

TM



艺术生活，智慧传承

[www.96st.com.my](http://www.96st.com.my)

ISSUE 7 | DEC 09

ISSN 1985-9538



9 771985 953001

MALAYSIA RM15

# Decode

追求极致与完美的解码



# 时尚 × 建筑 镀金的组合

时尚与建筑的挂钩不是近几年才出现的合作形式，可是两者的结合不断涌出化学作用，一波波的创意震撼着世界。时尚界不能失去建筑的支持，建筑也少不了时尚的拱照。建筑师RICCARDO TOSSANI一句“建筑是时尚加强个人品牌地位的推手”让康妮不得不向这位建筑师多了解两者的合作文化。

Text: Khong nee pictures provided by Riccardo Tossani Architecture, Prada, Bulgari, Swarovski & Tiffany & Co.

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI

然。建筑师从服装剪裁上偷得灵感，将编织、折叠、花案、悬垂等元素加入设计之中，创造繁复但更具质感的建筑外貌，相互影响的行为不期然的发生。

## 无法预测的艺术延伸

对于建筑师Zaha Hadid与时尚品牌Chanel利用流动展厅2.55 Mobile Art Pavilion以流动美学诠释香奈儿新面貌，以及Rem Koolhaas与Prada于韩国展示的Prada Transformer，在日本建筑界发展多年的意裔建筑师Riccardo Tossani从不隐瞒自己对两者结合的兴趣，更为这趋势拍手叫好，只因时尚是最有力的帮凶，一如中世纪文化复兴时期教皇、银行和国王扮演的重要角色，能挑起人们对建筑的注意。

对Riccardo而言Chanel的移动展厅是个带出时尚与建筑融合的作品，还说了时尚人能创造出一个让全世界为之振奋的力量。而为北

建筑师与时尚设计师的跨界合作不是新鲜事，两者之间的距离也逐步变窄，超过50位国际知名建筑师与时尚设计师如Alexander McQueen、Vivienne Westwood、Comme des Garçons、Yohji Yamamoto、Frank Gehry和Zaha Hadid用时尚装饰建筑，也用建筑作为时尚外衣。建筑与时尚皆占据空间和重量，两者都是为了保护人类而存在，用建筑挡风雨，用衣服遮蔽身体，它们拥有同样的思想与使命，难怪有人说衣服是人的第二肌肤，两者是意识生活的两堵围墙，相互依存而成生活的模式。

除了保护作用，利用几何营造空间是建筑与服装另一共有的特色，你可在Preston Scott Cohen的建筑作品看见以环状创造另类空间感的大胆；刚性十足的几何线条虽然较少出现于时尚界，因衣服一般由几片剪裁布料组成，但是设计师Yeohlee Teng曾将材质剪裁成圆形、四方或半月形，然后利用重力和悬垂力量将唐突的几何变得圆滑自



# RICCARDO TOSSANI



建筑师 Riccardo Tossani

京奥运打造“鸟巢”的知名建筑社Herzog & de Meuron为Prada设计的店家更是杰作，Riccardo直说她属21世纪时尚与建筑的最佳典范，不准在时尚历史中占一席位。“我希望Prada、Giorgio Armani、Louis Vuitton和Tod's等时尚品牌能在恶劣的经济风暴中闯出新空间，运用足够的活力和大胆起用有实力的建筑师延续并提高个人品牌的形象。”两者形成的密切关系源自他们对世界的挑衅，各自作出自我陈述让人知道并记得他们的名字以及那蠢蠢欲动的欲望。

其实在这逆行时尚统御21世纪衣着的文化时代，时尚周期逐渐缩短的同时建筑亦以较慢的速度不断蜕变以适应人类精进的特质。但是当各大时尚品牌争相以形状各异、风格迥异的旗舰店博得众人的深刻印象，这种靠“外表”取胜的做法是否正确？Riccardo认为第一印象其实是其次，所需要强调的是思考、承诺和投资，因为当你投注更多心思在某件事上，所获得的回报也相续提高，所以他认为这种趋势其实是正面的动作，除了让人领悟到世界再度往繁复的一面前进，同时也提高了鉴赏美术的层次。

