

# Maison&Objet Paris 2016

## 恐襲之後 遊戲人間



意大利工藝品牌imperfetolab位於M&O重點七號館，巨型木頭傢俬相當觸目。

恐襲後訪巴黎，都說當地治安不佳，艾菲爾鐵塔、羅浮宮等名勝都有軍裝警察巡防，景點以外，一般商場都需要打開手袋進行安全檢查，外界眼中，巴黎人活在恐怖襲擊的陰霾下，街上亦有不少敘利亞難民在街上行乞，歐洲經濟不景氣，內憂外患，然而種種不穩定因素，並未阻止巴黎人追求生活質素。本刊記者獲邀採訪巴黎時尚家具設計展Maison&Objet Paris (M&O)，此展一年舉行兩屆，每次訂立的主題都被視為設計界，甚至是潮流趨勢指標。九月秋季展以“House of Games”為主題，有意馬照跑舞照跳，把家居成為心之所安的地方。

撰文·陳詠恩 攝影·譚志榮 部分圖片由品牌提供

菲律賓著名設計師Kenneth Cobonpue的新作Limbo Chandelier LED燈飾，令人聯想起馬戲團的空中飛人。





# Calm Down and Have Fun 玩味設計 嬉戲無罪

一連五日的M&O舉行至今已經歷二十一個年頭，有別於米蘭傢俬展主打大型傢俬，這裏更多的是家飾、小家品，每次主題都由一班專業審評員及設計師訂立，經過近半年的研究、觀察、數據調查得到結論，調查範圍可不只於家品設計，還包括時裝、室內設計等等。「House Of Games」主題展覽的策展人Vincent Grégoire是其中一位評審專員，也是位時裝設計師兼色彩專家，負責設計重點七號館的主題展，當中包括Inspirations Space、書店及論壇場地。

最矚目的莫過於風格奇幻的Inspirations Space，他把多個品牌的家飾共治一爐。甫踏進去就被地上黑白格子地板吸引，分佈上面的一張張彩色矮凳是放大的棋子；再往內進，第二間房間掛滿人像照片，看真一點，就覺得有點不對勁，男人穿的是性感黑絲襪，半裸女人穿着的是美國神奇女俠的藍底星星內褲，紳士正經八百地靠着桌邊，桌上竟是被吸過的白粉……充滿黑色幽默；最後一個房間稍為低調，絨面布幔內一隻隻眼睛、蜘蛛等昆蟲刺繡佈置成小型劇場。這三個房間其實代表三個關鍵字：桌上遊戲、戲仿及博弈。



策展人Vincent Grégoire是色彩專家，對建築、時裝及家具潮流都有深入研究。



(上)「House Of Games」主題展覽匯聚了多個時尚品牌的玩味家品，帶有戲謔意味的仿中世紀人像吸引參觀者拍照。

(下)詭異的眼睛象徵着不可知的神秘國度，也代表主題展其中一個關鍵字：博弈。



(左)近年多個品牌都推出棋盤等桌上遊戲，Vincent就把不同形態的矮凳變成巨型西洋棋棋子。

(右)餐廳佈置以撲克元素設計，呼應今屆主題。

## 桌上遊戲流行

「近年不少名牌時裝品牌都推出自己的桌上遊戲，例如西洋象棋盤作為家飾，零售空間設計講求互動，例如去年米蘭設計周Caesarstone得獎裝置就是一座大型鞦韆，參觀者可以坐上去玩，成為展品的一部分，近年食物設計成風，一樣以好玩為先，可以任人DIY。」策展人Vincent說，他認為遊戲在設計界愈來愈重要，與智能手機通用不無關係，Pokémon GO更令人由虛擬世界走出到現實世界，「當社會愈來愈多不確定因素，遊戲變得重要，令人投入當中，獲取快樂。」

雖然M&O是每年聖誕檔期訂單兵家必爭之地，但展場卻有別於一般貿易展那麼商業化，遊戲元素除了在展館攤位中呈現，展場的公共空間也加插其中，例如入口處放了多張斯洛維尼亞品牌Lina Furniture的變形梳化讓人

