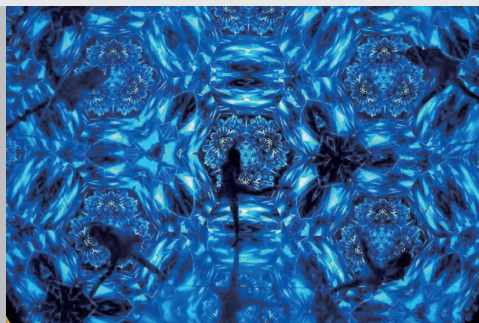


普利兹克建筑奖瑞典和麦克纳马拉作品 博科尼大学



数虎图像《镜花水月》



3D打印 儿童面罩



设计的温度消融了“寒冬”

——2020年度五大创意关键词盘点

◆ 琳恩



启航——文具衍生系列设计

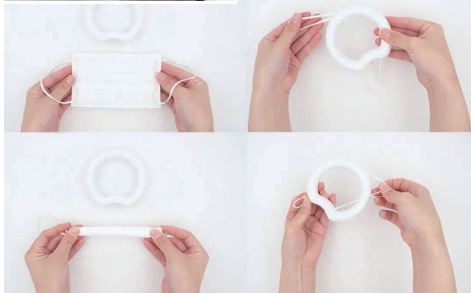


上海设计周“非常设计号”



立冬 微寒花开 玉兰花开绒绣小摆件制作课程

口罩设计也讲求美学



口罩容器

大国重器“五色绣团圆”骨瓷碗碟



崇明土布 文创

通过今年的“五五购物节”、“夜市经济”兴起等各种信号,人们不难看出,设计行业的发展模式即将突破传统,至于如何突破,我们只需怀揣好奇,拭目以待。

从今年已经发生的设计大事记中,我们梳理归纳出了年度五大创意关键词,倏然发现,原来,设计的温度并没有少,它只是改变了姿态,离我们的生活更近了。

关键词一：防疫美学

当疫情突如其来之时,除了“白衣天使”挺身而出,建筑师、设计师们也没有置身事外。彼时,小汤山医院的设计者、79岁的医疗建筑设计大师黄锡璆,和曾经的设计团队时隔17年再次集结,24小时完成方案设计图,以非常速度设计了武汉火神山医院。快速建造、灵活可动和保障医疗功能,一个不缺,简约的设计之中透露出设计师们不简单的智慧。

粗犷大叔变身“洁癖党”,不拘小节的女汉子化身精致女孩,疫情之下,人们的生活习惯和理念发生了改变,是设计的力量让防疫美学深入人心。马塞尔·奈多这些蜚声世界的明星设计师和设计团队曾为设计一只小小的口罩煞费苦心,人体工程学、大数据悉数登场,羊毛、机洗新材料统统被运用在了口罩上。还有的设计师,花费数年时间,找寻合适的尼龙材料,以3D打印的方式为儿童量身定制防护面罩。

之后,我们还看到了更多设计新锐加入到防疫设计的“战斗”之中。一本创意事务所的“清洁便座”,因为动用了传感器和紫外线消毒,从使用者如厕的清洁到后期消毒一气呵成,在很大程度上可以杜绝病毒在公共厕所的“粪口传播”,因而获得了今年的红点概念奖设计大奖。

设计师福岛真崎、佐佐木高,更是从禅宗书法圆圈中获得灵感,打造了恩索口罩容器。把口罩卷一卷,放进容器,像手环一样戴在手上,口罩就能成为人们出门时不容易被遗忘的“标配”。

哪有什么岁月静好,不过是有人在替我们负重前行,白衣天使如是,设计师也在以他们的专业智慧不断探索,让防疫设计更加完善,更简单更实用。

关键词二：重新思考

今年也是设计师思考的“大年”,命题很多。因为无缘米兰、巴黎等设计大展,暂时失去了向国际社会展示才华的舞台,对年轻的设计师们来说是“暴击”。转战线上进行发布直播,将工作室展厅制成VR模式,或者干脆沉下心来,用心打磨新作品,成为像王鸿超、张雷、Benwu Studio等设计师和设计团队的选择。

就像王鸿超所说的那样:“我们应该趁此机会停下来,好好想想,如何帮助环境和社群找到一种新的、健康的、可持续的商业模式,这其中就包含着设计师未来职业路径的新方向。”这些年轻的设计师不只将目

今年的“冬季”似乎有点漫长。头几个月,一批国内原创设计师因为疫情无缘欧洲三大家居展览,“设计上海”展览一直被推迟到了11月,而米兰国际家具展上海展则被推迟到了明年。

