

營造氛圍的情境燈光

聆賞音樂的最佳地點

成千上萬個現場演唱樂團

聲嘶吶喊的樂團之一

直到最終的謝幕曲

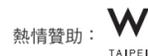


iPod, iPhone and iPad are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries.

### MORE THAN JUST A DOCK

BeoSound 8 可搭載您的iPod、iPhone或iPad，也可連接MP3播放器、PC或Mac使用。時尚的造型，絕美的聲音品質，襯托您不凡的生活品味。

100年6月30日前，凡購買BeoSound 8參加抽獎，即有機會免費入住台北W飯店：  
頭獎(1名)：台北W飯店 Fantastic Suite 奇幻套房單日住宿券乙張 (價值38,115元內含服務費與營業稅)  
貳獎(1名)：台北W飯店 Wonderful Room 奇妙客房單日住宿券乙張 (價值17,325元內含服務費與營業稅)  
參獎(2名)：Bang & Olufsen A8耳機乙只 (價值6,500元)  
特別獎(10名)：Bang & Olufsen 噴砂馬克杯乙只



熱情贊助：

## BANG & OLUFSEN

台灣總代理	丹意企業有限公司	(02)2781-5958	台中門市	台中市公益路二段220號1樓	(04)2252-0261
台北門市	台北市仁愛路三段133號1樓	(02)2772-9616	台中新光三越門市	台中市中港路二段111號2樓	(04)2258-2729
台北新光三越門市	台北市松壽路信義新天地A9館3樓	(02)8789-5187	台南新光三越門市	台南市西門路台南新天地1樓	(06)303-0020
台北101門市	台北市市府路101購物中心2樓	(02)8101-8312	高雄門市	高雄市民權一路251號1樓	(07)229-2188
麗晶精品門市	台北市中山北路二段39巷3號B2	(02)2521-3848	高雄大立精品門市	高雄市五福三路57號B1	(07)241-7412

www.bang-olufsen.com

DFUN

# DFUN

DESIGN FASHION UNIQUE NEXT

DFUN設計風尚誌國際中文版 [design · architecture · interiors · lifestyle]  
全球1000家知名品牌生活、時尚精品採購指南  
世界頂尖設計機構Domus、Marangoni、WGSN獨家設計趨勢報告

SUMMER 2011

## ORGANIC DESIGN

專訪有機大師 Ross Lovegrove

## REVOLUTION OF ARCHITECTURE

抗災設計未來式 奇蹟建築狂想曲

## WGSN: ECO-HEDONISM+HYPERCULTURE

生態享樂主義+超文化

品味縮影 18款個性書架 · 專訪有機大師 Ross Lovegrove

SUMMER 2011 NO.37



# EPITOME OF TASTE

品味縮影 18款個性書架

## DREAMING WONDERLAND

透視史塔克的億萬豪宅



4 712774 453975 06

買設計·找風格·新時尚 NO.37 NT.200

## CONTENTS

### NEXT

- 018 NEW YORK  
紐約：保存時代意義
- 022 LONDON  
倫敦：偉大風格回禮
- 026 PARIS  
巴黎：女設計師的魅力
- 030 MILAN  
米蘭：當代藝術的立體面

### NEWS

- 032 全球新品

### DESIGN

- 042 文化基因 線香變身藝術座椅
- 044 解放家具形式
- 072 遨遊聽覺之旅
- 124 ROSS LOVEGROVE  
專訪有機大師
- 128 GARDE  
日式時尚 商場設計的美學實踐者



### INTERIOR

- 046 CAMPERDOWN HOUSE  
細節與優雅共生
- 050 GARDEN VILLAGE  
重塑生活軌跡
- 162 THE PRAHRAN WHITE HOUSE  
澳籍建築師演繹藝術空間美
- 168 DREAMING WONDERLAND  
透視史塔克的億萬豪宅



### ARCHITECTURE

- 054 THE MAGIC CUBE  
水上魔方
- 056 CATHEDRAL FOLD  
羽翼聖殿
- 094 NEW YORK BY GEHRY  
紐約天際新貌 建築大師經典力作

### FEATURE

- 058 品味縮影 18 款個性書架
- 078 抗災設計未來式  
奇蹟建築狂想曲
- 114 THOMAS HEATHERWICK  
搖滾巨星般豐收之旅特別報導
- 120 2011 年國際設計趨勢暨通路開發研討會



神戶 Berneys New York 百貨

# THE PRACTICE OF JAPANESE STYLE

日式時尚 商場設計的美學實踐者 — GARDE 專訪

TEXT // Kirstie Wang PHOTOS // GARDE

什麼樣的購物天堂能讓你甘願解放皮夾中所有信用卡？國際商場設計大師梶原章（AKIRA KAJIWARA）帶領來自日本的商業整合設計團隊 GARDE，集結所有顧客的心聲，秉持著日本人一貫的嚴謹與細膩，在全球打造內外皆美的百貨購物中心，將日式的時尚生活美學原汁原味帶到世界各大城市，讓購物不只是消費，更是一種享受。