休息，它曾獲得2015年「Interior Innovation Award」大獎，由於採用特殊立體物料製成，梳化套適合戶外及戶內，最有趣是可以由立體方形打開，變成躺椅、搖搖椅，或者幾張拼在一起變成長形茶几。「這兒是歐洲其中一個最重要的家品家飾展覽，我們很重視公共空間的設計，今次除了找年度設計師Ilse Crawford，為設計師設計了一個Designer's Studio，展場其他位置也同樣重要。」M&O行政總裁Philippe Brocart說。

M&O行政總裁Philippe Brocart本身也是設計師，講究展場空間規劃及佈置，令展覽設計感很強。





## Home as Playground 開心在吾家

第一至五號館分別展出廚具、兒童家品、香薰、布藝等家飾，第七號館則較集中在流行創新家品。主辦單位會派專員負責跟進每家來展的品牌，確保其原創及獨特性，並在展出產品方面提供意見，好讓賣家真的找到適合買家，而且他們會根據貨品質素安排攤位位置，可以獲得入口前排位置的品牌，必然是不容錯過。

抬首仰望，燈光顏色光暗每秒都在變化。



### 人心共鳴 燈光森林

主打潮流趨勢的七號館，歷年都是最受傳媒關注的，走進會場，左側的黑色布幔房間內隱隱映照出七色的光，隨着訪者魚貫進場，身邊盡是高低錯落的燈泡，每踏前一步，燈泡逐顆向外亮起，光芒如潮如浪，隨着悠和的音樂向外流動開去。當人們站在場內不同位置，光影恍如大合奏，支流匯聚成河川，而且燈光以每三十分之一秒的速度變幻。

它正是由日本知名多媒體創作藝術團隊teamLab創作，名為《Forest of Resonating Lamps-One Stroke》（共鳴燈森林），團隊在2001年成立，由藝術家、工程師、CG動畫師、建築師等跨界別成員組成，共有四百人，陣容龐大，去年首次為M&O創作《Floating in the Falling Universe of Flowers》，倒吊花海很浪

知名多媒體創作藝術團隊teamLab的Communication Director工藤岳認為藝術與科技可以融和在一起，憑藉科技拉近人際關係。



漫，也曾為香港商場創作巨型的聖誕許願樹，其Communication Director工藤岳解釋，整片燈海足足花了四日佈置，用上約六百多盞意大利盛產的Murano玻璃LED燈，乳白色燈飾接連了地面、牆上的感應器，每當有人經過，便會亮燈，紫、藍、粉紅等等九種色彩，特意調校成較柔和光度，沒有一刻的影像會重複。

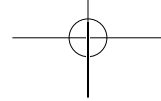
teamLab以往都是以裝置為主，這是第一次製作產品，「雖然燈具不能移動，但參加者活動會改變影像，我們在意的是人們在當中的感受和交流。精心設計的燈飾，一般人會獨自享受細看，但這些燈飾則不然，愈多人進去，這空間會愈光亮，沒有人則漆黑一片，我們希望藉此讓大家對彼此更友善。」他舉例說，當他走進羅浮宮欣賞《蒙羅麗莎》，自己

與名畫的交流是一對一的，只有自己單向感受，但卻缺乏與別人交流，「如果我睡在《蒙羅麗莎》前，不消幾秒便被保安員帶走，但我們曾為倫敦Saatchi Gallery美術館製作空間裝置，當人們移動，身邊的花朵就會移開，於是我躺在地上靜止不動，成為展覽的一部分，這是前所未有的體驗。」城市很多事物都是固定，不能改變，但他們嘗試改變，也在模糊藝術、科技與設計的邊境。說來也神奇，人們走在燈海中，不期然靜下來觀察光影，科技不是冷冰冰的東西，而是把人與人之間關係重新接軌，為走進遊戲國度拉開序幕。

teamLab  
[www.team-lab.net](http://www.team-lab.net)