既然对时尚与建筑的结合带有鼓舞意味，想必Riccardo自有最欣赏的时尚旗舰店设计元素。“我很喜欢日本涂鸦艺术家Kame为意大利时尚品牌GAS位于日本原宿旗舰店操刀的壁画。虽然它不是永久性的作品，可是它所散发的气质早已成为客人所熟悉。但说到欣赏之作，仍属2003年Herzog & de Meuron设计的东京Prada专门店。这以重塑消费、愉悦和沟通概念为宗旨的合作形式鼓励消费与文化的吻合，是一项非常出色的作品。”

## 善用时尚偏见

作家李欣频曾说：“一个裸体的女人在歌剧院中或是在体育馆里，你会对她有不同的视觉想像。一名穿着华丽的范思哲名模，或是一身黑白的修女进了同一栋建筑，你也会对这建筑产生不同的偏见。”这就是为什么建筑也成了时尚的一部分。既然两者的关系如此微妙，建筑师如何在品牌宣扬个人主义的时候在这场名利抗争之中占一席位？也许你会觉得建筑师被对方利用了，但这问题对Riccardo而言显得多虑了。他解释说每当建筑与时尚结合，所需要的设计考量与科技运用必有提升以达致双方严谨要求的必要，因

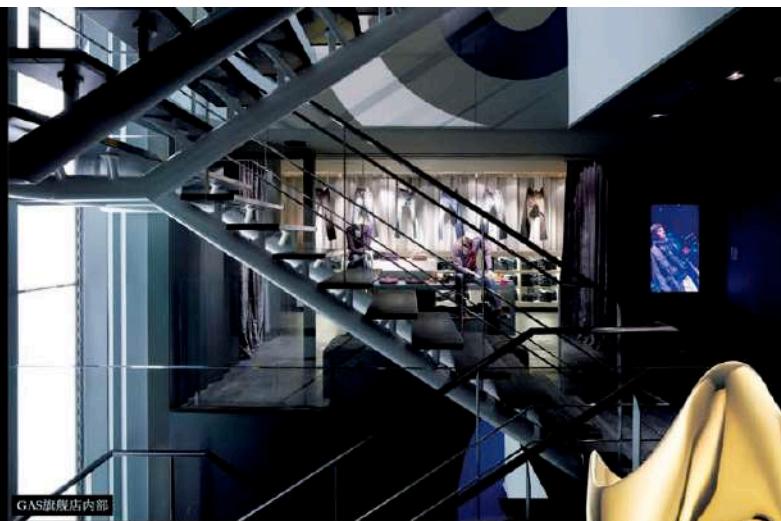
此建筑师必须再三省思每一座建筑的角色和作用，建立一个能让社会意识到建筑对于日常生活所存在的重要性。此外，还需考量每一座城市所需要的繁华程度，包括衡量投资经费、当地人对于艺术的鉴赏能力，以及社会对设计的着重和看法上的转变。这种不断要求精进的做法意味着不管你的经验何其老练资历何其深厚，学习是一辈子的功课，这一切都是让建筑师成长的磨练。

时尚和建筑的跨界合作对于大胆新颖的时尚学者而言不是颠覆思想的模式，可是对较为保守的建筑学者又是怎样一个诠释？Riccardo从容表示：“时尚学者是少数能了解许多人无法参透的建筑美学的其中一员。庆幸的是两者的艺术鉴赏都不需要深入的热切考究。简单而言他们各自为对方加强存在意义，主要是煽动社会对此的讨论意图，因为如果没有异议的发生，也没人愿意提起，那么两者的合作也没有存在的意义。”不是吗？如果创举无法牵动丝毫的情绪与反应，代表了它缺少凝聚焦点与瞩目的价值。

