

// 专栏



作者: 莫娇

同济大学设计创意学院家居设计研究室主任
2014年度上海青年高端创意人才
末什家具 设计师;东西设计 合伙人



瑞士产的可收口咖啡杯



富光逸品功夫泡茶杯



洛可可55°杯

// 论坛

引领设计创新 推动海派传承



上海视觉艺术学院学术支持的新海派文化主题showroom



时尚大咖共同探讨新海派文化对当代时尚发展的影响

时尚和文化碰撞将会引发什么样的火花?在上海这个素来以海派文化为脉络的摩登都市,当代时尚又受到多少影响?在最近如火如荼举办的2017春夏上海时装周中,一场时尚业界共话传承与创新的时尚珠宝设计与新海派文化潮流的嘉年华格外引人注目。

在这场海派文化的嘉年华峰会上,I say独立珠宝设计师联盟与华泰珠宝联袂主办,由上海黄金饰品行业协会指导,上海视觉艺术学院学术支持的新海派文化主题showroom(R103展位)、“新海派文化与时尚发展论坛”系列活动,以高雅的珠宝艺术走进上海都市时尚生活的独特视角,倡导珠宝设计的新海派风尚之创意发声成为本届MODE上海的最大亮点。

时尚大咖共话海派新风尚

10月14日举办的首日论坛活动主题为“新海派文化与当代时尚”。观念艺术家邬立强从艺术创作的角度精彩分享了“新海派文化的传承”理念,作为土生土长的上海人,邬老师可以说是见证了海派文化的历史发展与古今演变。

上海视觉艺术学院时尚设计学院服装与服饰设计专业学科带头人袁仄教授、上海黄金饰品行业协会副会长兼秘书长许文军、台湾创意珠宝设

计师协会创会理事长王月要女士和观念艺术家邬立强共同探讨了新海派文化对当代时尚发展的影响。袁仄教授表示,新海派文化不止是一个艺术流派,它兼具传统海派的韵味与新时代的开阔视野,成为当代中国时尚文化中极富个性的一部分。不仅改变着大家的生活,也将影响更多新一代的艺术家、设计师。

I say&华泰珠宝首度发布新海派设计趋势

10月15日登台的“新海派文化与时尚珠宝设计趋势”论坛,吸引了来自服装界、珠宝界、评论界等各路英豪荟萃,首次在上海解析时尚珠宝新海派设计趋势。新锐服装设计师严明、Trendvision亚洲预测人毛文、I say签约独立珠宝设计师Lisa和“衣锦媚行”珠宝艺术工作室创始人“戏子”等,分别从各自的专业研究方向阐述了新海派文化与设计的发展关系、对时尚珠宝设计的影响等独到看法。Trendvision亚洲预测人毛文认为,随着90后消费群体成为社会主流,他们富有个性又充满想象力,对于选择首饰也丝毫不马虎的特质,将会影响到未来珠宝设计风向的转变。趋向复杂化的首饰搭配、镂空元素、独特造型的宝石,包括彩色宝石以及多材质混搭的珠宝将受到更多人的喜爱。

壶中乾坤

【文/图 莫娇】

杯壶,听上去很熟悉,其实还是一个新名词呢,它是杯子和壶的结合体。中国的杯壶大多产自安徽,安徽的富光无疑是中国杯壶乃至世界杯壶的龙头老大。在太空杯当道的时候,富光就率先提出回归玻璃壶身,因为泡出来的茶汤口味更好,并研发使用高硼硅酸玻璃做双层瓶身,解决了茶水保温和防烫手等一系列的使用问题。

中国人素来爱饮茶,富光针对喝茶讲究的群体开发了富光逸品功夫泡茶杯。开创性地把茶叶与茶汤分别置于壶的两头,中间以茶隔连接。泡茶时,先将茶叶置入茶仓,旋入茶隔;再在杯身中倒入沸水,将茶隔旋在杯身上;此时手握茶隔,摇晃壶身,让水与茶充分融合;旋下杯身,饮用茶汤。对于好饮功夫茶的人群来说,不仅更好地控制茶汤口味,还能保证茶叶不被烧熟,最有意思的是这样的操作程序反而为喝茶带来了一种仪式感,正符合功夫茶的精神。

物生物的杯壶以独特而新奇的创意,劈开了杯壶市场的传统。可可保温杯正是最浓墨重彩的一笔,荣获享有设计界“奥斯卡”美誉的德国红点设计大奖。除了让人眼前一亮的外形,它的功能和细节也经得起反复推敲。经测试,可可杯出色的保温性能,甚至能够取代闷烧罐,一杯二用;进口珠光喷漆,无缝焊接技术,观感与手感皆是一流;杯口可拆卸防烫圈,内壁的抗菌纳米涂层,可可杯的每个细节都无可挑剔,一举创造了2015年度保温杯行业的销量奇迹。

