



milk



9 771682 825014

逢星期四出版 1書2冊 HK\$15
02042009

402

www.milk.com.hk

ORIGINAL COLORWAY
"GRIN" VINYL
APRIL 1ST 待望上架

Happy Forever!
The Smiley® World



The Enjoy Show

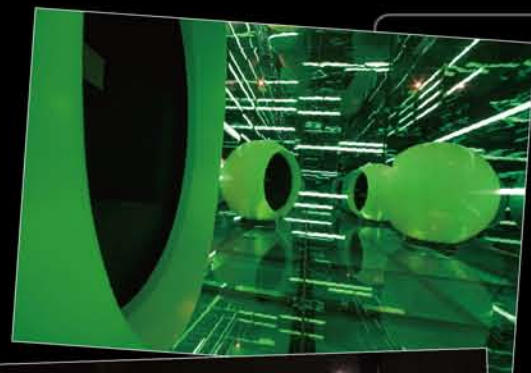
吳彥祖

分鐘電影專訪：
「不硬頸、不火爆，就不是OLIVER STONE!」

Dialogue：林敏驄



BLACK & WHITE SHOW FLAT / WUHAN / 2005



INSIDE OUTSIDE / CLUBHOUSE / SHENZHEN / 2006



ONE PLUS OFFICE : OFFICE / OFFICE PROJECT, HK / 2008



SURFACE TENSION / SHOW FLAT, SHUNDE / 2007



VIRGINIA LUNG

AJAX LAW

V : VIRGINIA LUNG A : AJAX LAW M : MILK

M : 請介紹一下你們的個人背景及 ONE PLUS PARTNERSHIP 吧。

V : ONE PLUS PARTNERSHIP 成立已有五年了。我們一直都在做或希望做到一些大膽嘗試的室內設計企劃。至於「ONE PLUS PARTNERSHIP」的意思就是我們兩個加起來便是「ONE」、「PLUS PARTNERSHIP」就是我們這個「ONE」加上其他單位，他們可能是客戶、CONTRACTOR 等的身份。因為我們覺得每個企劃或設計獎項，都要加上他們才可以成功，不只單靠我們，是要靠其他 PARTNERSHIP 的幫助，才可以造就到的。

M : 你們分別是怎樣出身的？

V : 我們都是修讀室內設計出身的，都同樣接觸過不同範疇的室內設計企劃，如有店舖、零售、酒店、餐廳、酒吧、會所、辦公室等，還有一些「SHOW FLAT」的設計項目。所以現在基本上甚麼類型的企劃都能應付，並不會專注只做一種企劃，而是喜歡不斷嘗試。

M : ONE PLUS PARTNERSHIP 的定位是甚麼？

V : 我們一開始這家工作室的時候，都希望所有的設計企劃能以主題行先，希望能有一個空間，除了「既有的局限」及一些「附加的條件」如佈置、裝飾、傢俱等以外，都能先自己帶出一種感覺、主題或想說的，這樣才是最成功的室內設計。

很多時候那些「附加的條件」都是可以選購回來，而不是我們設計、創造出來的；懂得選擇，並不代表懂得設計；就如我們其中一個企劃—深圳金地梅園鎮的 LOBBY 系列，在客戶要求及我們的構思下，發展出十二個有特色、以中國園林為主題的 LOBBY，帶出中國園林的空間其實是彌補住宅空間的不足，利用能代表園林的很多元素如風景、假山、水池、竹林等橫向地發揮主題，作為空間設計中的一部份，而不是搬字過紙，這便是我們在空間或室內設計上的理念。這個企劃更得到了美國《INTERIOR DESIGN》中「BEST-OF-YEAR AWARD」內的公共空間 (PUBLIC SPACE CATEGORY) 中，唯一亞洲創作單位得獎。

M : 現在 ONE PLUS PARTNERSHIP 最主要的設計企劃以甚麼範疇及項目為主？

V : 現在我們主要有會所、SHOW FLAT、店舖、辦公室等的企劃，而目前正進行的，更有國內一個戲院的企劃。市場主要以本地、國內、還有新加坡等。

M : 很奇怪，一般人包括我在內，聽到「室內設計」，便會只聯想到一些示範單位很「華麗」的設計……

V : 的而且確，本地一般人的印象就是這樣，這對我們的定位亦很有難度。我們的本地的一些 TARGET CLIENT，他們都只懂得要求一些很靚、很「GRAND」、很「ELEGANT」感覺的空間或室內設計；在國內我們反而可以比香港做到一些更有趣的企劃。香港一切都太商業化，不會接受及容許你做一些有玩味的東西出來。

