

安邸 AD

2018 February 二月号 总第91期

邮发代号为: 2-917

定价: 人民币20元 港币30元

非销售用书
Complimentary
Copy
Not For Sale



扫描二维码
关注安邸AD
官方微信

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

世界各地5个家
家家都有中国故事

新春年饰
风水宜忌

新春“游”行

5间新酒店
狗年就要GO! GO! GO!

4家年夜饭餐厅
原汁原味新中餐

4个中式家居店
木制手作最温暖

100
新春家居好礼

A BOW WOW NEW YEAR

狗年汪望旺

金狗守岁,亲朋团聚,祈盼未来,一年一次刷新!

ISSN 2095-1825



9 772095 182183

02

DESIGN+ART

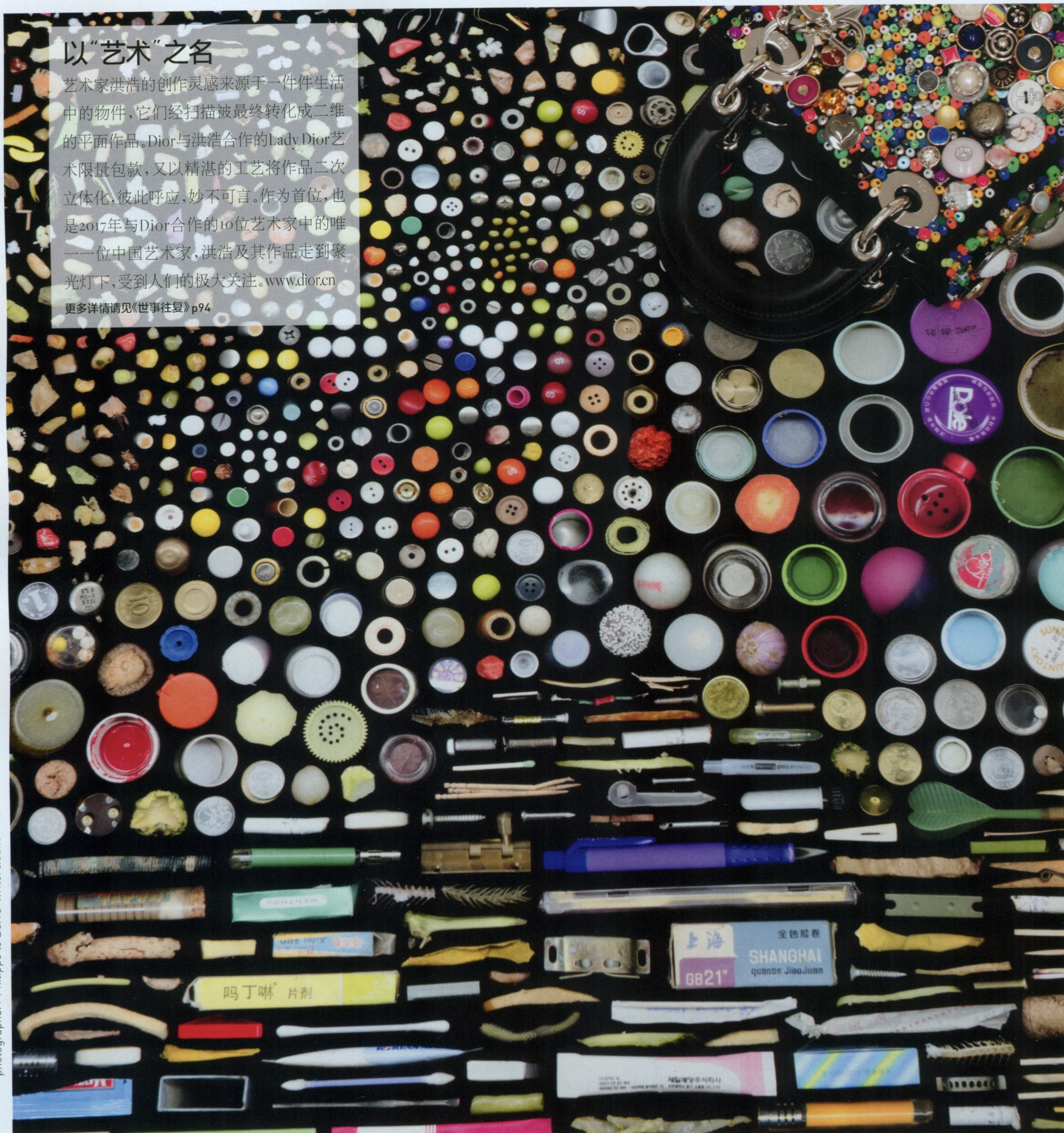
AD 设计+艺术

设计界、艺术界前沿报告,普通人也需要修炼一双发现各种美的眼睛。

以“艺术”之名

艺术家洪浩的创作灵感来源于一件件生活中的物件,它们经扫描被最终转化成二维的平面作品。Dior与洪浩合作的Lady Dior艺术限量包款,又以精湛的工艺将作品二次立体化,彼此呼应,妙不可言。作为首位,也是2017年与Dior合作的10位艺术家中的唯一一位中国艺术家,洪浩及其作品走到聚光灯下,受到人们的极大关注。www.dior.cn

