



1



2



4



5



6

- 1、香槟品牌 Le Bal du Hibou
- 2、Kheper 水银灯
- 3、法国香水品牌让·保罗·高提耶 (Jean Paul Gaultier) 男性香水
- 4.5、奢华现代宠物家居品牌CHIMÈRE EDITION COLLECTION之宠物窝
- 6、奢华现代宠物家居品牌CHIMÈRE EDITION COLLECTION之水族馆



3

## Marc Ange 花开一瞬的淬炼

文 贾婷婷 图片提供 Bloom Room

罗马出生，巴黎成长，法裔的血统让Marc Ange似乎天生就与设计与艺术有着不解之缘。从品牌理念的奢侈高端，到单品空间的精致不凡，他的作品，正如花儿开放的瞬间，向每一个生命展示着光影交错，善恶并存，黑白交融，日夜变幻的美丽。

Marc Ange在充满浪漫主义的罗马出生，6岁举家迁至巴黎，在这两个欧洲非常重要的艺术之都中，他受到了两地历史、建筑和文明的熏陶，十分喜欢文艺复兴时期的绘画和建筑。他家中的艺术氛围也非常浓郁，Marc Ange的母亲就是一个艺术家，他经常会接触到母亲的艺术家朋友，可以说是从小到一直被艺术包围。以至于现在他做设计时，会突然萌发一个灵感，这可能就来自于他童年见过的某一文艺复兴

时期的作品。所有早期的经历，成就了Marc Ange设计生涯的开端。

2005年1月，Marc Ange的Bloom Room工作室成立，Bloom意为“花开”，从孕育一个花苞到真正盛放，开放的时刻是最重要瞬间，如同“灵光乍现”，象征着设计师本人灵感到来的那一瞬间虽短暂但重要，就好像花开的那一瞬间。Bloom Room工作室的领域涉及奢侈品品





当人们走进建筑物内部，需要所有设计的东西都连为整体，而沙发、桌椅、汽车……这些都是割裂的单独个体。室内设计可以让他形成全局观，提升到更高的设计高度。



牌的产品设计，汽车公司概念车模型的设计，宾馆、餐厅、高档商场、私人场所等的室内设计，同时也帮助奢侈品品牌进行品牌定位。但他认为，对“奢侈”的理解不能按照传统行业的含义定义，Marc Ange心中的“奢侈”是可以完全超脱于实际的需求之上，意味着设计师不能够被世俗的东西所捆绑，而是要能够非常尽情自在地将自己内心的情感完全展现出来，这样设计出的成果才可被称为是“奢侈”。

在涉及不同领域之后，Marc Ange发现，很多设计虽然行业领域不同，但都有共通性——需要经历创造的过程。首先要有灵感，在脑海形成初步概念，再将这个设想变为现实的成品，只是具体到每一个行业，实现的过程和手段不同。现在，Marc Ange更加青睐于做室内设计，他坦言，当人们走进建筑物内部，需要所有设计的东西都连为整体，而沙发、桌椅、汽车……这些都是割裂的单独个体。室内设计可以让他形成全局观，提升到更高的设计高度。

在前不久北京前门大街的标致旗舰店项目打造中，Marc Ange在准备阶段就花费了很多心思。要考虑到法国企业在中国做旗舰店，必须要了解到中国受众的心理，中国游客和消费者平时的消费习惯是怎样的？自己需要在项目开启之前完成什么准备工作？据此Marc Ange进行了很多次现场调查。在实际落地操作时，他也多次和材料供应商、现场施工人员进行交流。最终的目标是要保证他们提供的材料以及现场的操作能够帮自己实现最初的设想，果然，呈现出的空间令人惊叹。✕



1、法国香水品牌帕高 (Paco Rabanne) 希腊女神  
2、作品《庇护》(REFUGE)  
3、洛杉矶设计项目Flaunt Paris meets  
4、北京前门标致大道1楼