## 创意与实际的平衡点

也许是经济低迷的时候适合培育逆势奇能，各行各业因此大反其道宣布求新发展计划，但旗舰店的巨额投资却仅是Chanel、Dior、Tod's、Louis Vuitton、Armani等国际时尚品牌的游戏，这会不会在无形中压制新锐设计师的冒出，让他们的创意被各大品牌的风头全然盖过？Riccardo表示这并不然，好的设计不一定需要黄金锻造，反倒是时尚品牌对建筑师所需给予的信任度，风险自然存在，但无论哪有惊喜？每处必有预留的发展空间，而建筑师总能与个人概念进行沟通，在高度瞩目的时尚界取得存在价值，用最恰当的设计提升品牌定位。

撇开精致独特的建筑外形，建筑的永续发展（sustainability）是设计中无法缺席的元素，设计与实用的平衡便需要更多的考量。“永续发展是减低某项活动失败的重要元素，让环境与建筑呈现和谐氛



GAS旗舰店内部



Frank Gehry为 Tiffany & Co. 设计的作品

围。既然建筑是导致温室效应其一元凶，妥善的设计与计划更是不得出错的步骤，建筑也可帮助减低负面影响，但这需要教育和沟通的推广。其实永续发展并不是新思维，早在25年前当我开始成为环境建筑师之时已存在。如今艺术是达致目的的合适工具，也许比盲目沟通来得更有效。”Riccardo这么认为。

## 建筑需与世界同步发展

时尚与建筑有着永续发展的共同理念，许多时尚设计师亦跟随建筑界的脚步开始使用更环保的材质或生产过程，新设计概念的衍生因而让人期待，对此Riccardo也乐见其成示意建筑若能挑起民众反应或带起新风潮，这是可喜可贺的现象。一件设计应该拥有掀起涟漪让人反思的力量，艺术或设计最重要的是以另一种形式叙述当下最重要的社会意识，包括人与神的关系、国家的动荡、谦卑与失败、个人主义的意识形态及地球的健康指数。“我们正往后天灾难性社会意识和个人意识层面前进，我预料这思想将为建筑业带来崭新的面貌，一个着重不浪费、环保、全球化、傲慢、社区的繁复制作、设计、材料和科技。”建筑师必须对自己所创造的价值负有责任，不能把作品当成一次性商品而是长线投资。我已看见文学与电影在这方面的正面成长，所以美术和设计业也应作出适应拥护这理念。

“艺术、建筑、时尚甚至是都市化元素早已在我的作品中相撞，特别是位于东京的Giorgio Armani旗舰店和原宿的意大利品牌GAS Jeans商店的前卫设计，这些作品不断挑战极限并大胆涉猎不同的形象与特质，把时尚幻化成艺术表演舞台，摩登时代的科技延展，或是将街头文化变成青少年沟通的方式。”Riccardo在设计方面的考量广泛，从不为自己设限制，墨守成规只会让自己的思想变得陈旧。

建筑业的跨界合作并没在时尚界停顿。“我们早已看见建筑师与其他领域的融合，特别是知名建筑师Frank Gehry为珠宝品牌Tiffany & Co.设计的珠宝系列，以及设计鬼才Philippe Starck为意大利电单车制造商Aprilia设计的Moto 6.5型号，建筑师Aldo Rossi和Antonio Citterio也在家具设计、餐桌系列及工业设计留下足迹，跨界合作的自然发生赖于多产建筑师的创意想法，有才华的人永远不停止为自己寻找新发展。”

## 用智慧与经历为艺术加注意义

所谓的艺术没有既定的意义，也没有人能给予想像框架作限制。对我而言艺术是个人情感的投射，成长中的每一篇故事影响着自己对特定事物的诠释，阅历设定了个人对抽象的理解程度，所以非常赞同Tossani所说的“艺术的美丽源自于那模糊的信息，皆因理解没有对与错的存在，每个人也有不一样的诠释能力，所以利用艺术作为沟通变得如此迷人。”