M : 那在沈悶的商業企劃當中，你們如何構思出更多有趣的設計靈感？

A : 其實對我們來說，這並不難搞，可能是因為我們熟悉、讀過、亦是我們的專業吧。假如你叫我們做廚房，那真的很難搞，但對一個廚師來說，卻能駕輕就熟。

V : 如果說到我們怎樣引發出有趣構思，首先我們會先讓企劃定位，或視乎客戶類型、方向。另外就是企劃的類型，如 SHOW FLAT 與會所的出發點又會有所不同。主題以及帶給用家的感覺，往往是空間或室內設計中重要的一環，不是搬字過紙。

A : 我們的工作室就如一果「FILTER」一樣，會從一個 SUBJECTIVE 的主題去構想它的特質及表現形式，慢慢演化，製造一個好的空間 / 室內設計企劃出來。

M : 每一個企劃都會親自參與其中嗎？

V : 當然會啦，當中的 99% 都是來自我們倆的主導。我們的工作室大概有十多人，但我們都會盡量跟貼每一個企劃。

M : 作為空間 / 室內設計師，你們怎樣在不同的商業企劃之間保持到創作熱情？

V : 喜歡空間 / 室內設計是我們與生俱來的，這是一門超級辛苦的行業，一來時間很長，二來要涉獵的亦很多，一定要很喜歡才可以維持熱情。很多時候，我們都會親力親為，自己落手落腳做，如一些複雜的設計圖，都會自己畫。

A : 當然試過經歷很辛苦、很累、洩氣的時候，但卻還未喪失熱情。剛出身的時候，經常聽到前輩們說這行業很辛苦，日日都要通頂，遲早一日會覺得悶；可是我做了這麼長時間，雖然真的得辛苦，但熱情還未退卻。

V : 有時候我們感到氣餒，別人不懂得欣賞我們的創作，但同時又會得到另一些鼓勵；有時本地的媒體、雜誌不理會的，我們都會反省自己的定位及有沒有做得不夠好；可是同時這亦會有外國的注意，如這個梅園鎮的 LOBBY 企劃，便得到了外國很多的關注，如國際雜誌《FRAME》等，更在一本西班牙的設

計出版物《NEW LOBBIES AND WAITING ROOMS》作封面照，與世界上最有名的建築 / 室內 / 空間設計師 ZAHA HADI、NORMAN FOSTER、FRANK GEHRY、MARC NEWSON、REM KOOLHAAS 等齊名，真的是十分開心！經過那一次，我們得到鼓勵，更繼續將企劃拿去參加比賽，得到更多大小獎項。

M : 好像是外國的市場比較受落於你們的設計。身為本地的創作單位，你們覺得本地的 (INTERIOR DESIGN) 市場是怎樣？

A : 基本上，剛才說過，很多人都搞不清我們的工作範疇，更經常會說我們是做「裝修」，哈哈。由讀書時都現在成立了工作室，都仍然有人會這麼說；甚至有人更會問我們讀室內設計將來可以做些甚麼。這個情況甚至在國內也沒有遇得多的。而且確，在本地大家對室內設計 / INTERIOR DESIGN 得到的理解或關注確是比較少。

M : 聽上來有點慘，好像得到太少尊重。這亦可能是香港地方細，發揮空間不大，所以就無論做得多好，他們都只在局限空間內看吧。

V : 嗯，香港就是這樣子。如你看有很多有價值的歷史遺跡都得不到保存、不懂得「保育」，這是價值與感覺的問題吧。你看如國內，空間大，沒有太多環境因素的限制；客戶又夠開通、嘗試；反觀本地的客戶不敢試亦不懂「咀嚼」，只懂「GRAND」、「ELEGANT」……最有趣的是有些客戶連我們的企劃未看過就找我們，只聽過我們的名字，其實他們一點也不懂。最怕就是遇到一些是「唔知自己要咩」的客戶；另一種就是「知道自己要咩但要自己話事」的客戶。

M : 你們怎樣在商業及非商業企劃之間找到平衡？

A : 只有做得更加好，放多點 EFFORT，盡量在客戶需要與個人發揮之間找到平衡，爭取令客人去相信我們的設計。

V : 記得我們第一個兼實驗性高的企劃，就是自己出錢做自己客戶—我們的家。在這個企劃上，我們在有限空間內—製造了一個一個 MULTI-MOOD 的地方去配合 MULTI-FUNCTION 的傢俬。基本上就是因為這個「非商業企劃」，因為我們的夠膽嘗試及玩弄空間、物料等，我們得到更多的企劃，試過有客戶看過「我們的家」後，想翻抄在他的住宅項目企劃內！要是我們自己作為自己的客戶都不敢發揮，哪有其他客戶夠膽相信我們的能力？在客戶中建立了信心，便更有機會 FREE HAND 發揮，商業與非商業企劃根本都不是難事。

