

视觉装饰

现代装饰·家居
MODERN DECORATION HOME



+单点
WARM
WINTER
温暖冬

+专题
GLORIOUS
TIME
WITNES
LEGEND
这一纪，见证传
——第十二届现代装饰国
传媒奖大型专题报

343

2015.1
RMB 35 USD 10

ISSN1003-9007 CN44-1031 / TS
01>
9 771003 900024



家居设计文化的倡导媒体



葛亚曦

LSDCASA创始人兼艺术总监
年度样板空间大奖获得者

非常荣幸万科郡西别墅荣获现代装饰传媒奖年度样板空间大奖，同时万科翡翠别墅获得年度软装陈设空间大奖入围奖。感谢现代装饰传媒奖，感谢《现代装饰》杂志这些年一直关注LSDCASA的成长和进步，我们也会坚持努力，做更好的设计，做“立于潮流之外”的设计。

对于我来说，12年的最大的变化就是进入室内与陈设设计这个行业，当年中国的城市化过程对生活的需要、需求的转变，而又面临市场无法供给，让我闯进了这个行业。这些年，我们一直在创新，却不以创新为目标；我们试图构建和沟通美，却从不迎合或追随；我们一直风格明确，却很难被归类。下一个12年，我们要做的事情依然是示范生活之美，树立行业标杆。

再次致谢《现代装饰》杂志和现代装饰传媒奖，12年历程，艰辛付出，也收获荣耀，现代装饰国际传媒奖越来越成为设计师们努力的目标，这正是这么多年传媒奖恪守初衷，以专业、严谨、公平、公正的原则，推动设计的创造力向设计影响力的转化的结果。2011年我与传媒奖结识，最深刻的印象是每次颁奖典礼上都能见到许多非常有影响力的国际设计师及其作品，它不仅仅是中国的，更是世界的。未来，希望我们设计行业越来越多地关注设计对人文价值与示范生活的驱动。



邓子豪(左) 叶绍雄(右)

香港天豪设计设计总监
年度样板空间大奖获得者
邓子豪先生并斩获年度杰出设计师

非常感谢现代装饰颁发这项奖座给我们。每获得一项嘉奖都是对我们设计上极大的鼓励，这些奖项一直支持着我们的设计团队更努力地不断创新，就像精神食粮一样。同时，看见每一届都有一

些新血液进入，这反映着中国的室内设计行业在不断地进步中，是一件更加令大家可喜可贺的事。我们亦非常欣赏每一位获得嘉奖的设计师，从中看到了很多值得向他们学习的地方，这也是令我们不断成长的原因之一。

十二年确实是一个不短的岁月，回顾过往的变化，我们在设计上默默地成长着。就像这些年内，我们开始喜欢运用一些鲜艳夺目的材质或物品，或者和艺术画家合作创作出独一无二的空间。我们希望在往后的设计上，能够带出更多新的突破及别具一格的作品。



Tobia Repossi

深圳市圣格莱装饰设计有限公司设计总监
年度原创产品设计大奖获得者

我与SGL来中国开设产品设计部仅一年就荣获了这个殊荣，可以说我们选择的这个市场方向绝对是正确的。我们一直都是与那些希望建立起属于自己的市场策略的公司以及希望用自己的创意来生产产品而非复制其他公司的设计的供应商合作。我去年也参加过传媒奖的颁奖典礼，但今年是我第一次获得现代装饰国际传媒奖。所有设计师的参赛作品质量都越来越高。传媒奖作为一个国际知名的奖项，它以质量、外观以及功能性作为标准选出最佳作品，可以说这个奖项完美地契合了新理念和新设计的趋势。

从我几年前来中国直到现在，我的作品一直都有改变，即便我在这里已经待了挺长的一段时间，但不同的文化及社会因素给设计所带来的影响还是有很大不同的。在欧洲，许多公司都是侧重于品牌及市场战略方向，但却很少推出新产品。而在亚洲，产品设计这块儿仍处于飞速发展时期，所以我们会有更多空间去构思一些新产品，能用一个全新的理念去设想一个产品的雏形。我相信，未来会有更多的产品及新理念的诞生，这也是中国设计界未来的发展趋势。因为中国市场跟西方国家市场大有不同，而且规模巨大，所以我的设计想法也一直在变。但是中国市场有许多特殊的规则，我们有时候会比较疑惑，这个适应的过程对我们来说并不简单。

中国市场正面临着巨大的变化，它从单纯的“生产”模式逐步演变为“经过研发后再生产”模式，换言之，未来几年的中国市场将会是一个充满想法的市场。中国设计所面临的挑战是这里拥有所有的好资源，但在文化及社会层面上仍然经历着深层且富有冒险性的变化。