但这一年,也是原创设计积蓄能量的时节,在经过这些年的井喷式发展之后,本就将稍作休整和调整,只不过,疫情加速了调整时机的到来。

——编者

光投向了商业作品,也开始关注菜场、公共厕所、弄堂的改造。毋庸置疑,在这样的行业思潮之下,设计与公共空间、与公益必将有更加紧密的结合度。

不只如此,设计行业的新信息还有很多。比如,两位名不见经传的爱尔兰女建筑师,凭借多年积累的高校建筑作品,意外获得普利兹克建筑奖评委会的青睐。这是不是也说明了,主导设计思潮的大腕评委们希望,建筑师们能少一些对商业客户的依赖,而将心思放在创造社会效益上?这或许是他们着力挖掘女性建筑师力量的原因。

除此之外,如何用更友好、更简明的设计帮助老年人跨越“数字鸿沟”,如何用创意为孩子们撑起成长的保护伞,都是设计师们重新思考的设计新命题,也是国内原创设计师的职业机会。用大设计、大文创加载以人为本的人文主义理念,让设计变得“有用”,为更多人群造福,这个行业本身才会有更多良性发展的机会和可能,不是吗?

关键词三：国潮网红

谁才是走在时尚最前沿的潮流达人?毫无疑问,这个时候,穿着“中国李宁”,喷着大白兔奶糖香水,手拿花露水味鸡尾酒,涂着故宫口红,揣着神兽外壳手机走在大街上,再提上用“竹报平安”主题设计的非遗礼盒装着的海派点心,这浑浑身国潮设计的存在感让人无法忽略。

文创是个“好生意”,也是个大平台。红色文创、国潮文创,如今都已经成为设计“后浪”的追梦逐梦、大展才华的平台。

今年的一批红色文创新品之中,“红色之旅”桌游、“不忘初心”魔方、启航——文具衍生系列设计、“荏苒”沙漏、陈云故里一百年玉兰灯具、大国重器“五色绣团圆”骨瓷碗碟等一系列作品,都是可圈可点的佳作。这些传播红色文化精神的好设计,实用功能也丝毫没有打折,在融入百姓生活的同时,时时提醒使用者不忘初心,铭记红色精神。而从专家呼吁挖掘红色文化基因到

如今,红色文创百花齐放,短短几年时间,可见设计“后浪”们雄心勃勃。

而在“五五购物节”的各项直播中,国潮精品设计也轮番登场。尤其是全市各区区委书记、区长、副区长们的直播带货,更是让国潮设计的比拼呈现白热化。国际设计之都上海正在用实际行动书写打响红色文化品牌 and 国潮品牌的高品质答卷。

关键词四：虚拟沉浸

去年,一场“油罐中的水粒子世界”展览,让观众见识到了顶级数字影像所带来的魅力。因为数字影像的出现,这个世界不再眼见为实。虚拟影像技术所带来的沉浸式体验如今已不足为奇。通过参数化软件模拟生成的随机形态,配合被数字技术放大的“展品”,以及设计师拟定的程序和环境氛围,开启了一场场“真实”又虚幻的视觉体验之旅。

在上海国际设计周的各个活动环节中,虚拟沉浸技术都在发挥效能。为将穿梭于城市之间的“非常设计号”车厢打造成移动的沉浸式特展场馆,主办方就启用了虚拟视觉的黑科技,让乘客任意观摩、体验,并与作品进行互动,平凡的出行因此而变得妙趣横生,“未知”的惊喜挑逗着人们好奇的神经。而在久光百货步行街展示的“治愈系”艺术集装箱魔盒之中,专注于3D数字展厅技术的数虎图像,用数字魔幻在集装箱营造“镜花水月”万花筒。

随着虚拟沉浸的“进化”,这项“黑科技”将会带给我们更多惊喜,甚至颠覆设计师们的思维。

关键词五：文创下沉

今年的上海旅游节开幕式上,南京路步行街的东拓段揭开神秘的面纱时,人们见证了设计团队的用心。他们着重挖掘中国第一盏电力路灯的历史记忆,将其作为东拓段的一个标志性的亮点,围绕灯柱打造1882广场。

而在长三角文博会上,人们也看到了设计师围绕崇明土布而做出的“百样文章”。土布拼接在一起,就是一幅崇明三岛地图;和高档丝绸联手,就是一身韵味独特的喜字布旗袍;和微信表情包结合,就成了方言版的文创日用品;和中医理念融合,就有了土布版养生锤。

文创IP有限,但只要沉下去,就能“以小见大”玩出大名堂,开创设计的新领域。

让文创下沉,走进百姓身边的成功例子,还有在上海国际手造博览会上由上海公共艺术协同创新中心(PACC)牵头发布的二十四节气非遗美育课程。整合中国50项传统工艺和民俗活动,用设计、创意为非遗做“减法”,让它们成为公众也能参与的日常美育体验项目,成就了申城全民参与非遗美育体验的都市风景。

时代需要大手笔,也需要设计师无畏探索“沉下去”的新路径。消融“寒冬”,设计的温度和能量其实来自生活,来自于百姓。