



• EARS有耳 花器

在重新思考将“耳”作为器皿的外部结构的时候,我们希望让人能感觉到器皿本身也能够聆听。在简单的器形上加上一对“耳朵”,配上透明的主体,看透了花器的外表,也就聆听到了植物的内心。

创想

“毫厘”代表的是生活中美好的细节,我们希望使用者会感受到每一件产品从生活的细微之处所带来的改变,体会到产品背后的故事。从生活中发现设计,用设计讲述生活,这就是我们。

——设计师 陈铎、黄少敏



• BRICK&TILE一砖一瓦 花器

如今身处混凝土森林中,却常常会想起我们儿时居住过的老宅,老宅由砖瓦建造,随着岁月的变迁,那些砖瓦日渐斑驳、风化、沉淀。取一块那时的砖,撷一片那时的瓦,插上几株如今你心爱的花草,时而会摸到它表面的起伏,就像能触碰到岁月在我们记忆里留下的斑驳印记。



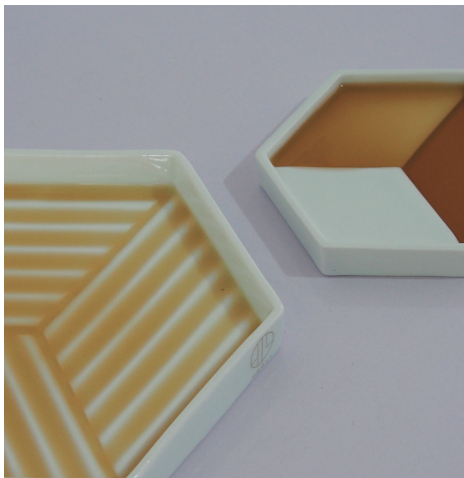
• RHOMB菱 首饰

以一个菱形做为最开始的单元不断重复,选择适宜的两种形状进行切割,刚好应了菱角有两角、四角两种不同品种的属性。江南的特有物产,加之柔和的四种色彩,便成了别致的装饰。



• Coffee Tooth 牙 咖啡杯

当我们决定把设计的主题放在“时光”和“印记”这两方面时,我们意识到与咖啡接触最为频繁的是我们的嘴巴和牙齿,所以我们将牙齿作为一种意象与咖啡杯的外形进行一种联系,这种联系也直接导致杯和碟子的器型外观出现了一种奇妙的变幻,使它在保持了传统使用方式的同时也留有自己的特殊性。



• HEXAGON OR CUBE六边体 餐具

同一个事物,观察的视角不同,它所呈现出的形式也会大不相同。有时我们只是被眼前的事物暂时地遮蔽了双眼,混淆了感受,当我们换个角度来看它,会得到完全不同的效果,意想不到的答案。



陈铎, 黄少敏

山东青岛人,江南大学设计学院工业设计系学士,
英国Coventry University产品设计硕士
2015年初创办设计品牌“毫厘HAOLI”,
从事家居产品设计,插画及首饰设计

QA 生活周刊 × 陈铎

Q: 在景德镇的陶瓷工作室并不少,“小而美”的陶瓷设计作品也不少,为什么还会执着于这一行?

A: 我们觉得这是一种很好的行业现状,有时候与这些手工艺人或者设计师认识之前,都已经见到过他们的作品了,这种情况就好像是作品先给他们做了自我介绍,作品也在一定程度上代表了他们个人。我们坚持做自己的产品,是希望能够通过自己的产品被更多人了解和认可,并结交到更多的朋友。

Q: 在你们设计的这些产品中哪一款是比较有故事的?

A: “CREASE折痕”系列。有一次我们在裁剪一些被卷过的纸张之后,许多边角料卷起来堆在一起,从某个角度看上去,有两组好像一只杯子和一个盘子,把这两个似是而非的形态整理过后,我们又拓展出几个其他形态,慢慢就形成了“CREASE折痕”这组器皿的最后形态。

Q: 你们希望通过产品透露出一些什么想法给消费者?

A: 生活中一些看似普通平凡的事物或现象,有时换一个角度却能发现它们有着与众不同的美好。我们想要通过设计,来描述那些生活中可能会被忽略的细节,也希望我们构思时的理念及灵感,能够通过产品的造型、名称直观地传达给大家。

Q: 谈谈市场或者消费者对你们的产品接受情况吧,哪些人接受度高?

A: 从现在的反馈来看,对我们品牌接受度比较高的,大多是年轻人和对设计尤其是国内独立设计比较感兴趣的人群。对这样的群体来说,我们的产品定价算是比较适中,更多要去关注的其实是产品的品质和创意性。

Q: 你们的理想是想把“毫厘”这个品牌发展到怎样一种状态?

A: 能够形成有我们自己特色的产品系列,在人们选择那些“简单而美好”的器物装点生活的时候,会想到“毫厘”,会觉得“毫厘”也是一个不错的选择”。

Q: 在工作中,你们俩是怎么分工的?你们俩在工作中最欣赏对方的一点是什么?能用一句话来形容对方吗?

A: 我们在工作中没有特别明确的分工,基本上是一种互补的模式,一个人有了好的灵感,另一个人会在此基础上给予自己的建议,补充,添加,层层推进,不断完善设计的方案。少敏思维跳跃,灵感丰富,对细节把控精益求精;我善于理性地分析,从整体角度推进项目。

Q: 最欣赏的设计师是谁?

A: 佐藤大。

Q: 共同的兴趣和事业带给你们最大的感触是什么?

A: 学会用探讨的方式去解决生活中的问题。

Q: 除了陶瓷有没有想过做别的?

A: 有,家具和首饰。