

安邸 AD

2013 January 一月号
邮发代号为: 2
定价: 人民币20元 港币

特别专辑
风情卧室

ARCHITECTURAL DIGEST. THE MOST BEAUTIFUL HOMES IN THE WORLD 一家一世

林依轮: 生活才是最大的艺术

无论是收藏艺术, 还是钻研美食, 一切都和他那个大家庭的幸福并行。



中国当代艺术最大藏家ULI SIGG 瑞士湖心古堡里的家

“收藏并生活在艺术品之中让我思维开阔 艺术让我们可以更开放地看待世界 理解更多的东西”

Philippe Starck 之女Ara Starck 除了画画,也画“家”

普罗旺斯艺术酒庄 谁说酒庄都很传统?

家与画,谁先谁后? 选画挂画的初级法则

击破卧室风水谣言

14
间卧室
格局方案



LIVING WITH ART

画人家境

除了填补沙发上的空白,艺术还能给你带来什么?

ISSN 2095-1825



9 772095 182138



Birthe Tofting
(Vitra 市场经理)



Michael Anastassiades
(产品设计师)



Jordi Arnau
(E9 Barcelona Design 首席执行官)



张达
(H&M 设计师)



Massimo Grassano
(matteograssi)



Oliver Holy
(Classicon 首席执行官)



Casper Visser
(Moooi 首席执行官)





1. Casper Visser: 荷兰设计品牌Moooi CEO

Casper Visser是中国文化的崇拜者。他喜欢中国传统艺术。对于老家具、旧时的器物更是爱不释手，算是位收藏家。“我们来中国，不该只是炫耀西方的设计有多亮眼，同时更得尊重中国的传统艺术。”他表示一直希望能够设计出一些有中国传统图腾结合西方简约形式的家具，肯定够创意。“Moooi的设计是会让人发笑的，比如很多中国人都熟悉的那匹原比例大小的黑色马灯，当然，品牌的形象不能只顾着幽默，还要兼顾实用性。”

2. Michael Anastassiades: 意大利产品设计师

眼神忧郁的Michael Anastassiades自称“笨嘴拙舌”，灯具设计是他与外界最重要的沟通方式。“把家比作一篇小说，灯光就是其中结构精妙的诗，不占多少空间，却是无法忽略的点睛之笔。”控制光源的散射，是Michael设计的重点，为此，他愿意尝试各种新材质，因为不想让灯具造型喧宾夺主，Michael很少使用复杂曲线，只用点、线、面，三种简单至极的几何元素，Michael认为，作为灯具设计师，他同时也在设计“黑暗”，一种让人安静下来的力量。事实上，他之前一款很著名的设计Anti-Social灯，灯光会随周围噪音增大而逐渐减弱直至关闭，就是在表达类似的观念。

3. Jordi Arnau: 西班牙家具品牌BD Barcelona 经理

西班牙品牌BD Barcelona给人的不乖印象，正是因为他们核心理念“独特”二字。经理Jordi Arnau解释：“我们没有任何游戏规则——大胆的配色，结合不同的趋势，造就出这些性格鲜明的产品。”这番话在Showtime系列花瓶上便能得以见证，以外星人为灵感的花瓶，瓶身的设计仿佛外星人的天线与身型，立马让人联想到设计师Jaime Hayon的调皮模样。“一个好的设计直接反映出一个人的用心程度。”

4. Massimo Grassi: 意大利家具品牌matteograssi CEO, 家族传人

从1880年在意大利北部创立手工皮革马具工作室matteograssi开始，Grassi家族成员不断拓展皮革应用的领域，设计师每次为matteograssi打造新品，首先得去品牌私有材料库，从数百种软皮和鞍皮中挑选他们心仪的几种，接着，像做化学实验一样，把这些软皮、鞍皮与木材、金属等新材料结合起来，有时皮革在matteograssi产品中被“隐藏”得如此之好，人们甚至找不到它的踪迹。去年，Franco Poli为其打造了一款名为Zoe的椅子就是一个典型的例子，Massimo Grassi透露，他们正在试验把皮革和

5. Gregg Buchbinder: 美国家具品牌Emeco CEO

Emeco的海军椅(Navy Chair)走红，部分是因为卡尔·拉格菲尔德的捧场，另一方面是因为原材料，可口可乐塑料瓶的利用，老板Gregg说：“设计比‘废料’还糟，只是促进人们的购买欲。”所以他决定，“经典”就那么一件，品牌也没有太多其它家具设计或新品选择，转而专研材料本身，而每件家具都有150年的保固期限，传给后代绝对没问题，“其实，好的家具一件就够了！”

6. Michele De Lucchi: 意大利建筑师

和很多老一辈的设计大师一样，在公开场合，年逾古稀的Michele几乎不谈所谓的生活方式，因为他的设计思考对象只是“人”，不论贫富，无关年龄，唯一的共通之处是躯体中都跳动着一颗追求自由的心。“我给后来者的忠告是，放下傲慢和想当然。”设计语言早已炉火纯青的Michele，至今仍会投入很多精力去研究材料。“比如说说木这种材料，我经常用它，但现在有太多的变异品种，时不时得从头学起。”每次到中国，Michele都会抽空去参观城市保护建筑的改建，“在前人织造的强大‘束缚’中，发挥创造力，这是顶级的‘自由者’的游戏。”

7. Nani Marquina: 西班牙地毯品牌nanimarquina CEO

上世纪80年代，西班牙巴塞罗那出生的Nani Marquina掀起鲜艳色彩配几何图形之地毯风潮，打败传统波斯地毯，号称地毯设计界的一姐。“地毯对于家来说，就像一切室内设计的基石，是点亮空间的重要元素，没有地毯的房间让人感觉寒冷而缺乏色彩。我之前曾与台湾艺术家林明宏合作过，特别有意思，中国文化里对色彩的运用，以及各种自然元素的图案都让我觉得非常惊叹。未来肯定会与更多的中国设计师合作。”

8. Markus Lampe: 法国水晶品牌Baccarat CEO

“巴卡拉的水晶吊灯能够放在经典古色古香的空间里，也可以放在一个非常极简、全白色的家里。”巴卡拉一直在尝试水晶应用的新技术，比如去年Patricia Urquiola设计的Variations花瓶，首次在水晶上采用喷漆工艺上色，效果出奇，明年巴卡拉将与香奈儿和路易威登合作推出首饰系列，证明这天下最昂贵的水晶将会占领各个市场。“我们总是去发现新的设计师，找新的创意，不过，合作的前提是设计师必须去了解品牌