

设计管理

DESIGN MANAGEMENT

关于设计成功,
设计与商业成功
About Design,
Business, Success

ISBN 978-7-5086-4541-4



9 787508 645414 >

RMB 70

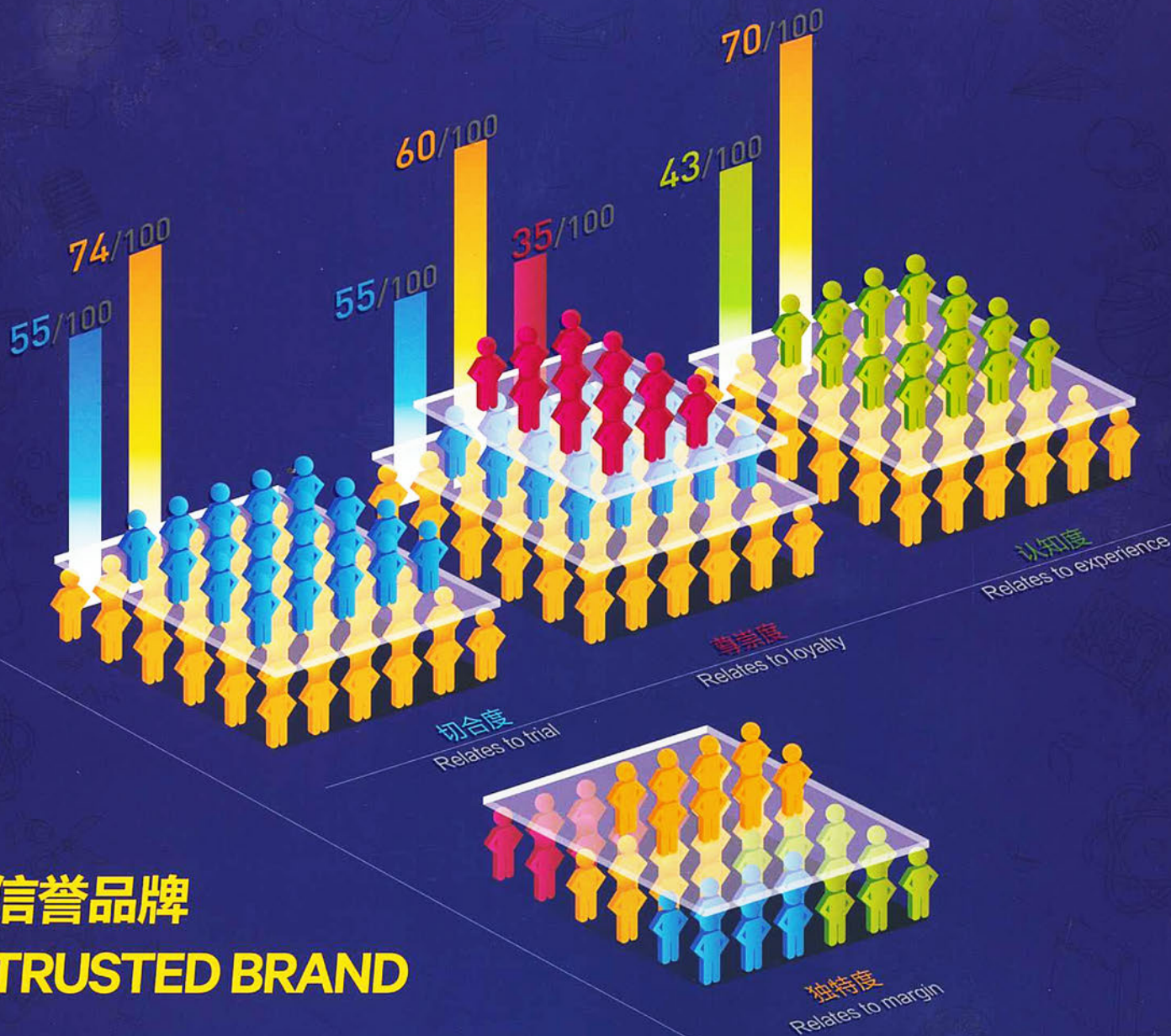
2014.03
海军/主编

创意+品质: 内外兼修
的百货品牌营销_036

信誉: 品牌之本
_084

分享优质内容, 提升品牌
信任度_114

Mini的信誉范儿_183



信誉品牌 TRUSTED BRAND

途径 / 对话 / 工具 / 研究



中信出版社·CHINA CITIC PRESS

Be Simple, Be Imaginable

简约设计, 给购物空间一点儿想象力

本刊记者: 张鑫

这是一个纯色空间。唯有白色, 借助光的层次, 突破时尚界限。这是去年夏天, 时装品牌 Y NOT 在香港设立的首间 Pop-up Store (概念店)。

Y NOT 由“例外”(EXCEPTION de MIXMIND) 创始人毛继鸿先生及

又一山人先生 anothermountainman (Stanley Wong) 共同创立, 由日本国宝级设计师山本耀司 (Yohji Yamamoto) 担任艺术指导。香港室内空间设计师汤兆荣先生受邀 Y NOT, 亲自操刀设计其香港零售店, 店面简约而不空洞, 不规则却不浮

夸, 配合品牌“突破时尚界限”的主题, 注入了东方美学的生活理念及态度, 将三位亚洲设计大师的创意精髓延展到空间。短短半年时间内, Y NOT 的零售货架设计便拿到了 2013 全球先锋设计 (中国) 大奖铜奖、中国最成功设计奖、香港设计师协会环球设计大奖铜奖和 2014 德国 iF 设计奖四个设计奖项。

请简单介绍一下 Y NOT 零售作品的设计。

这个项目做出来其实是很偶然的, 时间非常紧张, 从设计到完工仅有两个半星期。我们第一次花这么短的时间设计, 不单出了设计方案, 每一步都有概念草图, 而且有模型出来, 所以挑战是很大的。我们的两个设计同事一块儿给我帮忙, 组成一个小的设计团队, 经常忙到很晚才收工。我们会看不同的品牌不同的品位, 每一次设计要花很多时间去客户的资料, 做很多 research (调查研究), 所以不单是美感方面, 我们还要花很多时间跟客户沟通, 跟公司员工沟通。看清楚什么定位是可以配合他未来发展的, 这个很

香港建筑空间设计师、Andy Tong 室内设计公司董事总经理汤兆荣 (Andy Tong)。



重要。

Y NOT 设计与您以往的作品最大的不同在哪里?