更多详情请见《世事往复》p94

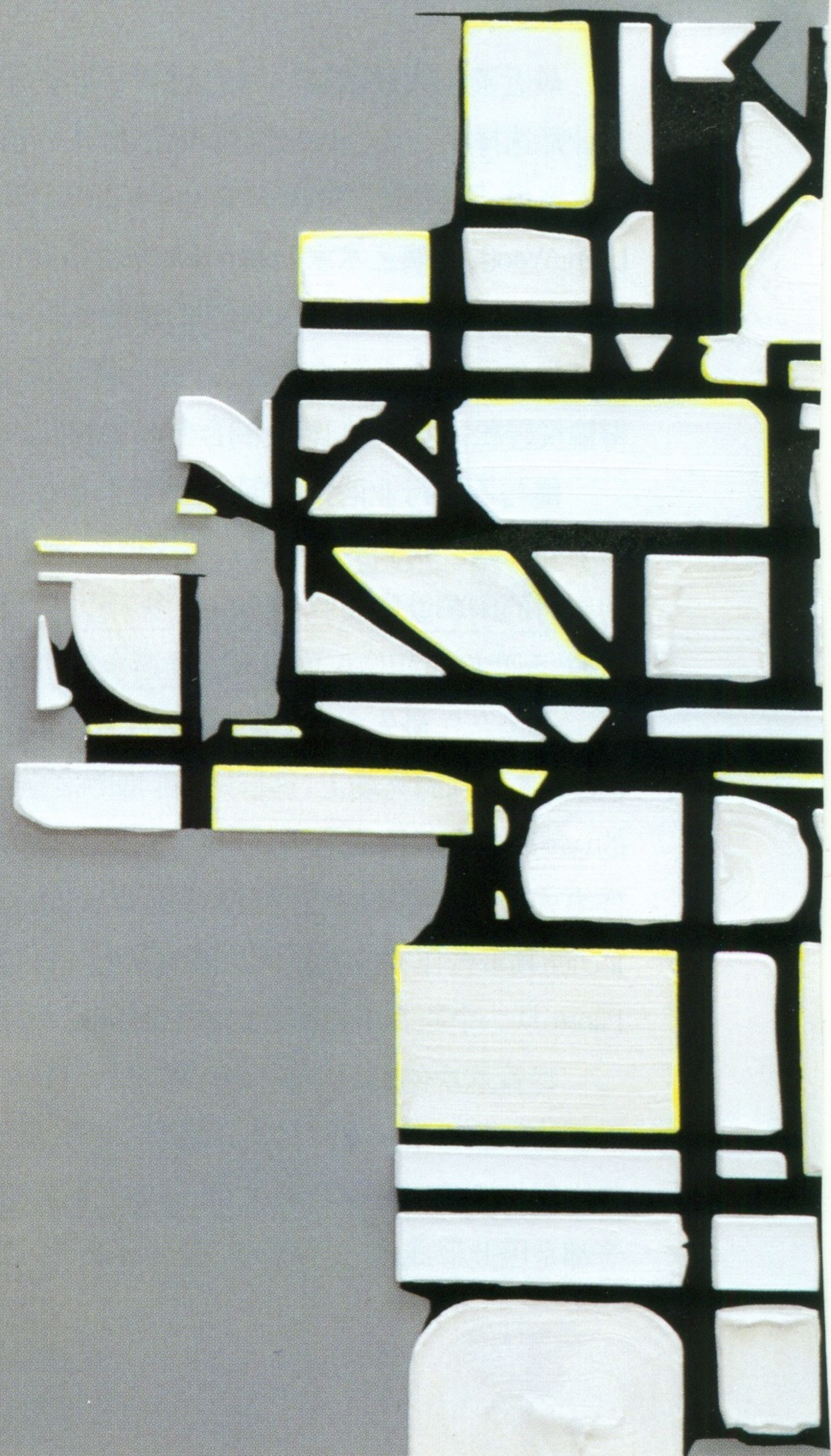


艺术 ADart



Beyond Boundaries 世事往复

photographer Philippe le Berre photo coordinator 赵安
stylist Kevin Ma writer 熹熹 editor Kevin Ma



作为首位与Dior携手推出Dior Lady Art系列的
中国艺术家,二十几年来一直有条不紊地进行创作的
洪浩带着他的作品,重新走入人们的视线。

站在工作室里的洪浩看起来像有着学院气质的老师,作为一位二十几年来一直有条不紊地进行创作的艺术家,他的身上有一种与经历相符的沉稳。洪浩的工作室大且敞亮,中间有一张不大的木桌,桌上一大一小的两台扫描仪和一台旧电脑是他创作时最常用到的工具。四周的墙边整齐地陈列着他那些尺幅大小不一的作品,大堆的画材和工具分别摆放在墙角的架子和储物柜上。他没有刻意将作品按创作的时间顺序排列,但一眼望去,总能多多少少看出作品间细密的关联。

洪浩3岁开始对画画产生兴趣,参加绘画兴趣班,后来考上央美附中,再后来进入中央美术学院版画系——洪浩早些年对绘画艺术的追求和实践平稳而笃定。或许正是因为扎实的美术功底和一帆风顺的成长经历,他渴望在创作上寻求大胆反叛的出口。二十世纪九十年代初期,还在读大学的洪浩开始尝试以多种媒介进行创作,摄影、行为、装置均有涉猎,整个大学时期,他对其他媒介的关注甚至超出了版画。

