



奈尔宝家庭中心主创设计师

QA

生活周刊 × 李想



Q: 奈尔宝的图书馆, 和你之前设计的钟书阁或者其他儿童书店有何明显不同?

A: 可以说, 这是完全不同的设计理念。这个空间更强调陪伴式的阅读, 而非购买式阅读。因此你会看到很多树洞设计、地毯上精心放置的各种坐垫, 我们希望家长可以抱着小朋友就地而坐, 享受亲子陪伴式的阅读互动。在餐厅区域, 紧挨着儿童游乐的球池的地方就有餐桌, 妈妈们也可以在这里和闺蜜吃饭, 同时进行自己的社交活动。而儿童游玩的区域, 有专业的人员负责看护, 儿童身上贴有定位二维码, 就算跑丢了, 也可以即时定位迅速通知父母, 爸爸妈妈完全可以解放自己的双手来做自己的事。

Q: 有没有担心这个空间太萌系, 过于少女心, 而娃爸们会排斥呢?

A: 这个空间设计出来之后, 客户的先生满意得不得了, 少女心爆棚, 作为孩子父亲, 他也完全接受了这种萌系设计。可见, 只要设计足够极致, 同时兼顾使用的功能性和舒适度, 让父母们能够愉悦地呆在里面, 不管男性还是女性, 都会喜欢这样一个空间, 会切身体会到空间给他带来的愉悦感。而这种愉悦感, 其实并不是美学刺激带来的愉悦, 而是使用舒适度和功能性上的愉悦。

Q: 这个项目跟你平时设计中所擅长的领域似乎不太相关, 全新的儿童空间的设计, 对你来说难吗? 是否有过纠结?

A: 我做项目从来不纠结, 之前会做大量调研, 但是想清楚了就会全情投入, 从来没有混沌期或者纠结期。对我个人来讲, 做方案的速度非常快, 即便是一个之前没有接触过的领域, 只要花时间进行整合策划, 基本上不会有太大的问题。对设计师而言, 最强的就是整合、分配以及策划能力。

Q: 就设计理念而言, 设计师是否更希望通过空间载体突出自我的设计见地和风格?

A: 我觉得这都不是问题, 凸显自己的风格, 有自己坚持的审美学说和设计理念固然重要, 但是, 就设计师而言, 所设计的空间, 是存在商业价值的, 是用设计师本身的学习和审美创意, 去交换这个空间的商业价值, 是通过创意去给这个空间的消费人群带来一定的利好。所以从专业考虑, 设计师呈献的作品, 是通过价值来交换的, 来帮助甲方实现某一种愿景和理想。对我来说, 我的第一主张是希望这个空间背后的消费者觉得, 设计师所创作的空间是有实际价值的, 让他们感到愉悦。这个空间的使用价值满足了消费者的诉求, 自然也会满足甲方的愿景。

Q: 你设计的很多空间, 一出世就是爆款, 这会不会让你感受到压力?

A: 虽说设计师直接通过作品说话, 但是反过来说, 我还是觉得设计师不管做了多少出挑的作品, 还是需要放低自己的姿态, 先做好你自己。有时, 很多人会对我说, “你很有才华”, 我不敢总听这样的话, 还是需要给自己一个专心一点的环境, 想清楚自己到底要做什么? 其实每个空间设计, 都有一个故事主线, 都需要通过映射来反映一个主题。我们希望呈献的作品, 不单单是向消费者传递一种美学审美, 我更希望人们走进这个空间以后, 会产生一些感受, 空间亦如文字带给人力量, 说不定哪一天它就能给走进这里的人带来一些生活中的启发, 这应该就是建筑与人之间的互动, 一种对话吧。