

# IDEAT 理想家

CONTEMPORARY LIFE

## Design

Matteo Thun 从孟菲斯到工业 4.0

无所畏惧的 Inga Sempé

## Lifestyle

布鲁塞尔：风格的融合

米兰：时代间奏曲

班加罗尔：图书馆之家

## Trips

丹萨特：布鲁塞尔创意发烧地

极简秘境

# SPÉCIAL BETTINA RHEIMS

写真特辑

全国邮发代号：46-379

ISSN 2096-0093



66

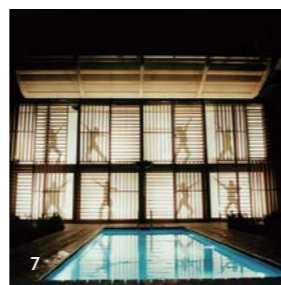
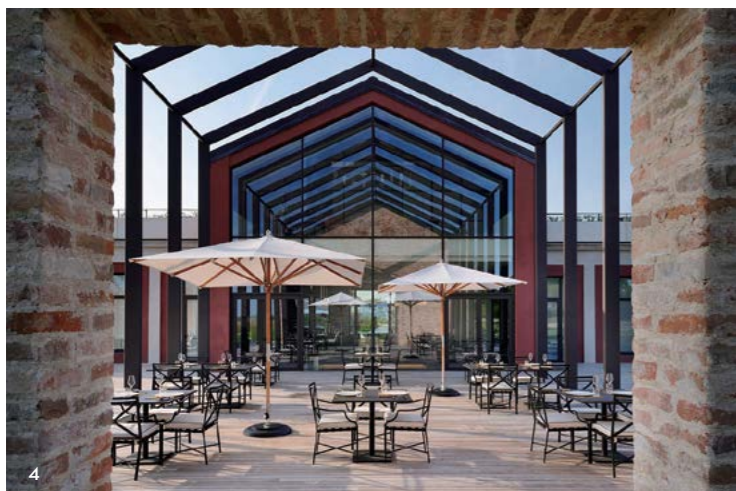
通常情况下, 我会去创造一件新产品,  
是因为我知道它会填补市场的某个空白。我会为了满足这个需求而去做  
设计——仅仅是在缺失的前提下, 否则我不会贸然地进行设计。

99

Matteo Thun

Matteo Thun 的爱好之广, 让人惊讶, 从宝格丽的珠宝到皇家大酒店, 再到瓷器锅子, 全都成了他玩味的佳作。这位曾经的“孟菲斯集团”成员, 在运营自己的建筑事务所与设计工作室之外, 还担任德国双立人首席设计师。在他眼中, “设计的初衷是为了让生活更美好”。





1/ 休闲扶手椅Lola (by MATTEO THUN ATELIER)除了基本款型之外, 用户还可以选用符合自己需求的图案面料。 2/ Totem AC (by MATTEO THUN ATELIER)由一系列色彩缤纷的手工陶瓷雕塑构成, 每一件都独一无二。 3/ 手工制作的椅子Chiavarina系列, 从经典造型中受到启发, MATTEO THUN ATELIER却将它们做得更轻、更坚韧。 4/ JW Marriott Venice Resort & Spa中的餐厅Dopolavoro (by MATTEO THUN+PARTNERS)。 5/ 2015年在罗马刚刚完成的Ludus Magnus奢华公寓 (by MATTEO THUN+PARTNERS)。 6/ Matteo Thun于1999年完成的预制房项目Heidis House。 7/ Matteo早在1980年代便对预制房高度关注, O Sole Mio代表了他早期建筑探索的方向。 8/ Vigilius Mountain Resort (by MATTEO THUN+PARTNERS) 的建筑外观。 9/ 最新落成的“双立人之家中国总部店”(Zwilling Since 1731 Company Shop)。

暖调的灰色系、上过油的烟熏木料、斑驳的砖砌墙体、质感如玉的红色大理石, 还有从混凝土天花板上投射下来的幽幽聚光……走进新落成的上海“双立人之家”(Zwilling since 1731), 这一切的装饰元素融合构建了一个风雅、含蓄、内敛, 并在所有细节中渗入质感的空间。在即将成为美食学院的2楼, 《IDEAT理想家》遇见了这个空间的缔造者——看似同样风雅、含蓄、内敛的意大利建筑师、设计师 Matteo Thun, 与其设计事务所 MTD-R 的另一位合伙人 Antonio Rodriguez。出人意料的是, 对话过程中, 面上显得温文尔雅的 Matteo 谈起设计现状时, 却是犀利、尖锐, 直击重点, 毫不含糊。

