



• 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,也就聆听到植物的内心。



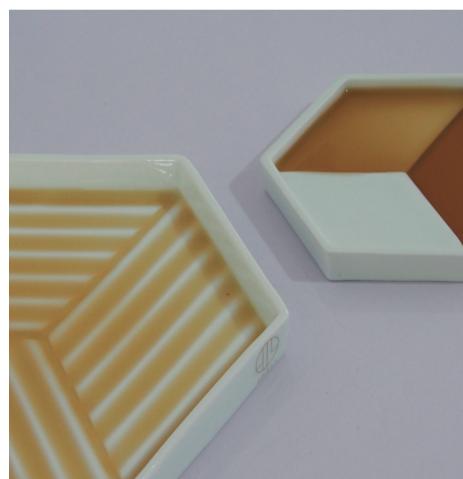
• RHOMB菱 首饰

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“印迹”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。



• 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。



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的接受情况吧,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。