

JOHANNES VERBEE.



# 时尚芭莎

Harper's BAZAAR

MAY 2016 第5月号  
本刊与美国 HARPER'S BAZAAR  
版权合作

倪妮  
新的不只是恋情

朴宝剑  
柳俊烈  
少年如你  
青春正好

Fresh Spring  
迎新季  
时髦大清洁

突破Polo衫  
局限性

素颜不怕  
赢在清纯肌

网剧红海时代

“天天向上”  
新兄弟组合

街头  
就是新时尚  
文化

邮发代号 2-701  
ISSN 1673-0628(国际标准刊号)  
CN11-5204/K2(国内统一刊号)  
定价: 20元(港币: 30元)

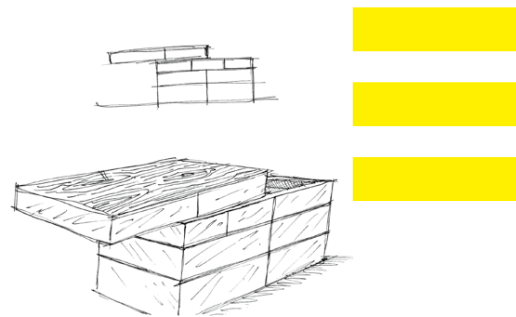
www.trnds.com.cn  
ISSN 1673-0628  
9 771673 062828  
www.bazaartrnds.com.cn

下半月刊

Johannes Torpe

产品设计

# 我是个商人， 但我不止想挣钱， 还想启发人们



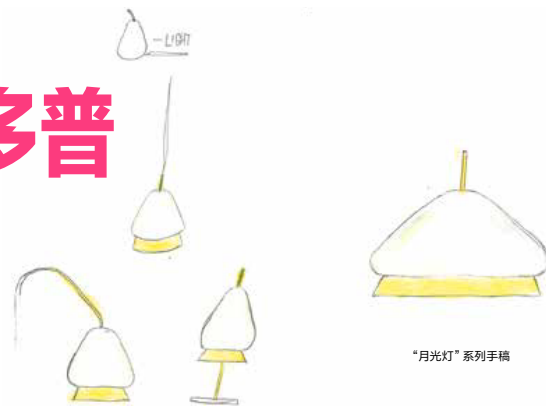
## 一个试图带着设计进入太空的设计师

A DESIGNER TRYING TO BRING DESIGN INTO THE SPACE



# 约翰尼斯·多普

JOHANNES TORPE



“月光灯”系列手稿

约翰尼斯多普一点也不掩饰自己在设计上的野心。他的自信来自于他惊人的履历：年轻时出过唱片、开过演唱会，甚至拿到了格莱美奖。就算当上了设计师，客户名单也都是“A-List”，从政客到宇航员，没有他搞不定的人。

一张椅子，多普敢买到80万人民币，他觉得这笔账得这么算：“你看，光是采伐的成本就有38万元，后期还有定制和打磨呢。”最重要的是他付出的设计心血，这一点上他不认同大规模生产的“民主过程”，他享受特殊定制的“独裁”。

一旦多普接受了订单，他会从所有细节帮你设计周全，在他最新设计的餐厅里，内部的吧台、桌子，台灯都亲自手绘效果，恨不得把筷子、杯子也画出草稿图。你可以说这是他作为丹麦人的设计天赋，但他会告诉你，60年前的丹麦也不是这么一回事儿。

“如果我们回到1950年的哥本哈根，没有人能意识到设计的价值，那时的人只欣赏建

筑。有人建好了一栋楼，设计师只是为里面增加一些家具。”但现在，互联网解放了一大批设计师，“中国做到了全世界没有做到的事情——让小品牌直接与设计师合作，慢慢建立一个大品牌。这对设计的未来很重要，设计师可以掌控他们的生活。毕竟我们的目的不应该是做更多的家具，而应该去启发别人。”

《芭莎艺术》：设计容易走两个极端：追溯传统或是向西方看齐，应该怎样在传统和未来中寻找平衡点？

约翰尼斯多普：我不觉得这个问题有答案，在1950年代的丹麦，设计师都向东方看齐，他们学习中国和日本的设计，学会看风水、买中国椅。现在一切反过来了，中国、日本、韩国设计师反而来到西方。这之中的差别是，当西方设计师抄东方设计时，会将一把椅子改良为对西方人更加舒适的样式。

为什么抄袭会发生？责任不在设计师而在制造

商，一切都是由金钱驱动的。设计师有责任对制造商说：“如果你让我抄袭，我不会再为你工作。”对我来说，要对自己诚实，要对你想做的事业保持真诚。

《芭莎艺术》：在你看来，丹麦依然是设计界的领航者吗？

约翰尼斯多普：不。我雇佣了很多丹麦设计师，给他们非常高的工资。在哥本哈根，房价也很高。中产阶级正在将大众逐渐挤出，创造出一个新的中产阶级。

丹麦现在面临的问题是，我们有非常好的设计思想，但是我们缺少对世界的兴趣。好奇心已经不在了一——我们对自身很感兴趣，想创造一个斯堪的纳维亚风格，木头、大理石、皮革……很多丹麦设计师在采访时都说，“我觉得我站在巨人的肩膀上”。真的吗？我感觉不到。我钦佩这些大师的创作，无疑他们让丹麦设计闻名世界，但当设计作为一个整体，最终的目的仍然是要去启发别人。



约翰尼斯·多普最新作品“月光灯” (The Moon Lamp)