他先是挑战人们对于“正确性”的固有认知而创作了版画作品《藏经》,这是一本左右不对称的“古书”,书中三分之一的内容是他以某种未经检验的逻辑和秩序重新测绘的世界地图,他也将其视为自己对于二十世纪八十年代末、九十年代初剧变的国际格局所产生的共振。“那个时候可能不像现在,那时候书给人一种权威性,”这件作品创作至今已接近20年,也是洪浩最具代表性的作品之一,他谈论起创作灵感时不自觉加快了语速,语气里依然有着藏不住的兴奋,“我们通常默认凡是能够出版成书的东西,肯定经过了评判和筛选,已经带有某种知识、价值观或者意识上的正确性;而地图本身更是认知和观察世界的一种坐标。”于是他在《藏经》里把海洋和陆地的颜色颠倒、把国家领土的大小按照重要程度重新排列,企图打破人们既定认知的局限。

后来,洪浩跳出版画这一媒介,反思消费主义和市场经济下“物”的意义,探索人与物之间建立起的新型关系,以摄影和扫描的形式创作了《我的东西》系列。他像是记账般的,将一年中买来的所有东西都扫描下来,再按照物品形状的规律排列,构成一幅巨大的消费品陈列图。对于洪浩而言,扫描这种形式让物品与画面有了真正的“触点”,扫描所得的图像特有的精致入微、与原物等大的视觉效果也恰巧满足了他对物体原本形貌的追求。(下接p179)



