



## 设计可以让人微笑的产品

希腊设计师 *Aristotelis Barakos*

**PRODUCTS BY ARISTOTELIS BARAKOS,  
A GREECE DESIGNER**

设计 [希] Aristotelis Barakos



Aristotelis Barakos 是希腊雅典的一位年轻设计师,他的工作室位于雅典的市中心。他早期一直从事一些产品技术、手工制作的工作,如今开始了自己的工业设计生涯,与此同时,他还会为雅典的一些影剧院做舞台设计。这些经历让他将理论和实践联系在一起,设计出更加打动人的产品。他曾说,“如果用一句话形容我的设计理念,那就是我希望能够制作出令人微笑的产品。”由此可见,创造出独一无二又符合人们要求的产品,将技术和人性化联系在一起,是他职业生涯的终极诉求。

设计,在 Aristotelis 看来,是一个观察、记录和感知人类情感的过程,设计师通过寻找人与周围环境之间微妙的联系来创作,并且是以人为本的创作,不但要带给人们美的享受,还要为人们解决日常生活中所遇到的问题。而设计的过程也是一个与别人合作的过程,Aristotelis 与工程师和手艺人一起工作、解决问题,寻找产品制作的方

法和最适合的材质,在制作的过程中对自己最初的设计进行修正。

#### 两用花器 Two Way watering pot (图 01~图 06)

这款花器的设计既实用又富有装饰性。它可以作洒水壶使用,如果浇花之余还剩余一部分水分在壶底,也可以插入鲜花作为花瓶摆在家中,装点空间。简洁优雅的造型可以为室内带来一股清新之风。瓶口的设计很特殊,完全是根据其功能制作而成,一头是喷壶的设计,可以用于日常浇水,另一头窄窄的槽口设计用于根部的滴漏,购买者可以根据自己的需要使用,让浇水这件事变得更有效率。

这款瓷器材质的洒水壶外部是纯净的白色,而内部上了不同颜色的釉质,有蓝色、黄色、紫色三种色彩可以选择,这个设计完全符合工业化生产的要求,造价也非常合理。



05



06



04



07



08



卵石造型花器 Pebble Pot Family  
(图07~图10)

这款设计的灵感来自希腊海滩上的鹅卵石,设计师发现人们非常喜欢在沙滩上捡石头,并握在手中来回摩挲,甚至当作纪念品带回家中。也许把花器做成鹅卵石的造型可以为人们的生活带来些许欢乐,唤起他们对于大自然的记忆。这款设计既可以放在室内也可以放在室外,它低调简洁的造型可以很好地契合各种形式的室内设计风格,以及室外的小花园。

这款产品的设计看似简单,其实设计和制作的过程不易。开始时设计师是用烧制陶瓷的陶土加入一定比例的火山泥作为材料来制作这款产品。后来为了精益求精,Aristotelis Barakos与当地的手艺人合作,经过不断的实验,研究中最优制作方案,即用聚酯乙烯泡沫和黏土做出模型后,再批量制作产品。

10







11



12

13



14



### 找钥匙 GO key(图 11~图 16)

这是一款小小的智能设备,设计非常漂亮,可以用技术解决我们在日常生活中遇到的问题。在设计这款产品的时候,设计师将注意力集中在智能手机用户的使用者身上,以人为本,他的目标是设计一个简单而美丽的设备让日渐复杂的现代生活变得更容易、美好。

Go key 被设计成一个多功能的小设备,可以作为日常的钥匙挂件。它的第一个功能是可以为手机充电,另外它可以通过蓝牙与智能手机相连,当人们找不到钥匙的时候,可以轻松使用手机确认钥匙所在的位置。同理,当人们手拿钥匙找不到手机时,也可以用它寻找手机。这款设计造型就像是一把钥匙,选用上好的材质,制作工艺精良,各部分无缝衔接,给顾客最佳的使用体验,十分人性化。

(编译:吴韵)

收稿日期:2016.07.10



15

# 当代商业集群建筑开发实践

## 以十九集美为例

### THE PRACTICE ABOUT THE DEVELOPMENT OF CONTEMPORARY BUSINESS BUILDINGS

撰文 徐舒婷

**摘要:** 本文从广义建筑学角度对集群建筑进行了回顾,并以“十九集美”的实践经验为例,对当代商业集群建筑的开发实践进行了分析与探索。通过在策划、规划、设计等不同环节的开发控制,项目打造出融合跨界创意、品牌策略、场景体验的休闲商业街区,是对当代商业集群建筑开发的一次探索与尝试。

**关键字:** 集群建筑;商业地产;品牌策略;跨界;体验;场景;十九集美

随着2002年“长城脚下的公社”的亮相,“集群建筑”在国内兴起。作为一种新兴的建筑事件、文化现象及项目开发模式,集群建筑已经引起了建筑界、文化艺术界、商业界、政府、专业及大众媒体的关注。从历史角度看,集群设计往往能够集中地反映特定时期的建筑探索方向,具备很强的时代特征。因此,其研究意义不仅在建筑学领域,也涉及了文化、商业、社会的层面。“十九集美”项目正是在这一时代背景下,在商业地产领域运用集群设计为主要开发手段的一个新尝试。