一盞盞意大利盛產的Murano玻璃LED燈具，是日本多媒體創作藝術團隊teamLab的首個家品，每當有人走過就會亮起一片海浪似的燈光。





## 黑色幽默 意式浮誇

經過意大利日用品品牌Seletti的展場，實在很難不留意它，兩層樓高的展場牆上掛上巨型地氈，盡是鮮紅烈黃，先聲奪人，色彩雜亂紛陳，經過者無不向它投以注目禮，塗上鮮紅指甲油的十隻斷指，被多個倒掛電話筒纏擾的女人，卡在屁股上的黑桃二撲克，多雙男人女人的腳梅花間竹地排列，還有穿上地氈的女人，散發詭異氣氛。

品牌成立於1964年，名字在意大利文是選擇之意，設計師Stefano Seletti是品牌第二代理理人，滿腦子的鬼主意似乎沒有限界。Stefano本身是先鋒藝術雜誌《Toiletpaper》的超級擁護，他認為雜誌刊登的照片具有五十年代復古風情，平實而扭曲，具有諷刺意味，同時帶有令人精神不安的特質，於是2010年開始與該雜誌合作，把影像印在搪瓷杯碟上，成為「Seletti wears Toiletpaper」系列先河，售價大眾化。他善於把藝術與設計結合，把作品變成雅俗共賞的家品，這地氈系列就是他與新產品，圖片由義大利裝置藝術家Maurizio Cattelan和時尚

攝影師Pierpaolo Ferrari挑選，並以專為大面積格式而設的噴墨打印機印在布上，把影像傳神高清晰印，不會因為放大而變模糊不清。「《Toiletpaper》畫面可以印在F1賽車，甚至泳衣上，由餐具至時裝，它不只是攝影，更成為一種風格。」Stefano Seletti如此說，美麗與怪誕在家中呈現。

Stefano的幽默感還延伸到工業器物，深藍色的工具箱、鮮黃色工人頭盔與鮮紅色雪糕筒，表面上是工人常用之物，捧上手卻沉重得多。原來不是塑膠而是瓷器，它們是Seletti與時裝品牌Diesel旗下家品店Diesel Living合作系列「Work is Over」，他們把人們見慣見熟的東西變得陌生化，變成耐用的收納盒、花瓶等有趣家品。

Seletti  
www.seletti.it

來自意大利的Seletti與先鋒藝術雜誌《Toiletpaper》合作，把影像列印在巨型地氈上，大玩黑色幽默。



喜歡工業風的人必然會愛上士巴拿、螺絲造型的餐具。

Seletti與Diesel Living合作推出「Work is Over」系列，把金屬工具箱變成瓷器盒子，放上一條法包，高雅地放在餐桌上。



## 餐桌不悶 食具玩伴

薯仔、莎樂美香腸、手榴彈似的火腿，放在一起會否令你聯想起一道美味法國菜，它們除了是歐洲人餐桌上的常客，也是法國家具新貴Petite Friture最新「à table」系列家品。以餐桌為主題，光是圖片已令人流口水，芝士、紅洋蔥、鮮蝦等配襯薯仔掛鈎、香腸吊燈與火腿碟子，宣傳冊子也特別用心，加插法式焗蝸牛、雜莓果露食譜，有趣的是，負責製作的不是餐廳大廚，而是荷蘭設計公司Studio Appétit的創意總監Ido Garini，「餐桌該是人們在家中放鬆的地方，那種快樂是無形的。」

食物是這系列的主角，其中Tubercule灰藍色薯仔掛鈎由Scmp Design Office設計，以水泥製成，一組兩個薯仔的有機形態仿真度高，由無數個法國農夫種的薯仔中千挑萬選而來；Succession碟盤外面質感略帶粗糙，由瑞典設計二人組FÄRG & BLANCHE設計，交由近二百五十年歷史的法國陶瓷廠REVOL製作，每個碟子都由繩子束紮過，就如火腿那樣保留製作痕迹。

