



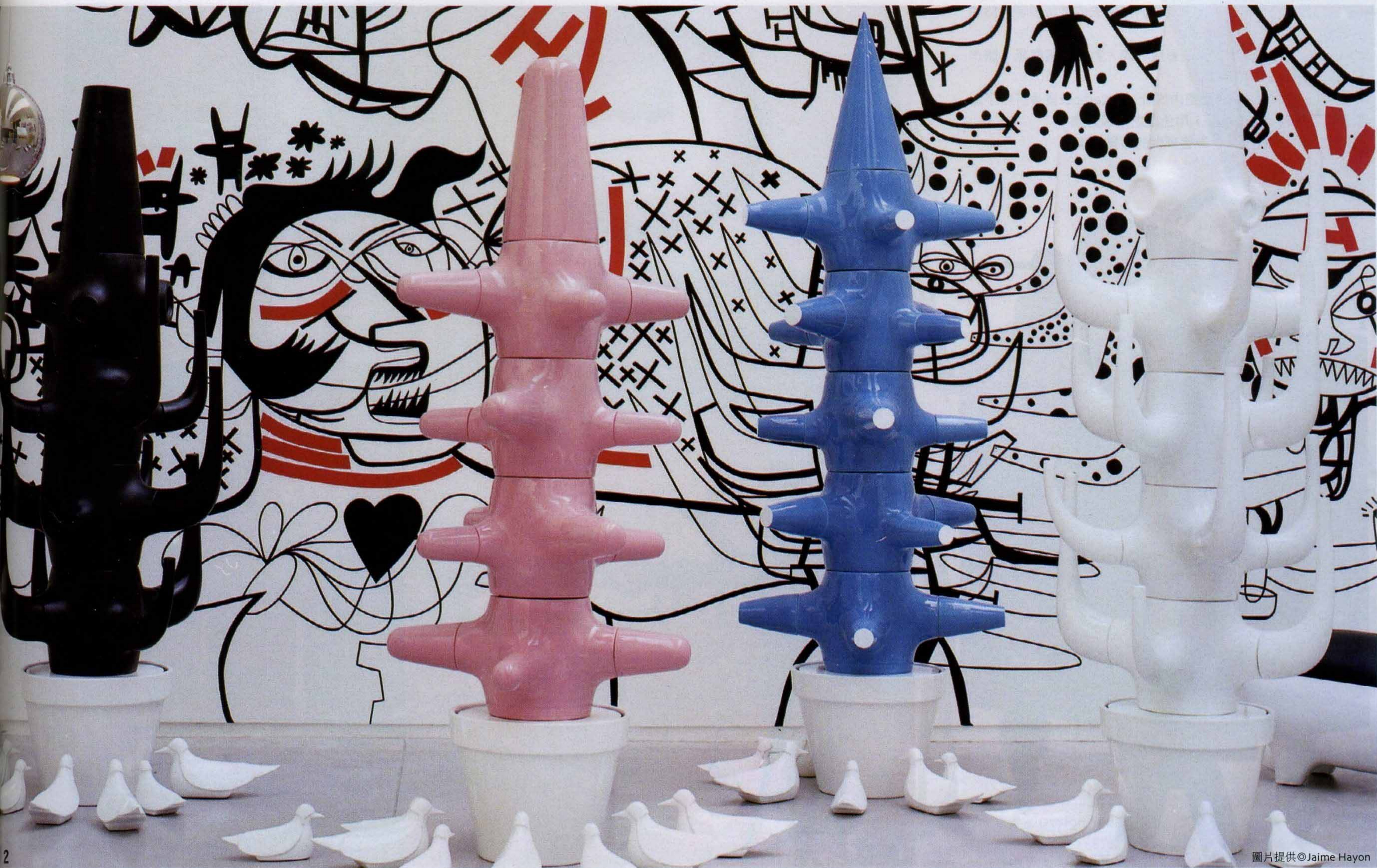
圖片提供©Bisazza

# 2007年米蘭傢飾展 Bisazza 裝置大師 設計界的畢卡索——Jaime Hayon

以充滿故事隱喻的浴室作品AQHayon Collection，打破浴室的簡單線條，在簡約中散發迷人的奇幻趣味，獲得2006 ELLE Deco，爆紅於設計界的Jaime Hayon，事實上卻從不為任何品牌工作，以藝術家的身份跨界演出，讓傢具也有了生命，所以我們稱他「設計界的畢卡索」。