去年流行的55°杯则是杯壶市场的一匹黑马。它的设计开发及生产是由洛可可,一家工业设计公司实现,自然也以其命名。洛可可55°降温杯的开发抓住了现代保

温杯保温质量太高了,以至于经常发生沸水泡的茶,过了半天还喝不下口的尴尬场景,于是设计了一款采用纯物理相变原理快速调节水温的水杯。第一杯放入开水,摇一摇约几分钟变55°C,第二杯放入凉水,摇一摇可变温水;如果第二杯继续放入开水,中间则需要隔半个小时,才能实现第二杯的快速降温。产品投入市场后不仅一下走红,而且引来“模仿者”无数,模仿,已是中国衡量设计好坏的特殊标准,以此判断,洛可可55°杯当然是成功设计。

中国人喜欢喝热水喝茶,西方人则喜欢喝冷水和咖啡。欧美国家大多数的自来水是可以直接饮用的,所以欧美设计重点一直在杯子上而非瓶壶。随着对使用塑料制品的反思,掀起了一阵玻璃水瓶的风潮。其中最得意的可以算是宜家的附塞玻璃瓶“考肯”了。随身带着,在欧洲老城的接头广场上接一瓶喷泉中涌出的山泉水,或是在美国的商场接一瓶自来水,成了西方以环保为时尚的年轻人的最in的配饰。

同样出于环保因素,星巴克首先在美国推出自带杯子咖啡减价的推广活动,效果非常好,于是也推广到了亚欧各国。于是也引发了一轮便携咖啡杯的设计。瑞士的可收口咖啡杯,利用硅橡胶的弹性,结合照相机快门的开合原理,设计出了这款杯口可以调节的便携咖啡杯。可以关闭并收紧的杯口可以保温并防止咖啡在动态的过程中溢出杯外,避免使用者被烫伤。

好的杯壶各有各的特点,各有各的精彩,找到一款适于自己的杯壶,不仅能提高我们的生活质量,还潜移默化地影响文化习俗,提炼出更精彩的精神享受。

OLYMPUS
奥林巴斯

科学“三早”“胃”爱传递
——2016年奥林巴斯“爱胃月”在京启动

016年10月15日,第七届奥林巴斯“爱胃月”启动仪式于北京东方广场盛大举行。本次活动的主题为“科学三早,胃爱传递”,在众多媒体、观众的见证下,奥林巴斯品牌战略统括本部副本部长丁莹女士和媒体代表们将写有自己美好祝愿的“胃爱”明信片投递到邮筒,将这一份充满关爱的祝福传递给她们的亲人和朋友,这也标志着2016年奥林巴斯“爱胃月”活动正式开启。

奥林巴斯品牌战略统括本部副本部长丁莹女士(左一)与媒体代表共同启动2016年奥林巴斯“爱胃月”

“三早”小镇传递无限科技关爱

本次的活动展区奥林巴斯创新性的打造出了一个“公益小镇”的形式,希望来宾在轻松明媚的健康小镇中,度过一段健康快乐又充满知识的时段。



“早发现”小屋

一进入“早发现”小屋,大家可以通过比对两张图片寻找里面细微的差异,带领我们身临其境的走入平时难以接触的整体手术室一探究竟。还有很多参与者则选择停留在游戏旁边的“早发现”知识点前,希望更好地掌握肠胃健康相关小常识。

“早诊断”小屋中人头攒动,很多对胃镜检查感兴趣的人集结于此,由于大众对胃镜并不熟悉,长久以来的偏见造成了对肠胃镜检查的排斥和恐惧。小屋内更展出了奥林巴斯最先进的胃镜产品,胃镜旁特别添加了胃镜检查全过程,以轻松愉快的卡通图文解说形式帮助大众理解检查全貌,消除内心对检查的恐惧。

“早治疗”区域内也设置了两个有趣小游戏,“病灶消除大作战”考验着参与者的“力量”。而另外一个聚集了高人气“早治疗”小屋中来宾参与的游戏是考验参与者“技”“病灶消除大作战”游戏“巧”的微创手术模拟体验,让您感觉突然化身为专

业的外科手术专家,更是直观地体验了不断发展的微创手术技术。

除了别出心裁的“三早”小屋,场地中央三个不同年龄段的卡通人形立牌也引起了来宾们的驻足。三个生动可爱的人形立牌不仅诠释了人体完整的消化道构成和生理功能同时还隐含着各个年龄段的护胃健康小常识。

胃爱明信片 联结无限爱胃关怀

此次“爱胃月”希望可以突破活动场地的限制,将保护肠胃健康的理念送达更多人的内心。当大众集齐3枚活动印章时即可领取一张免费的“胃爱传递”明信片,将自己对于家人、朋友的关怀和祝福表达出来,然后投入奥林巴斯传递爱的邮筒中,让没有来到现场的朋友们也能感受到爱“胃”的关怀。

胃爱起航 延续无限公益力量

2016“爱胃月”除了首站北京外,还将在10到12月陆续抵达全国各地。11月12日奥林巴斯健康公益小镇将会到访成都凯德广场;11月26日降临厦门集美万达;12月10日在深圳益田假日广场是年度收官之站,想要体验健康与快乐,希望将自己的爱传递给家人的朋友们不要忘了与奥林巴斯的约定哟!



“胃爱传递”明信片