“艺术煽动沉思，幻化出愉悦，最好也能牵动有意义的行动。我们不自觉的飞蛾扑火，但希望不会在过程中意外出错。”这是Tossani对艺术的诠释。他希望生活中有艺术的出现，沉溺在有文化与环境前后关系伴随的正面旅途上，同时透过视觉和触觉线索得到反思，因此他立志创造出一个人类对抗的美丽环境，建筑或与设计同步发展的艺术品。

这一段话，带有深层的隐意。正如艺术般，诠释的能力全赖于个人阅历。





## RICCARDO TOSSANI X GIORGIO ARMANI 维护建筑美学使命

他说没有客户会对建筑师的设计热忱全然接收。Riccardo表示像Giorgio Armani这般高层次的时尚人会专著在个人热切的事物上，不自觉地让迷恋和个人偏好影响观点。“Armani是完美主义和理想主义者，他对光线、色彩、形式和实体有着超乎的经验，围绕四周的专用兼才华洋溢助手帮助他达到目标。与Armani的合作充满兴奋，高准则的要求让我必须不断考量一个个提案的可行性和实用性，然后不断的进行修改，严谨的要求却让我获益良多。”认真的态度可见旗舰店的素质必定符合时尚人的完美准则。

这位于东京六本木Roppongi Hills的Giorgio Armani旗舰店推崇的是日本建筑和标志性景观的崇高精神，为品牌增添地方性文化。店内的墙身和天花板采用的银色marmorino石膏反映在黑色花岗岩地板上，简洁的设计在以不锈钢制成的竹子设计元素衬托下显得冷然超群，竹子上印记的白色点画象征着日本花园。底层那长而窄的感觉如同时尚T台，事实上它也特为时尚秀而设，旗舰店外观上的背光玻璃、镶嵌上的Giorgio Armani标志，低调地在绽放高格调光辉。



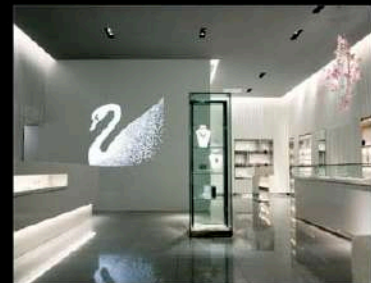
## TOKUJIN YOSHIOKA X SWAROVSKI 带出品牌的纯洁透彻

晶莹是Swarovski予人的第一印象，而璀璨是东京Swarovski旗舰店的魅力。这座吸睛十足的建筑是年度设计师Tokujin Yoshioka与Swarovski的合作成果。始自1895年，创意、崭新和完美成为品牌“The Poetry of Precision”哲学的主要规格，借助旗舰店向世界展现水晶魔力只是品牌延续革新的另一模式。对于水晶森林主题的诞生，Tokujin Yoshioka作了这般解释：“我对Swarovski的第一印象是奢华，我看见水晶的穿透力及如诗般的和谐。当我思索着如何将水晶与大自然扯上关系，我联想到森林。”

当你走过Swarovski旗舰店，放缓脚步似乎是再自然不过的动作。大楼正面那8公尺高的不锈钢浮雕柱列一如冰柱，冷然的气息与品牌的高贵相互辉映。设计师用了上千的不锈钢镜制造多角折射效果，所以当光线或街头风景投射在上将营造不同的感觉，如同水晶在不同角度的光线投射下产生不同的光彩。