文◎柯維玲 圖片提供◎Bisazza、Jaime Hayon





1. 這個作品將在2007年4月17日的米蘭傢俱展現身，Bisazza位於Superstudio Piu的展場，名為「芭蕾馬賽克」。
2. 2003他在倫敦David Gill art gallery的個展名稱「地中海數位巴洛克」(Mediterranean Digital Baroque)，奠定創作風格。

#### ● About Jamie Hayon

1974年出生於馬德里，並在馬德里與巴黎就讀工業設計，1997年前往義大利的班尼頓溝通研究部門上班，一年後被班尼頓先生直接點名，開始參與一系列的商店、展覽、與餐廳等多項的設計，2004開始自立門戶，開發自己喜愛的设计與藝術，並為多家廠商作跨領域的设计合作，將古典優雅的巴洛克風情帶入充滿現代家具的设计，呈現一種超現實的未來感，是Jamie Hayon的一大個人特色。



圖片提供©Jaime Hayon

設計界畢卡索的稱號可能不會獲得Jaime Hayon同意，但他的名號，的確在幾個頂尖設計展與設計團隊中發光，從2006年獲2006 ELLE Deco的AQHayon Collection浴室系列、早期大紅日本的玩具公仔、甚至24歲在班尼頓創意研究室Fabrica擔任創意總監期間，於倫敦David Gill art gallery名為「地中海數位巴洛克」(Mediterranean Digital Baroque)的個展，開創Jaime Hayon在设计與藝術的雙重超級成就，讓設計界奉他為Philip Starck的接班人，史塔克的光芒，在Jaime Hayon的出現後，頓失光彩。

居然有人連設計師的草稿都想收藏，可見這位「設計界的畢卡索」的魅力。只要看過他的塗鴉，不難從這些亂中有圖的草稿，聯想到畢卡索的畫，巧合的是，同樣受訓自西班牙(Jaime Hayon是馬德里)的基礎訓練，再遠渡巴黎發展的過程，和畢卡索如出一轍，一如2003他在倫敦David Gill art gallery的個展名稱「地中海數位巴洛克」(Mediterranean Digital Baroque)，其實也只是他在開幕式上，脫口而出的一句話，直覺式的反應，恰巧點出這一波Jaime Hayo所創造的復古新浪潮。

展場中看到純白的牆面上，以黑色及紅色的線條手繪塗鴉，白色屋旁林立著大型粉紅、亮黃、純白、天藍色、不鏽鋼的仙人掌盆栽，旁邊圍繞著白色的尖嘴豬及鴿子，象徵成人世界的名利爭奪，由超音速豬所帶領的動物兵團守護著，充滿故事性的風格，卻同時有著童話式的完美表現，同時蘊含加州塗鴉、地中海生命力線條、超現實等元素，開啟一系列Jaime Hayon式的魔幻寫實之路。

#### 創造「地中海數位巴洛克」風潮

不管是單件作品，或是展覽裝置，你都看到Jaime Hayon式的奇幻故事，一如一場華麗的現代版愛麗絲夢遊仙境，桌子長了各種形狀的腳、金屬亮面的燈像座蘑菇、超大如娃娃屋的椅背與纖絲的椅腳……，在絕對現代的純白、亮藍、亮紅、亮黃下，有著極端華麗復古的巴洛克奢華，彷彿一個來自皇室貴族小孩的畫作，立體地呈現在你眼前。