品牌成立於2009年，雖然年輕，卻在Maison&Objet Award、Wallpaper\* Design Awards等設計界獎項中獲獎，備受注目，成名作是Vertigo吊燈，活像一頂超寬邊的法式淑女帽，輕盈的結構能令它隨風轉動，富有詩意。創辦人Amélie du Passage自稱是「éditeur de design」（設計編輯），他們不是設計師，而是伯樂，至今已與近三十組年輕設計師合作，志在催促新人力量，網頁上的設計師頭像全是GIF圖，扮鬼面大笑的動畫，還介紹了他們的喜歡的pantone顏色、音樂與巴黎地方等等，品牌產品簡潔乾淨，同時大膽地創新主題，保持新鮮感。

Petite Friture  
www.petitefriture.com

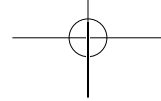
(上) 食物設計近年成為大熱，Petite Friture的「à table」系列模仿火腿、薯仔等，設計出掛鈎及碗盤。

(中) Petite Friture屬法國新晉品牌，經常找來本地年輕設計師合作，風格簡約有型。

(下) 趣怪的透明玻璃香腸燈罩So-sage由設計師Sam Baron設計，可堪玩味。







穿上貴族服飾的動物，印在托盤上，掛在牆上就成了飾畫。

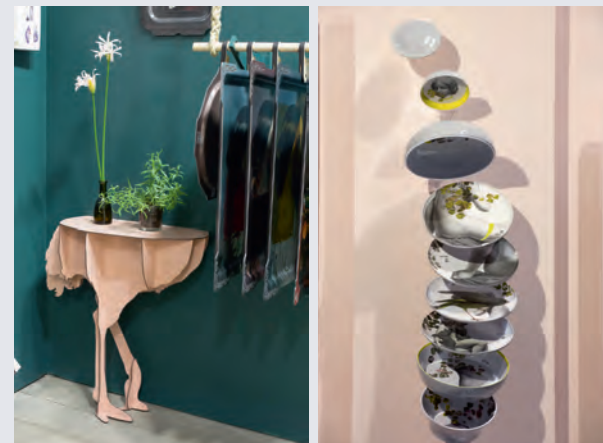
## 法式童話 動物農莊

法國品牌ibride無疑容易令女生愛上，馴鹿、黑熊、鴨子等等硬卡紙似的立體裝飾是其標誌作品，最近把動物造型發揮，成為茶几，當動物只剩下半身，人們仍能猜到牠是什麼。如此超現實的動物家品在M&O不是首次登場，卻是令人留下深刻印象，因為傢俬由多塊立體剪裁膠片以十字入榫方式卡住砌成。

話說品牌發起人兼設計師Benoit Convers在法國鄉郊長大，自小與大自然和野生動物為伍，喜歡觀察其動靜，鳥獸動態早已烙印腦中，長大後他與插畫師太太Rachel Convers及弟弟Carine Jannin合力創辦ibride，利用自己工業設計專長，把兒時記憶重現。除了抽象的動物模型茶几和收納櫃，展場更首次推出像真度高的動物餐盤，上面中世紀寫實畫象，主角卻是爵士打扮的蜂鳥、淑女似的鴨子、手撫鋼琴的貓等等，叫人會心微笑，餐盤還可以掛在牆上作為裝飾，一物二用。

強調家品的雙重用途也是品牌特色，例如“Voyages Immobiles”系列，表面看來是線條圓潤的花瓶，其實是一套七款的碗碟，每個大小及圖畫各異，同樣是以動物為主角，拼湊在一起卻成了一段段森林故事，用家宴客時便把花瓶拆開，平時疊起收納也不礙眼，放在客廳也優雅，不必把餐具統統塞進廚櫃。

ibride  
www.ibride.fr



(左) 由於ibride創辦人自小在鄉郊長大，對動物特別有感情，長大後創作出雀鳥野獸的茶几。

(右) ibride強調產品的雙重功能，多個大小各異的碗碟堆疊在一起，變成雪白雪瓶，裝飾餐桌。



(左) 粉紅色的金屬置物架，大大扭轉以往灰暗悶蛋的印象。

(右) 對Nomess Copenhagen而言，設計師與工程師角色同樣重要，Gravity Rack金屬掛架可以隨時拆下，方便改變用途。

## 丹麥美學 快樂收納

北歐設計總是被人與簡約劃上等號，來到Nomess Copenhagen的展場，可以肯定它是丹麥品牌，乾淨無多餘修飾，卻不會令人覺得冰冷，或者因為它重視柔和色彩運用，讓人感受到好玩一面。