采访撰文 Simone / 采访整理 魏艺  
摄影 Nacho Alegre、Marco Bertolini

**我们发现, 近年来的米兰设计周变得越来越像一个传媒设计的舞台, 而早已不再只是展示家具新品的场合。作为一个将米兰当作工作据点的建筑师、设计师, 在你的观察中, 你所得到的发现是什么?**

米兰设计周的确是一个适合传播的好时机, 也许称得上是最好的“窗口”。可是, 问题在于, 在 Salone 上, 还有什么新鲜的? 事实上, 最新鲜的是, 你在那里已经看不到什么新鲜的了, 因为整个家具行业, 包括部分厨房和照明行业都不再为创新投入资金。十年前, 我们从创新中获益良多, 而如今一切都烟消云散。这或许可以解释眼下为什么有那么多公司在重新推出历史经典设计的再版。

**在多年前面对中国媒体的一次采访中, 针对米兰设计周与设计业界, 你曾经说过, “主流的时代已经过去”。时至今日, 你在这个观点上的态度有没有变化?**

我可以用我们为双立人设计的产品来回答这个问题。这组被命名为“Select”的刀具套装包含了龙、猴……等不同生肖或是星座的图标符

号, 可供人们自由选择。通过向你展示这组产品, 我想要说明的是, 我们的未来立足于完全个性化的基础之上, 所有的一切都将与如何使我们的生活、我们的衣橱、我们的餐桌……变得更加富于个性相关。然而, 家具行业以及汽车行业当下的所作所为却正好与此相悖。

**在你看来, 造成这种行业现状的原因是什么?**

制造数以百万完全相同的产品很容易, 但这种批量产品的概念已然属于过去。对于我们所处的行业而言, 唯一性应当成为新的目标, 我们将之称为“工业 4.0”(编者按: 所谓的工业四代, 即 Industry 4.0, 是指利用物联网信息系统将生产中的供应、制造以及销售信息数据化、智能化, 最后达到快速、有效、个性化的产品供应)。多亏了数字化生产, 我们如今得以实现 4.0, 而 2.0 也已成历史陈迹。

**你的意思是人们需要更多为他们量身定制的产品? 那么, 这会演变成当下的一种“主流”吗?**

个性化并不意味着人们需要更多的产品, 也许恰恰相反, 他们需要更少的产品——但是最合适的产品。另外, 我相信任何一种地缘文化都有它的“主流”。而眼下中国令我着迷的地方在于, 更年轻的这一代人正朝着与他们父母截然相反的方向行进。他们拒绝来自父母那辈人的约定俗成; 他们明智地选择购买优衣库、无印良品……并排斥奢侈品牌——这些品牌正在面临这样的产品盈利预警。在未来, 通过年轻一代, 我们将会收到更多的预警。

**那么, 设计师们需要在他们日常的设计实践中如何应对家具行业目前的这种现状呢?**

30年前, 我们眼中的大师个个都是英雄, 单打独斗的英雄, 而且他们都是些天赋异禀的人物。可以说, 上个世纪涌现的杰出设计师都是在上演个人秀。而如今, 设计师会成为一个庞大团队中的组成部分, 互动与对话则变得至关重要。半个小时之后, 我们将会在双立人工厂参加一个会议, 与会团队包含的人员约有 30

至 40 人, 而每个人都需要针对同一件产品给出一个特定的回答。其实, 找出产品特殊与改良处的空间很小, 但是我们需要所有人来找出解决之道, 发现空白点。

**你与双立人的合作为例, 产品仍然属于量产的范畴, 那么在其中你如何实现所谓的“个性化”呢?**

你必须为此做额外的考量。我称这个过程为“留骨换衣”(Keep the bones, change the dress)。就像在座的你和我, 我们都拥有两条胳膊、两条腿……我们拥有相同的身体结构, 但却身着不同的服饰, 甚至经历着不一样的生活。而工业 4.0 的意义就在于“留骨换衣”。

**你是什么时候接触到工业 4.0 这个概念的? 它也是你现阶段设计实践的行进方向吗? 在产品的设计过程中, 你是如何应用工业 4.0 的呢?**

在开始着手创立全新的 B2B 电商平台 MATTEO THUN ATELIER 时, 我们的初衷主要是想要提供那些可供定制并由资深工匠打造的手工作品。这是为什么我们会开始讨论到工业 4.0。我们期望能够通过在线上供应个性化的手工产品, 从而将传统工艺与工业 4.0 结合起来。这些产品既体现了传统的专门技艺、优良的品质、特点鲜明的造型, 同时成本又极富竞争优势——这一切都呈现在一个 B2B 的电商平台之上。当然, 我们也会在自己的酒店或私人住宅项目中运用到这些椅子、花瓶、灯具或是装饰物件。