踏入旗舰店，目光所及之处闪烁着璀璨，如置身森林般四处遍布着树木，取而代之的是夺目的水晶。灯光照明是这建筑的重点设计之一，Tokujin Yoshioka用了隐藏式灯光制造内部的柔和氛围，利用光线与光影带出水晶的特质。同样的设计原理出现在旗舰店的焦点——Crystal Staircase水晶阶梯。不锈钢架构镶嵌上千多面切割水晶，整座阶梯犹如漂浮空中的立方体。梯级旁那贯穿两楼的大型吊灯Cascaide由Vincent van Duysen设计，挂满水晶的灯饰如瀑布般从上倾泻而下，闪烁着迷人的光辉，散落在地的水晶恰似女性性感的裙摆般静躺在地，流露出一种典雅。

结合了纯洁与高贵的Swarovski旗舰店共用了3吨的水晶打造，这数量的确惊人，却也成功张显品牌的魅力。







东京银座的Bulgari Tower

## ANTONIO CITTERIO X BVLGARI 彰显品牌旗舰店独霸气势

巴黎蒙田大道Avenue Montaigne、纽约第五大道5th Avenue、东京银座都是顶级时尚品牌的聚集地，橱窗内透出的时尚精品从不失败地引发路人赞叹。出自著名建筑大师手笔的旗舰店就算无法让人购买名牌，也让人驻足店前欣赏设计师的鬼斧神工，所以说建筑是旗舰店宣扬品牌地位的管道也不为过。

位于东京银座的Bulgari Tower大楼，入夜后优雅地释放清亮的高贵气质，利落的直线条不带一丝复杂，以楼高11层的冷然氛围宣扬其品牌的影响力。旗舰店坐拥940平方米的空间展示一件件的精品、售后服务、办公室、婚礼专区、酒吧与餐厅，灵感取自珠宝盒的外型由Shimizu Corporation打造，外墙以大型透光玻璃吸纳光线，由意大利进口的木条镶嵌地板与浅金色的大理石墙面流露出低调的奢华品味。

大楼的第八层设置了两间私人餐厅和休闲厅；第九与第十层搭载了Il Ristorante餐厅以及能仰望东京夜景的酒吧，外墙镶上大型玻璃给予客人迷人的窗外景色，同时延伸内部空间扩大视觉效果。Il Ristorante餐厅的内部装潢出自知名建筑社Antonio Citterio & Partners，这位经验丰富的设计师曾为Bulgari打造巴厘岛度假村，设计概念以时髦、高雅、精准风格为主，柚木地板、玻璃透进的柔和光线回应着位于米兰的Bulgari Hotel餐厅时尚概念，严格确保每一摆设、颜色搭配、材质细节皆能展现现代感，贯彻内外高雅设计风尚。



Il Ristorante餐厅的迷人夜色



从酒吧往下看可见Il Ristorante餐厅



位于庆熙宫外的Prada Transformer

## REM KOOLHAAS X PRADA 移动时尚建筑

虽说建筑是带不走的死物，服装才是展现个人主义的管道，可是当艺术不再抽象、建筑转换成移动式时尚，得到的，是一众视觉被宠坏的时尚人。

Prada去年公布与全球顶级建筑大师兼Office for Metropolitan Architecture (OMA)灵魂人物的Rem Koolhaas合作创意性十足的跨领域作品——Prada Transformer。选在南韩首尔历史气息浓厚的16世纪建筑庆熙宫外建起这外型独特并呈半透明的巨大“薄膜”，于今年展示Waist Down裙装展、电影节、艺术展及别开生面的闭幕典礼。

这动态机体其实由四面体组成包括六角形、圆形、十字架和长方形平面，任何一面都带有不同的艺术使命。当建筑被转动，墙面将变成地板，地板则变成天花板，标志着另一个节目的开始。Rem Koolhaas表示这白色薄膜不是为配合节目而设的陪衬，它是动态的机体，能灵活的配合每一项时尚活动。

需要四台起重机关手翻转的巨型流动建筑是OMA 2009年的重点作品之一，选择在发展迅速但文化气息浓厚的首尔，符合了建筑与时尚的创意标准，即永续发展与潮流瞬间变化的强烈速度对比。



Waist Down裙装展



艺术展