珠寶品牌「TASAKI」銀座本店

GARDE 成立於 1985 年 4 月，成立至今 26 年，據點已遍佈全球，從日本、新加坡到紐約，再從紐約到米蘭、巴黎，不但跨足亞洲市場，更大舉進軍歐美，主要提供商業設計的市場行銷、諮詢到創新設計。而目前在台灣最新的設計案是位於台北精華地段信義區，於 2010 年 10 月正式開幕的統一阪急百貨。GARDE 的設計部總經理梶原章在 GARDE 株式會社任職 15 年，現任設計部總經理，目前在 GARDE 東京總部負責監督所有大型零售發展工程，也是負責台北統一阪急百貨商業空間規劃的設計師，雖然在台灣的商業空間設計作品已不勝枚舉，仍然期望阪急百貨能讓台灣的顧客有全新的消費體驗，「阪急百貨的

商品上架是與日本同步，商品輪汰週期快速，隨時提供最新的流行商品，而整體空間設計上注重一貫性。我們希望顧客在阪急購物的過程中，不會對空間的設計感到厭倦，各樓層指示能有效引導，讓大家享受一個舒適與便利的購物環境。」對於主打定位是「美人百貨」的統一阪急百貨而言，努力做到內外兼具才足以打動廣大女性消費者的心，不論是浪漫華麗的內裝、寬敞的走道、應有盡有的精品、舒適的公共空間、宛如戶外的光線照明、貼心的個人化服務讓你有賓至如歸的感受，或是充滿時尚感的化妝室和更衣間，GARDE 在執行室內空間設計之前都會花很多時間深入了解各家商品的需求，才能將各品牌放

在適當的位置，將空間利用發揮到極致。

談到商業空間的利用，梶原章認為這是設計師在與業主溝通時最難達成共識之處：「通常在設置休憩空間時較難協調，由於現在高齡的人口多，通常婦女會花較常的時間逛街購物，常會讓小孩或男方等待，因此也特別注重留白的休憩空間設計，營造舒適的購物空間。」但業主常會認為設置休息區便無法將空間充分利用，通常會要求將休息空間設置在隱蔽處，跟櫃位有所區隔，但為了營造優美的購物環境，GARDE 會建議業主將休息處設置在明亮處，不僅讓增加空間的舒適感，也讓休息的人可以看到其他顧客在購物，同樣能刺激消費慾，如此更滿足了設計需求、銷售



台北統一阪急百貨



位於蘇聯亞塞拜然首都巴庫的百貨 Emporium

需求、顧客需求。

接手過無數個商業空間設計案件，在梶原章心中的完美典型是 GARDE 在神戶設計的 Barneys New York 百貨，整體設計概念是根據美國紐約曼哈頓總店的風格，Barneys New York 與一般百貨公司經營模式不同，它匯集各大精品在同一賣場和展示櫃位中販售，因此，設計上必須考量整體空間的連貫性與動線，方便顧客細細瀏覽各項商品。梶原章表示，通常百貨與購物中心的各櫃位都是由品牌自己設計整體視覺與擺設，當案子交到設計師手上時，只能設計走道空間，但日本的百貨公司本身就有自己的品牌，空間操作的自由度因

此變大，更能有效結合企業精神核心，讓消費者不僅是前往購物，更是一種追求日式生活時尚美學的態度。

目前 GARDE 最新的跨國案件是在蘇聯亞塞拜然 (Azerbaijan) 首都巴庫 (Baku) 設立的日系百貨 Emporium，對於 GARDE 的觸角首次伸入蘇聯，梶原章原先以為當地消費習慣與文化差異會使設計溝通過程困難重重，結果卻令他感到意外：「在深入調查當地市場與文化之後，我們的提案過程非常順利，業主和當地顧客的接受度比我們想像中的大，但文化差異是跨國設計最大的阻礙，在國外設計日系百貨時，必須先了解當地顧客的習慣和文化，再把日

本設計的 Know How 與其它國家文化結合，才能夠在眾多提案中脫穎而出。」GARDE 堅持提供全面的服務，不只單純提供設計，更注重因地制宜的品牌行銷和調查工作，使商業空間具體化成為有力的交流媒介。

無庸置疑，日系百貨已在全球成為主流，GARDE 所設計的日式百貨，以出色的洞察力與創造性提高消費者的品牌意識，顧客能敏銳感受到 GARDE 對商品的熱情、品味和關愛，使百貨與購物中心不再只是零售商的聚集地，更是零售品牌之外的再包裝，成為獨樹一格的品類。