**在今日的社会语境中, “创造”对你而言意味着什么?**

通常情况下, 我会去创造一件新产品, 是因为我知道它会填补市场的某个空白。比如, 我们的事务所承接了很多酒店项目, 有时室内设计师会提出, “我需要在这里放置某个物件, 但我不确定是一把椅子还是一盏灯。”那么, 我就会为了满足这个需求而去做设计——仅仅是在缺失的前提下, 否则我不会贸然地进行设计。

**我注意到了这一点。在这个明星设计师每年为品牌输出大量新品的年代，你对自己设计新品的数量控制得非常严谨。**

这种控制还同时体现在从很多产品上去除设计师的署名，因为，在我看来，仰赖设计师名声所带来的附加值的做法十分老派，早已过时。这股风气是从1990年代开始的，那时正值自我颂扬（self-celebration）的巅峰时期。消费者彼时的心理是，“这东西肯定很好，因为它是 Philippe Starck 设计的。”但那是在20年前。

**刚才你提到只为必要性而做设计，与此同时，你又在今年的米兰设计周上宣布了 MATTEO THUN ATELIER 的启动。这两者之间有矛盾吗？**

考虑到我们工作中专攻的所有领域：建筑、室内设计、产品设计……可持续性是一个关键词。只有当在国际家具市场上找不到所需的匹配元件时，我们才会与行业伙伴展开合作。这是为什么你可以在 MATTEO THUN ATELIER 的系列中找到各种极具代表的造型，比如一把非常有特色的渔夫椅——没有人知道是谁设计了它！这把椅子超级轻盈，而我们仅仅只是出于舒适性的目的修改了它的基本结构。你在市场上找不到比它更好的了。

这也是为什么我们会同致力于厨房用具与餐具的德国知名品牌 Zwilling J.A. Henckel 进行了长达十年之久的合作。能够同他们的工程师与技术人员一起紧密工作，让我的合伙人 Antonio Rodriguez 和我充满了感激之情，因



为这样我们才能发现新创意并创造出同时具有优良性价比、最高技术与审美水准的产品。

**近年来，你推出的新作主要集中在厨卫领域，这背后有什么特殊原因吗？**

那是因为厨房用具与我们生活的世界密切相关。要知道，吃饭在意大利可是一件无比重要的事儿。而卫浴无疑是生活中第二件重要的事儿。有趣的是，在欧洲，我们做出的盥洗室造型美观，但技术含量不足；在亚洲，人们却在科技上投入了大量精力，而这个趋势是相当必要的。所以，我们试着将欧洲的美观造型和优质陶瓷与亚洲的高端科技结合起来。在这个领域，我们做了大量的工作。

今年的上海国际厨卫展上，我们也带来了自己的厨卫设计。其中为 AXENT 设计的 AXENT ONE 可以说为坐便器行业带来了历史性的变革。为了这项技术变革，我们与来自德国的工程师一起埋头苦干了3年。它应该是世界上第一个无水箱坐便器。一般，将水箱装置嵌入墙体，需要花费500至1000欧元的安装费，而这件产品的安装成本为零，与此同时，还能节省30%的用水。

**所以，将创作聚焦在厨卫领域，也是因为这里仍有让你们进行“实验”的空间？**

是的，可以用来进行各种创新的“实验”。说实话，如今要在一把椅子上再挖掘出什么创新似乎是件更困难的事。再者，让我们摒除那些不必要的赘物吧。如果你已经拥有了成千上万把椅子，你为什么还需要再多一把椅子？这是为什么家具行业会在今天深陷困境的症结所在。

**这就是为什么现在你减少了与家具品牌的合作？**

我们不是减少，而是完全不做，除非我们接手的酒店项目需要我们制作特定的家具。

**从1980年代起，通过在产品、手工艺与知识性资源上的特别关注，你其实一直在主张建筑与室内设计的可持续性。我是否可以将“O Sole Mio”（1990年）与“Heidis House”（1999年）看作为代表你早期建筑实践的典型作品？**



**鉴于这两个项目都是活动房屋（prefabricated house），它们是否代表了你那时在建筑上的研究方向？那么你现在的研究方向又是什么呢？**

我是在蒂罗尔（Tirol）的南部出生并长大的，自然对我来说非常重要。以木质组件来完成预制房屋曾经是——并且仍然是——我工作中的一个重要议题。“O Sole Mio”与“Heidis House”是我当时所能触及到的初始项目，可它们却获得了出人意料的成功！为什么？（因为）这两个项目是传统与现代技术的结合体，是兼具环保与经济可持续性的建筑体，同时还带有持久的审美价值。这就是我们奉行的信条，从那时直到现在。