更進一步成熟的作品展現在為巴塞隆納傢俱设计公司BD合作的「Show Room」，在展覽中，Jaime Hayon將他的奇幻想像融入傢俱中，幾款經典的作品就在這裡產生，包括給予嬰兒般包覆的巴洛克椅、可自由換腳的櫃



1. 充滿想像力的傢俱設計，多層次的結構去依然呈現現代簡約的質地。
2. Pallucco這件作品，使用高彩度玻璃，對比的紫與黑，讓作品充滿迷幻的記憶感。
3. 4. 近來Jaime Hayon跨足室內設計，為Camper量身訂作了造型質地獨特的桌椅檯燈等，用色極之搶眼大膽。
5. 燈具結合桌子的設計，為書展做的裝置藝術。



子，以及如外星人般的動物花瓶，受到MGM音樂的啟發，這一系列的作品探討內在與外在、極大與極小的對比性，甚至是自然與科技，才會創造出像動物又像機器外星人的花瓶，雖然奇異的不合比例，卻又奇妙地符合優雅比例，一點都不突兀，材質的運用也巧妙地融合皮質與塑膠，完全展現在科技世界中的人性，好似挖掘出人性內在的衝突，在內心發出震驚的意念。如此驚人的奇幻奢華，在「Pallucco」這件作品展露無遺，使用高彩度玻璃，對比的紫與黑，讓作品充滿迷幻的記憶感。

看完Jaime Hayon進入設計界的經典作品，你看到80年代Memphis設計風（大膽的亮彩與金屬色澤）、巴洛克古典造型（纖維的彎曲椅腳與形體），更驚人的還有洛杉磯的塗鴉風、極簡主義的簡約線條，統統被這位天才型的設計師巧妙融合在一起，讓古典的靈魂，奇妙地以數位科技的形體出現，令人大嘆「真是太有趣了！」

一如Jaime Hayon所說的：「對我來說，一封信、日式桌子、巴洛克、洛杉磯，都是我創作的元素，所有的形式變成一個遊戲，我喜歡這個遊戲。」他強調並非追求潮流，在

歷史感復古風流行之前，他就已經在構思AQHayon Collection這個作品，他只是做他喜歡的事。熱愛泡澡的Jaime Hayon，依據自己的需求，突破浴室的簡單與無聊，創造出AQHayon Collection目前有金、白、黑、白金、黃等色系，第一次作品包括洗臉檯、掛衣鉤、檯燈、毛巾架、鏡子、小桌等，最近則又推出五斗衣櫃、浴缸、小花瓶等。

### 羊男的冒險，生命的奇幻感

在各大媒體曝光量爆增之下，我們看到一點都不無聊的Jaime Hayon，有時穿上浴衣，頭上還留著泡泡，有時扮裝成小丑、綿羊甚至兔子，或是性感的魔術師，這些由他的好友Nienke Klunder拍攝的照片，成為他的註冊商標，一個30幾歲、玩心很重的大男孩，同時透露成熟世故的眼神，這樣的氣質，在羊男決定離開Fabrica後，創造出的一系列藝術展中，越來越清楚，而幸運的是，總會許多大廠看上，希望他延伸幾款傢飾作品，發源於藝術，再轉化至生活，真正讓設計與藝術完美融合。

2005年的「Mon Cirque」展，無疑是Jaime Hayon風格轉化的另一個里程碑。以黑、

白、金三種顏色為基調，動物花瓶成為主角，小丑變成燈，盤子做為畫布，桌子長腳，形成一個奇妙的馬戲團意象，不使用模型，完全以手工製作，讓每一個物件都很獨特，讓每一個物件都有了生命，而不只是生命的附屬品而已。