其產品幾乎無所不包，由旅行用化妝袋、桌椅櫃架、文具、衣架畫框都一應俱全，創辦人兼創意總監Suzanne Potts說道，她的設計靈感都是與生活有關，例如Storage Balsabox小木箱，看似是普通木盒，一打開原來蓋面是鏡子，內裏可以放化妝品、太陽眼鏡及首飾等雜物，「這收納盒是我為女兒而設計，跟很多少女一樣，她每次出門前都會化妝打扮，見她拿着化妝品在家中走來走去很不方便，於是我想出這樣一個盒子，平時蓋上不會混亂，而且將來她結婚後與丈夫同住，這樣一個中性的化妝箱，男生也不會抗拒吧。」Suzanne笑道。

展場內除了花俏的粉紅色金屬書架，暗綠、粉紅、淺灰的Soft Memory Pillows同樣搶眼，幾何條紋枕頭套內藏記憶海綿，無論

怎樣壓打，都能迅速回復彈力，適合餐廳、時裝店等經常有人使用的空間，而且可以換洗，方便得很，「有別於別的丹麥品牌，除了賣好看，我們也重視科技運用，我們的設計師會與工程師合作研發。」她解釋，例如Gravity Rack紅色金屬掛架，U字型架子不用鑽牆，而是以兩個掛鉤繫上繩子固定，有需要時才掛上，節省空間，也令室內設計更靈活。

Suzanne不是讀設計出身，她之前曾任職丹麥建築中心和丹麥外交部的公關和市場推廣，曾經在巴黎生活過六年，「當我從五光十色的巴黎搬回哥本哈根後，忙著為新居張羅，想找漂亮的家物卻找不到，索性嘗試自行設計，不假他人之手。」於是在2007年成立Nomess Copenhagen，「生活中總有大大小小的雜物，我由始至終都是想着如何生活得更容易方便，把混亂收納得漂亮。」

Nomess Copenhagen  
www.nomess.dk

回彈力強的Soft Memory Pillows用上記憶海綿，色彩好看，而且可以脫下枕套清洗。





Creatively Independent

# 獨立創作 破格趣味

有別於七號館偏向流行產品，八號館則偏向室內設計及建築，例如地板、牆紙、噴水池、天花板等，今年更新增New Project組別，展出有趣而未曾展出的新點子，即使是一人創意品牌，也有機會受邀展出，獨立地精采。

## 3D列印 省電照明

LED燈飾早已不是新鮮事，但OLED燈卻沒太多人知道，韓籍設計師Min Sang Cho主打這種先進技術，細薄的發光膠片猶如絲帶般，在半空中勾勒出富動感的線條，或被縫在布幔上垂掛。「發明OLED燈的不是我，是韓國電器大品牌LG，這次是我受邀使用其技術合作創作。」Min Sang在英國皇家藝術學院畢業，曾有多年建築照明工程及設計經驗，他解釋，這些膠片都是先立體列印，然後人手屈曲成自然飄逸的形態，是科技與手工的結合，他着我們摸一摸燈片，卻毫不燙手，「OLED只有不足一毫米厚度，質料柔軟可塑性高，比OLED省電，更不會發熱，安全得很，而且沒有眩光，即使直視也不會覺得不適。」他相信OLED燈飾很快會成為燈飾熱潮，無論是櫥窗設計、藝術還是建築界也能應用。

MS CHO Studio Limited

[www.mschostudio.com](http://www.mschostudio.com)