#### 1. 集群建筑回溯

##### 1.1 基本概念

关于“集群”的这一提法,国内最早见于崔愷院士在《世界建筑》2004年6月刊上发表的《关于“集群设计”一文》。<sup>[1]</sup>随后,支文军、袁烽、沐小虎、崔愷、卢永毅均对“集群建筑”(或“集群设计”)的概念进行了阐述,归纳起来有如下要素:同一时间、同一场地/区域内开发的建筑群,业主/策展人对于建筑艺术的市场价值的认知和认同,精心挑选的一群建筑师作为设计师。<sup>[2-4]</sup>

##### 1.2 发展回顾

1927年的德国魏森霍夫住宅展是世界首个集群建筑。其后,集群设计活动在欧洲、日本、美国等西方国家广泛开展,其聚焦的社会、经济和文化议题也随着时代

发展而转换。

在中国,虽然集群建筑在21世纪初才起步,比西方晚了半个多世纪,但发展蓬勃,迄今已有20多个项目面世。项目多数分布在东南沿海经济发达地区。类型多样,小从住宅、文化休闲功能的小型公建、复合功能地产、城市更新等项目开发,大到产业园区、城市综合体、城市新区开发等区域层面的开发。项目业主要为政府和开发商。统观中国的集群设计项目,大多有着轰轰烈烈的开始,但未完成的项目超过半数。少数较为成功的项目体现出以下几点特点:真实的创作语境、明确的设计主题、有效的宣传推广策略、尊重市场、重视运营以及清晰的整体操盘思路。

#### 2. 十九集美案例分析

##### 2.1 项目背景

十九集美项目位于福建省厦门市集美区集美湖片区园博苑西侧,用地面积约5.6万m<sup>2</sup>,建筑面积约3.6万m<sup>2</sup>,拥有近2km的滨水岸线,环境宜人,交通便利。该片区拥有诸多稀缺景观资源,已先后建成了一大批高端住宅区、商务办公区及配套文化公建群,且毗邻集美传统旅游区和新旧文教区,发展休闲旅游商业和文化产业的潜力巨大。当地政府希望通过打造标杆项目,打造城市新名片,提升城市的人文价值。

##### 2.2 项目定位

我方作为项目开发主体,认为基于项目的时代背景、基地条件和政府愿景,本项目需抓住此轮商业和旅游的转型升级机遇,深度挖掘厦门地区的人文、历史、艺术底蕴,利用集美湖稀缺的先天景观资源,才能在未来激烈的商业竞争中脱颖而出。因此,项目定位为一个体现当代精神、融合跨界创意、注重文化传承、营造丰富体验感的休闲商业街区。目标主力客群为本市乃至全国15-40岁的青年人群,包括创意人群、文艺青年、商务人士、在校学生、爱好休闲

娱乐的市民及外地游客。

##### 2.3 开发策略

基于项目定位鲜明的探索性和实验性,我方决心突破常规的商业地产开发模式,在项目前期的策划和设计阶段,以系统性的跨界思维广泛采取“品牌策略”。首先,以“集群设计”为切入点,邀请近二三十年来在中国城市化进程中成长起来的一批建筑大师,打造“世界首例以一个国家大师为主的集群建筑”及“中国首例城市核心区大师建筑群”,实现建筑艺术与其他艺术形式、商业活动与创意文化生活的完美结合。其次,在选择未来的商业运营方时,重视其基于当代生活方式和商业语境的创新精神、品牌号召力和实际运营能力。在项目初期就同步开展预招商工作,并要求运营商们基于实际使用和运营,对功能业态提出具体意见,确保项目和当代商业脉搏紧紧连接。最后,混合经营,跨界合作。项目集游憩、购物、观演、娱乐、学习、饮食、小居为一体,单地块也是小型的混合商业空间。在设计中,广泛融入当代艺术、传统文化和地域文化,并重视互动科技的运用,打造全新商业体验。在团队组合上,挑选既具备专业能力也具有对当代生活方式理解力的成员及配合单位。

##### 2.4 规划控制

不同于多数处于城市郊区或风景区且拥有宽阔场地的集群建筑,十九集美地处未来厦门城市核心区,具有较高的城市密度,“单体之间的关系被城市空间和功能组织的需求所限定”,需要单体之间有更强的关联性和对话关系。<sup>[5]</sup>因此,本项目在启动建筑设计之前,制定了具有一定深度的城市设计导则,作为对项目整体形象和集群设计多样性的协调策略

项目城市设计主题构想为“竹中院”:把地块划为13个子地块,并在各地块靠近机动车道一侧以及地块之间规划9-16m及15-20m的公共景观竹林(图01),既保