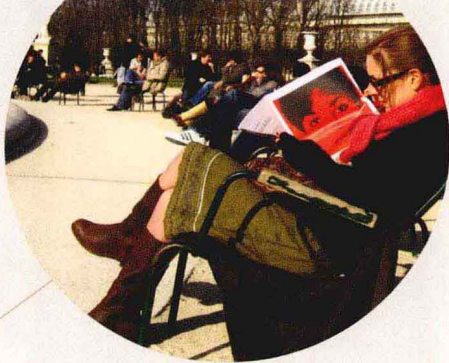
France

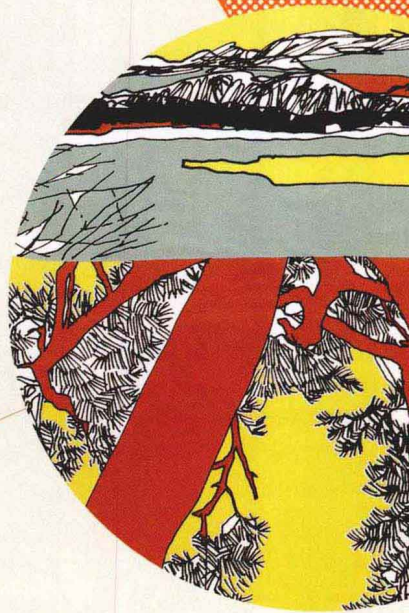
公共空间

水池边的悠闲假日

巴黎人的休闲活动像一部节奏缓慢的电影，对于生活中充满感官刺激的台湾人来说，可能太无聊。随便一个水池，都会看到很多巴黎人在旁边散步、读书、晒太阳、发呆，度过整个星期日的下午。那里惟一的消费活动，就是租船，所以水池里除了水鸭，还漂着小朋友向小贩租来的五颜六色的小帆船。

我坐在水池旁，心想，这个水池如果交给台湾人来做生意，里面一定跑着遥控船，上面一定轰隆隆地飞着遥控飞机。可是，像巴黎人这样，一个水池、几张座椅、几只水鸭、几艘小帆船，并非刻意设计的设计，却营造出了一种安静悠闲的生活、一种度假漫游的心情。每个城市都有属于城市人自己闲散度日的小空间，那个空间就像是流传在城市人之间的小秘密，其中滋味只有城市人自己才能体会。





产品设计

Marimekko

MaijaLouekari

majjalouekari.com

用窗帘创造风景

我对布料有莫名的喜爱，所以在巴黎散步时，一看到 Marimekko 的店铺，我就会马上冲进去。Marimekko 是一家芬兰织品公司，虽然它以织品闻名，但在台湾能买到的多是它的生活用品或其他配件，若想剪一块 Marimekko 的布料当桌布或窗帘，就得到国外找。在 Marimekko，布料图案设计师的地位很重要，他们都是世界知名的设计师，能将每块布设计得像画一样美丽。

我在这家小店看到的绘着河边风景的布帘，是芬兰的年轻设计师迈亚·洛埃卡里（Maija Louekari）2004 年 Ho-hoi 系列中的作品。她的用色鲜艳、大胆，虽然插画设计很有日本浮士绘的味道，但用色很年轻。设计师的构想是窗中景，当把窗帘拉上，窗外景色不在时，窗帘却可以创造另一片景色。



建筑设计

L'institut du Monde Arabe

从摄影角度玩建筑

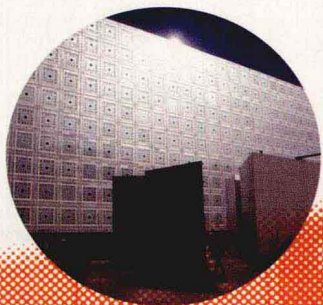
法国建筑师让·努维尔（Jean Nouvel）设计阿拉伯文化中心（L'institut du Monde Arabe, IMA）时，除了让光线表演，还有更大的雄心——他想通过建筑，连结西方文化和阿拉伯文化。但有趣的是，努维尔是在从摄影的角度玩这个建筑。

中心两侧的斜切面入口，犹如照相机的观景窗，让你只能看见里面某一个部分，但也增添了让人想一探究竟的神秘感。人们也许会觉得中心的外观过于平淡，但走进里面，才知道故事的高潮都在那里。一块块如伊斯兰多格窗的图腾铁片拼满整个墙面，一共 240 块，所形成的光圈可以随着室外光线的变化自动调整大小。光圈开得大，透光量就大；开得小，透光量就小。阳光普照时，通过光圈，会在地板上投射出一个个图腾光影。

从中心上方俯视一楼的图书馆，可以看见光影在整个空间内不停地跳动，但我最喜爱的还是图书馆的桌子。为了让书虫用功，我看过的图书馆书桌造型、颜色都很平淡，不值得让人分心看一眼，但这些书桌上却贴了红色标签，让铁灰色的桌椅多了些律动。这些家具也出自努维尔之手，设计过不少家具的努维尔，一手包办了中心内的所有家具。

离开中心，走到户外，可以看到另一片美丽的景致：面对塞纳河的建筑的玻璃窗，有着底片般的显影效果，映照着重纳河畔的风景。礼品店也值得一看。它是很传统的阿拉伯建筑，也贩卖阿拉伯的工艺品。纪念品的摆法仿照集市，将陶瓷盘放在地面上，让人有逛集市的感觉。其中还有摩洛哥风味的茶馆，让人逛累时可歇歇腿。

逛完阿拉伯文化中心，我不免心想，欧洲就是喜欢和美国不一样。美国人将阿拉伯文化视为敌人，但法国以及其他同样有着悠久历史文化的国家，却懂得去了解另一个文化的思考方式。它用一种新颖的方式，诠释了阿拉伯文化。



auditorium
expositions
salles de lecture
bibliothèque



IMA

1, Rue des Fosses Saint-Bernard
www.imarabe.org

Jean Nouvel

www.jeannouvel.com

搞怪的房子

艺术并不是都那么难懂、那么讥讽、那么愤怒、那么令人肃然起敬，像这栋扭曲变形的房子，就是一个有趣，能让人会心一笑的艺术品。这个怪房子或许只是屋主调皮的恶作剧，但却为街头增添了许多趣味，看到它，我就忍不住想笑。我当然知道自己不是在卡通世界，这个活像是变了形的房子，只是巧妙运用摄影输出，制造的视觉效果。巴黎人真无聊，不过，这种无聊还真好玩！





商店&
陈列空间

Hugo Boss

Hugo Boss 的乌鸦一般黑

德国品牌 Hugo Boss 以男装、军装起家，线条低调、利落，较偏中性。我在巴黎街头闲逛时，看到了 Hugo Boss 的橱窗，马上就被吸引了。那是个我说不上喜欢，但绝对会想看第二眼的橱窗——两个人体模特儿单手阻止一只大乌鸦的靠近，而背景的图案则是一大群乌鸦停在电线杆上。这个小橱窗运用平面、立体、颜色的搭配，创造出了丰富的戏剧感。虽然我不知道乌鸦和 Hugo Boss 的当季主题有何关联，我所能想到的就是“黑”，但可以确定的是，这个富有戏剧性的橱窗设计，绝对会吸引路过行人的目光。