1 对页 洪浩站立于他的系列作品《有边-世界》和《万相》之间。
本页 1. 工作室一角, 陈列着《我的东西》(左)、《有边-世界》(中)、《藏经》(右)系列作品。2. 工作室中, Dior 委托洪浩设计的包款与其原作《我的东西-圆之四》相映成趣。3. 洪浩本次以《藏经-2123页世界地貌新图》为原型创作的Lady Dior包款。



2





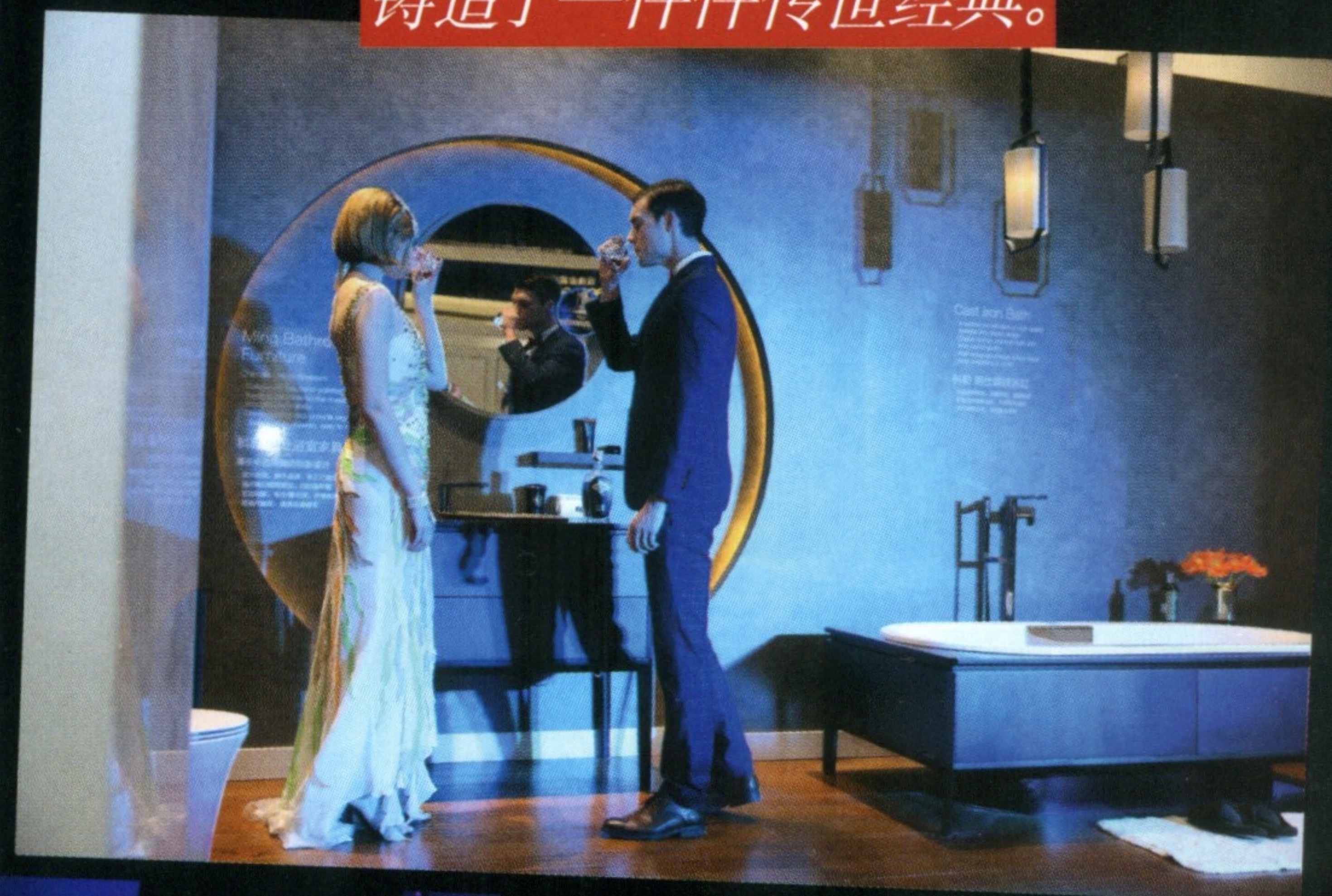
(上接p95)