韓籍燈光設計師Min Sang Cho與LG合作，以可塑性極高的OLED燈創作。

Barrak Naamani來自黎巴嫩，他把自小陪伴成長的腳踏衣車重新組合，參考人體動作，鑄造成座地燈。



## 古董昇華 家族故事

來自黎巴嫩的藝術家Barrak Naamani同樣醉心手作燈飾，他身邊是一台台金屬座地燈，盡是由近百年歷史的古老腳踏衣車改裝而成，經歷過不少風霜，他認為每台衣車都有自己的故事，其線條粗細、風化程度一致，故堅持每支燈飾只用同一台衣車組件製作，絕不混雜別台材料。「燈飾形態參考了中國人耍太極的姿勢、婦女跪坐拜神的動作，也有跳舞、仰天遠眺等。」Barrak說，選擇以衣車作為創作對象，因為這是陪伴他成長的事物，「我爸爸是一位裁縫，整個家族包括我自己都懂得訂造衣服。」說罷馬上播放一段錄音，噠噠噠，噠噠噠，節奏不慌不忙，「腳踏衣車運作的聲音最動聽，即使它隨時日流逝乏人問津，還是可以轉化為另一種美態，保留下來。」

Barrak Naamani

facebook:barraknaamani

## 環保牆壁 水松香氣

水松木近年深受設計師喜好，由於其生長速度快，每三年便可收割樹皮，不會導致水土流失，以往水松木較多用於傢俬產品，來自葡萄牙的設計公司Gencork卻把它的用途發揚光大，用作建築材料和牆身，配合數碼科技，切割出不同的幾何線條和抽象立體弧形圖案，不但具藝術感，更有效隔熱、隔音、防震，華實並重。走進水松木牆壁走廊，會聞到一陣淡淡的烤味，負責人Paulo Falcão Estrada解釋：「水松經人手採收後，會放進高壓爐中注入水蒸氣『烹煮』，令水松變成朱古力似的深啡色，我們在不會使用添加劑，而且蒸氣也會回收抽取來清潔松木，不會浪費，故工廠百分之九十五的能源都是自給自足，環保得很。」

Gencork

[www.gencork.com](http://www.gencork.com)



葡萄牙設計公司Gencork負責人Paulo Falcão Estrada的叔父輩已生產水松木成品，但應用在立體牆壁雕飾上，還是近年新事。

France Bruyère為客人度身訂造最適合自己身形的衣架，每個都是手工製作。



## 貼身溫柔 衣物歸宿

二千多元訂製一個衣架，這點子會否太瘋狂？「記得兩年前，我有件心愛的毛衣經過掛晾後，兩個肩位竟然給衣架頂起兩個尖角，整件毛衣的形態就被破壞，心痛得很。」從沒有設計經驗的法國女士France Bruyère回想，她發現不少衣架都有同樣問題，但衣架生產商卻甚少正視，為免衣服再遭殃，她決定自行打磨製作，花了多個月，請朋友到她家度身，綜合出不同尺碼，並開設網店接受訂製，即使個子小、肩膀較窄的女生都能找到適合的衣架。她手上的木衣架比一般衣架肩位略略收窄，呈明顯弧度，兩側以皮革包覆，上面刻有用家英文名字，衣架還有魚骨狀，方便掛領帶、皮帶等長條形衣物。

Alphanger

[www.alphanger.com](http://www.alphanger.com)

## 後記

### Play Hard

不少人都將M&O與其他大型傢俬展比較，雖然都是貿易展，但前者展場設計佈局更花心機，無論是展館間供參觀者停留的公共空間、餐廳、傳媒休息室，還是設計師聚會的Designer's Studio，都請來設計師設計，讓眼睛和身體放鬆。參展品牌亦較重視室內設計，把場地佈置成家居模樣，令人容易想像放在家中的效果。雖然場地極大，但精采的都集中在紅地毯兩側，即使不是業內人士，也有吸引力，輕易便在裏面耗上一整天。▶