M : 最滿意的企劃又是哪一個？

V : 都會是「深圳梅園鎮」的企劃。其實 LOBBY 可以做到這樣，真是十分難得。無論是在國內還是香港，你都一定很難找到這種 LOBBY 的模樣。

M : 你們接觸過國內的客戶，你覺得他們對空間 / 室內設計的想法又是怎樣？

V : 國內的設計剛在起步當中，正不斷掘起，勇於大膽嘗試。他們吸收新事物的觸角是很高很闊，並不介意百花齊放；他們既追求國際化，但同時又對傳統文化很尊重；反觀香港好像「吸收夠了」，只要既定模式，只要「ELEGANT」，一成不變的感覺變演越烈。

A : 我覺得做設計除了玩主題、玩 FORM，還要夠膽色。我們都試過做一些是客人意想不到的企劃，客人看完 RENDERING 都不知道在做甚麼，可是他們夠膽去我們便夠膽 TAKE RISK；後果是做完出來他們可能是很 BUY 又可能是好唔 BUY 囉。但做創作就是要大膽，說真的如果做過一些有別人影子的，那就不是創意。

M : 有沒有一些未來計劃？怎樣在設計上多玩一點？

V : 想再多點「商業類型」企劃，如餐廳、酒吧等，但並不代表「商業設計」。有些設計師可能不喜歡商業企劃，但我們就覺得，只要企劃好玩，做出來也可以「不商業」。我們甚至想涉獵其他與空間 / 室內設計有關的設計，如物件、傢俱等，這會更好玩；而我們的工作室沒有做住宅項目，只有 SHOW FLAT，所以 SHOW FLAT 有商業的價值，就像一場 SHOW 一樣，好不好賣也是看這個 SHOW，所以我們盡量在當中做些好玩的，變成一件 SHOW PIECE，要比住宅項目較實際、人性化一點。我們甚至想做一些裝置項目，如與環保有關的創作。



《DECODING - ONE PLUS PARTNERSHIP》/ PUBLICATION / 2008 (售賣點：書得起，\$220)

ONE PLUS PARTNERSHIP

decode our living

每個人對空間 / 室內的設計都有一個度量衡，如以個人空間為例，有人認為越MESSY越狗竇就越開心，卻又有人越「玩性格」才住得冇型。很多人自詡懂得空間 / 室內的設計，倒頭來何嘗不過是靠出自他人手筆的裝飾、傢俱堆堆砌砌？又另一例子是當大家走到有格調的酒吧、餐室、會所、酒店等，你會說這裡的「裝修」很GRAND很靚，又幾何會說它很有「設計」很有主題？

本地空間 / 室內的設計工作室ONE PLUS PARTNERSHIP，由VIRGINIA LUNG及AJAX LAW夫妻檔成立，以主題行走大大小小的空間 / 室內的設計企劃。他們在深圳金地梅園鎮的竹林LOBBY設計，更贏盡了無數的國際獎項，與世界大師級人馬齊名。咁威，怎能不讓大家更了解他們的設計？



ONE PLUS PARTNERSHIP
 ONE PLUS PARTNERSHIP 於 2004 年由 VIRGINIA LUNG 及 AJAX LAW 成立，希望以專業室內設計服務，實現及優化理想的生活環境，並迎合不同建築用途。由成立至今一直策劃並進行多項本地及世界不同類型的室內設計項目，包括零售商店、會所、公用空間及辦公室等，當中包括本地多個 SHOW FLAT 企劃，如百匯軒、曼克頓山、宇晴軒、海碧翠及海名軒等，更曾獲獎無數。最近更以「深圳金地梅園鎮」於紐約 SOLOMON R GUGGENHEIM MUSEUM 榮獲國際雜誌《INTERIOR DESIGN》頒發 2008 年度最佳公共空間設計大獎，成為今屆唯一一間贏得此項殊榮的亞洲空間 / 室內設計工作室。



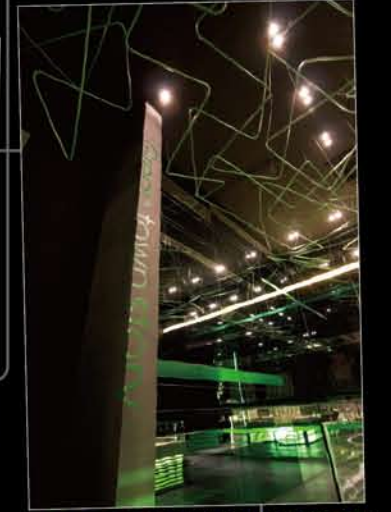
THE AWARD WINNING DESIGN : BAMBOO REBIRTH / RESIDENTIAL LOBBY IN SHENZHEN, CHINA / 2008



OTHER PROJECT IN MELLON TOWN : MOTIF / RESIDENTIAL LOBBY IN SHENZHEN, CHINA / 2007



VIRGINIA AND AJAX OLD HOME : TRANSFORMER / RESIDENCE IN HONG KONG, CHINA / 2004



USE PVC TUBE TO MAKE CEILING FEATURE : REBIRTH / SALES OFFICE, DONGGUAN / 2005