除此之外,他又进一步思考“物”、“物品”的本质和美学倾向,于是有了前几年的《负部》系列;再到如今,在经历了“追求创新”的那种激进之后,《往复》《反光》《万相》等系列的创作,他又选择回到绘画这一最初的形式,并且始终以物的形为主题展开。“一个日常生活里的消费品最初也是来自一张设计图,是平面的,通过线条、颜色加以界定,然后经过生产、进行销售、被社会消费,”洪浩解释说,“我把这些东西再画回去,还原到平面,又消除了它在被使用时的那些经历,只用线条、边界展现它最初的形态——所以那套作品叫作‘往复’,循环往复,但因为经历了中间的过程,意义是不一样的。”

正如他自己几十年来的创作,虽然没遇到过什么重大的事件,但他对新鲜事物抱有的热情、日积月累的经验和反复审慎地思考,让他的作品自然呈现出泾渭分明的界限与转变。他尝试过叛逆地挑战人们的固有认知,企图打破些什么,“一开始好像是在寻找一些存在之外的东西,尤其是艺术里面讲的创新,好像要创造出来什么东西,”也经历过苛求“本真”的过程,“但其实思维出来的东西再怎么也是一种限制,是局部的,而看不全那个原本真实。”最后循环往复,如今的他回到了当初凭着直觉创作的状态,无论是形式还是精神,却又都与最初不同了。

在2017年设计与Dior合作的限量Lady Dior手袋时,洪浩选择了《藏经》系列中的“世界地图新貌”和《我的东西》系列中的一幅作品作为灵感。前者有着大航海时期欧洲人测绘的羊皮地图的质感,地图上海洋和陆地的颜色依然是颠倒的,带着他对于固有认知的怀疑,带着他年轻时对于世界的挑衅;后者则是更为前卫的、时髦的,有着他对于消费品的本质的思考。“你看,这些图像中的物品原本从三维变成了图像中的二维,如今经由这样的过程,被设计成了手袋,又重新回到了立体,成为一个消费品,这其实也是一种往复。”他笑着说。AD

在百年时光里,科勒产品
总是展现出所处时代的至高标准,
铸造了一件件传世经典。



经典跨越百年

在过去的140多年中,科勒坚持为消费者带来融设计、智能、人性化于一体的尖端产品,并持续倡导将美式优雅融入中国消费者的日常生活。最近,科勒特别邀请各界嘉宾在上海南京西路的科勒设计体验中心齐聚一堂,共同穿越百年鎏金岁月,通过沉浸式体验带领嘉宾回到美国黄金年代,借圣诞佳节共迎科勒的145岁生日。

穿过以Karbon厨房龙头为原型的雾幕入口,瞬间进入时间隧道,踏进一层,映入眼帘的是以19世纪美国风情和科勒厂景为原型打造的历史剪影墙;转入二层,则进入了品牌旗下顶级产品线“科勒精选系列”的展示区。这里呈现了时下最具有互动性的沉浸式体验表演,带领嘉宾身临其境地感受不同套间的精髓;最后移步到三层,仿佛隔空穿越到全新的科技世界,电子音乐、前卫艺术将当晚的圣诞气氛推向艺术与文化盛宴的全新高度。随着大屏幕上圣诞老人将第一盏灯点亮,“鎏金岁月”圣诞派对也随之拉开帷幕。科勒厨卫集团总裁阮家明先生上台致欢迎辞,并与科勒厨卫集团中国区总裁王振颜先生共同通过特别的科勒龙头点亮2017圣诞树,为品牌进入第145个年头寄予希