從這裡開始，Jaime Hayon更純熟地運用陶瓷，創造出生命感的燈飾如Funghi，以自然界蘑菇啟發的造型出發，馬頭壁掛花瓶及多款變化材質的動物花瓶，還有綠色的公雞搖椅等，黑色線條的塗鴉更為細緻柔和，帶著複雜的意象，人形、動物、樹與桌椅，統統平等，統統融合在一起，每一個物件都是生命，沒有誰去制誰，猶如小孩所看待的世界般，奇幻生命感的Jaime Hayon風格，在此真正確立完成。

### 只想做自己 追求挑戰，不追求流行

創造「地中海數位巴洛克」風潮的Jaime Hayon，認為創意不是一個工作，而是一種生活方式，選擇不向商業靠攏的作風，反而讓他意外贏得更多商業大廠的青睞。2007年米蘭傢飾展上，我們將看到他為Bisazza所做





1

圖片提供©Jaime Hayon



2

圖片提供©Jaime Hayon



3

圖片提供©Jaime Hayon

1. AQHayon Collection浴室系列，少少的材料與重量，依然可以表現高貴厚重的特質，獲2006 ELLE Deco大獎。
2. 為巴塞隆納傢俱設計公司BD合作的「Show Room」，在展覽中，Jaime Hayon將他的奇幻想像融入傢俱中。極簡單的背後，卻又每每在一個桌轉角一個支腳的圓弧小細節處，透露著不喧囂的奢華古典氣味。頭重腳輕的魔幻感，真正捕捉到古典經典味的現代設計。
3. Piper-Heidsieck要求做一個實用又高貴的冰桶，結合傳統及現代。
4. 設計師大方的秀出他的手繪稿，是許多人相爭收藏的圖像。
5. 參加Design Indaba 2007的作品，Jaime Hayon認為在Fabrica不斷在討論概念，有概念但沒有品質，現在他更追求品質。

的裝置大秀，一個超大木偶造型，淘氣地坐在Jaime Hayon創作的經典傢俱中，我們看到鏡面仙人掌、Josephine燈，就像童話故事般展開，Jaime Hayon說：「所有的形式與尺寸都是一種實驗」。