这次设计风格主要是简单, 不浮夸, 更轻松一点儿, 跟以前的作品比较多色彩、比较夸张的风格不一样。我们用白色跟白色配合, 为了看出不同的层次, 在店铺设计上, 我们在灯光方面做了不小的功夫, 还有店铺的货架, 放了很多小的 details (细节) 在里面, 当你踏进这个店铺, 会觉得空间有一点点朝下的感觉。在白色空间里面其实是有些禅意, 指在有限的白色空间里, 包含了无限的想象。

选择这样的色调是因为 Y NOT 品牌的风格吗?

Y NOT 的品牌是第一次进香港, 所以重点是要看山本耀司 (Yohji Yamamoto) 以前的风格是什么样, 看广州店铺他们希望什么效果。比较困难的是, 这之中要配合他们不同的想法, 再加进我们的想法。另一个层次的问题, 就是我们希望用这个最朴素的风格, 营造白色的空间, 这样服装装的地方看上去就像是白色的纸放进去一点儿颜色, 货品一点点透出来, 我们可以看得很清楚。不是店铺本身的设计有强烈的要求, 不是店铺本身是主体, 货品本身才是主体, 这个很重要。

Y NOT 内部的服装展示架, 那些不规则的、扭曲的构造是想要表达什么?

货架设计这个扭曲的造型, 主要是想表达有一个不同的空间。我希望人们到店铺里来不仅仅是享受货品, 更多的是享受这个空间的变化。我们希望他有多一点点想象, 在里边不同的层次, 看到不同的灯光变化, 会觉得看到的空间有着不同的效果。你眼里看到的, 其实就是你内心所希望的。我们在做工方面, 在造型方面, 时间真的是很紧张, 但是我们的要求是不简单的, 希望多一点儿线条的变化, 有高低起落的风格, 有多一点儿有趣的线条来配合灯光。所以主要是创造出来的空间可以配合货品, 使得货品看起来有很好的效果。

有什么不同吗?

做零售与做节日的装饰方面还是有一点儿分别的。因为节日的装饰上, 我们希望是开心的, 在里面有多一些梦想的空间。但是做零售设计就有很大的差别, 我们有很好的实际购物的经验, 要让人家觉得这个店铺会加强这个社会对它的兴趣。所以做店铺的设计, 跟做装饰恰恰是颠倒过来的。

在所有这些不同领域的设计过程中, 您始终坚持的东西是什么?

设计方面的原动力。人家找我们也是因为 passion (激情)。香港给人感觉是地产、金融很厉害, 但是我们可以跟人家讲我们的设计也不错嘛。我们希望给人家看到是 design in HK (香港设计), 这种 >>

整个零售空间布局延续虚实并存的风格。

做零售设计与您以往做节日装饰



原动力是非常重要的,希望每一个项目都有这个 passion 在里面。

您觉得现在自己的设计中香港特色的元素与内地的区别大吗?

我猜,最主要的分别是,内地的设计师比较有文化的包袱,而香港没有这个问题。我个人觉得在设计中需要保留我们特色的地方,不是单单要适应内地的文化,还要找到香港最优势的地方在哪里,去跟内地的设计师合作做设计服务。

作为一名有经验的设计师,您怎样保持创意思维的活跃?

对于好的创意,强烈的好奇心很重要。一个有经验的设计师,一定要把经验放下来,不要墨守成规拖累自己进步的要求。我觉得进步的空间是很多的,设计师需要保留一份童心,比如可以去旅行啊,多看杂志啊,跟不同行业的朋友沟通啊。所以我很享受设计的生活。我会自己去开车兜风,喝咖啡,或同我的太太到周围走一圈,都会比较开心。在旅行中,我看到不同的国家、不同城市、不同的人有着不同的生活方式,再看看自己,多一些比较,我觉得是非常有趣的经验。

您说过做设计管理者越来越难,是指的哪些方面呢?

一个公司需要管理,但是设计管理就比较难。因为设计本身是抽象的,没有清楚的界限。很多时候很难说这是对还是不对。所以我希望不是我下一个命令出来才叫管理,

▶ 提供更宽敞的视觉效果,给顾客一个崭新的购物空间。



而是我们大家一起分享,要跟同事 interactive (互动),推动设计行业。这是困难的地方,是比较高的学问。但是我很享受。

您怎样看待自己在大家眼中的定位?

我希望别人看我时说,这个设计师是可以帮我解决问题和困难

的,这是很重要的。在品牌方面可以推进他品牌的定位,运作方面可以帮助他们空间的利用。我觉得定位是别人给的,在服务设计行业人群中我只是很普通的一个,没什么大不了的。这样我会保持一个 passion。从刚毕业到现在 20 多年了,可以说,我没有变。保持这个心态很重要。●

▼ 几何错落的衣橱展示架,全白色赋予东方美的色调、不规则的射灯、梯形中空到货品陈列柜。