同在意大利共同从事建筑项目的合伙人 Luca Colombo 一起，我们最近完成了 JW Marriott Venice Resort & Spa——这是一个奢华的酒店项目，但是采用的方法如出一辙——我们将一整个位于威尼斯泻湖的受到国家保护的岛屿变成了一个奢华的度假胜地。我们根据一个“盒中盒”的原则来进行工作，以便维护那里的古老建筑：我们在旧墙之内进行建造，遵循最新的历史遗产保护指导方针，这样就能保护建筑的历史特征。

66 个性化并不意味着人们需要更多的产品，也许恰恰相反，他们需要更少的产品——但是最合适的产品。

99

**说起这个刚于去年完成的 JW Marriott Venice Resort & Spa，它在欧洲获得了很多座大奖……对你而言，与产品设计相比，打造空间的设计在工作方法上会有什么不同吗？**

产品设计的规模小，而空间设计的规模大。规模小的设计维度也小。通常，就研发时间而言，从一个想法到一件产品的实现需要一年半左右的时间，而 JW Marriott Venice Resort & Spa 花了五年的时间，在这期间会遭遇各种政治、技术与预算上错综复杂的状态，以及由此引发的折中妥协。

**你提到的政治上的复杂性（political complexity）具体是指？**

在威尼斯实施建造确实相当当地错综复杂。我们清楚地意识到在意大利有两座关键的城市——罗马与威尼斯——境况堪忧，所以对于那里的历史名胜古迹的监控管理势必非常严苛。如果这两座神秘超然的古城允许人们随意建造，这无疑将毁了它们。好在我们与各个职能部门之间合作得非常好。

**那么，做产品设计会 less political 吗？**

当然不！不单是因为令人头疼的公司政治（笑）……不含蓄地说，在设计过程中，我们都具有“政治性”。当一个技术人员告诉我“我测试了这个模型，但是有个问题”，我就会说：“好吧，你有个问题，那我来找解决方案。”然后，我们追溯问题的根源，一个月后我们提出了解决的方法。在整个过程中，我表现得就像是一名从政者、一名技术人员以及一名设计师。

**最近，这个论题在建筑领域引发的争议声也变得越来越大，关于建筑师与设计师的政治意识以及他们是否应该表现得像是一名“从政者”。最近受到热议的 Alejandro Aravena 和 Patrick Schumacher 应该可以说是各自代表了两种典型的态度……**

我刚从威尼斯建筑双年展归来——一个非常具有批判性的“前线”（编者按：2016年威尼斯建筑双年展的策展人 Alejandro Aravena 为双年展所确立的主题即为“Reporting From

The Front”）。为什么我们相信这次的双年展会是一个转折点，一个方向上的彻底改变？事实上，这种改变在上一届由 Rem Koolhaas 策展的建筑双年展上就已初露端倪，但在此前，某些策展人仍然是陈腐的“明星体系”的拥趸者。在 Alejandro 与 Patrick 之间，我不想论断孰是孰非，但谁是最后的赢家？

**那么，你会站在哪一边？**

显而易见，南美洲这方！建筑师需要承担起道德伦理的使命，Zaha Hadid 与 Patrick Schumacher 为东京奥运会设计的建筑方案是否就此提供了正确答案？并没有，这就是为什么日本政府会最终叫停，他们做得太对了。为什么要为这样的无用丰碑白白投入数亿资金？至于 Alejandro Aravena 同他的建筑双年展……“明星体系”显然会讨厌这种态度，他们会告诉你，你已经妥协了，你会丢失自己的可识别度和口碑……

**上世纪80年代，你曾经也是“孟菲斯集团”的一员。那时“孟菲斯”的设计在形式与色彩上寻求突破，提倡装饰，反对单调冷峻的现代主义。但是，那个时期的创作风格似乎并没有延续到你现在的作品上。**

我现在所做的工作看起来似乎与那时南辕北辙，但策略其实完全一样。“孟菲斯”于我而言，从来不是一张摆在脸上的面具。当时的“孟菲



斯”是一场发生在边缘领域的实践，它尝试突破表现风格、材料的界限，并创造了自由的基础，而这种自由使我们如今能够自在运用永恒的简约。在这30年间，过去的界限已经发生了转变。眼下，我们跳转到了新的界限。

**可以将“孟菲斯”理解成是一种美学上的突破吗？**

在1970年代，德国与英国的设计界奉行“功能至上”，而“孟菲斯”则是针对德国与英国功能主义所展开的一场对抗。当时，只要设计师提出一个带有情感色彩的设计方案，这个行业就会开始战栗，然后告诉你，“不好意思，我们不能那么干。”而“孟菲斯”就是为了反对这种现象而做出的一种回应。我们认为，功能来自洞察力，而洞察力来自现实。在1970-1980年代，功能的意义受控于包豪斯学派，而如今它受控于消费者个人的心。在社会语境已然变化的今天，设计的形式更多以人的情感因素和内心精神为基础，而并不是头脑算计出的功能主义。