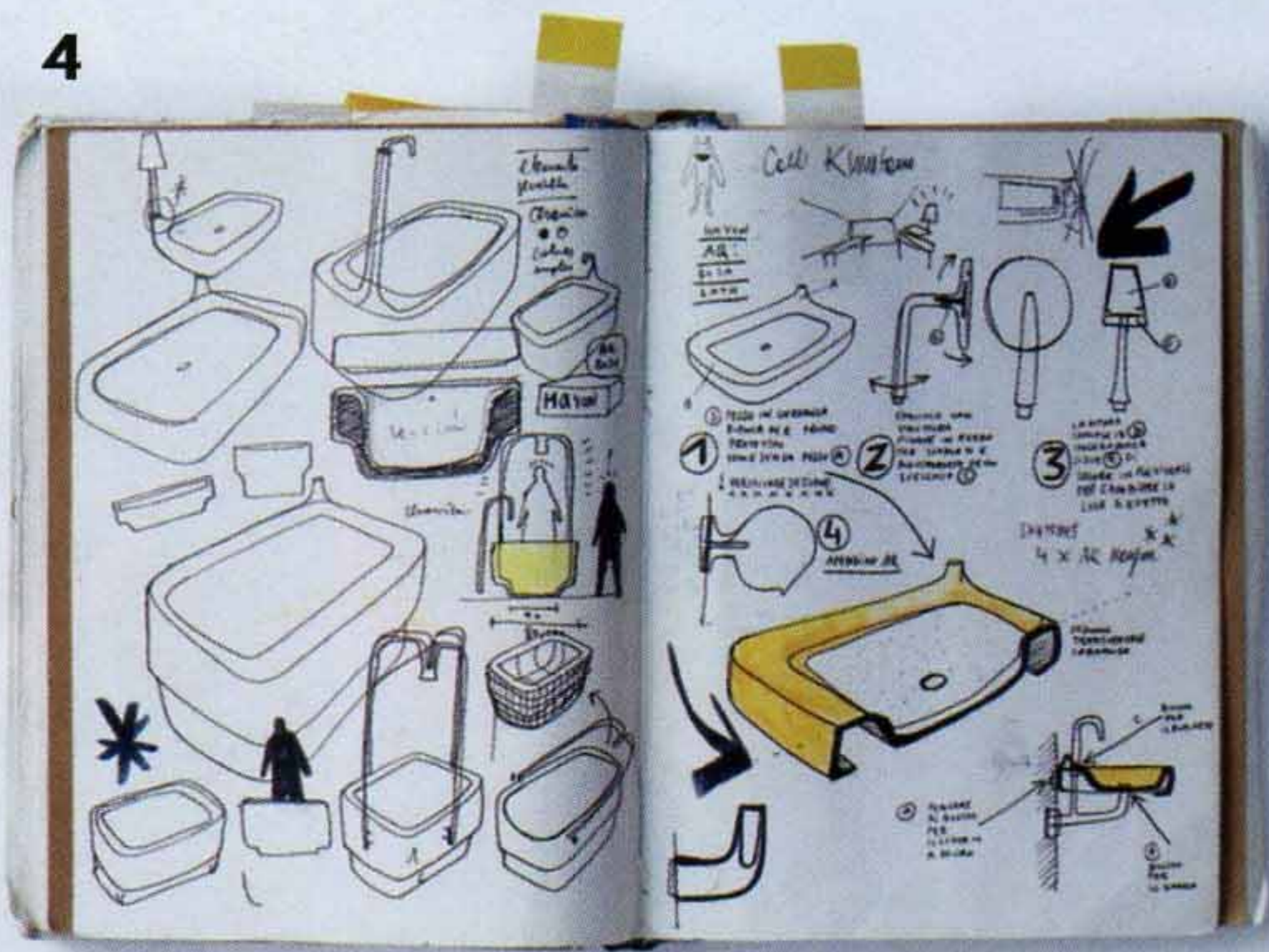
而那尊超大的玩偶，彷彿象徵樂在自己創造遊戲中的Jaime Hayon，總是超越現實限制，總是不按牌理出牌，從不主動接洽商業案，而是主動創作藝術，做自己認為喜愛的東西，而奇妙的事發生了，當品牌想要尋求創新突破時，通常會想到Jaime Hayon，Jaime Hayon在設計界投下的突破作品AQHayon Collection，就是因為2005年「Mon Cirque」裝置藝術展，以瓷器創造出一系列精緻線條的作品，吸引了知名衛浴公司Artquiltect，才有今天這個融合藝術意境與生活美感的經典作品AQHayon Collection。

「人們需要作夢，  
人們開始覺得無聊。」

從貴氣十足的巴洛克傢飾中，很難想像，Jaime Hayon來自於工人階級，要不是獲得美國滑板製造商贊助，前往聖地牙哥工作一年半，盡情投入塗鴉的地下文化，在那裡彩繪

滑板、絲印t-shirt、創立街頭品牌，發現自己在視覺語彙的表達能力，然後回到馬德里念設計，拿到獎學金到巴黎高等藝術裝飾學院就讀，然後奇妙地被國際人事仲介介紹到Luciano Benetton的Fabrica通訊研究中心，24歲就擔任3D設計部門的創意總監，不會有今日的Jaime Hayon。

工人階級出身的Jaime Hayon說：「人們需要作夢，人們開始覺得無聊。」因為Jaime Hayon就是靠著想像，穿透現實的無奈，即使再貧窮，擁有想像就不貧窮，世界就變地多姿多彩，陷入名利爭奪的成人們，有多久不再像小孩般幻想，不想像小孩般把桌子、鳥兒當朋友，Jaime Hayon給人們一個美妙的夢，給人們早就遺忘的夢，所以他當紅。●



圖片提供©Jaime Hayon



5

圖片提供©Jaime Hayon