

业品位男性杂志 BUSINESS AND STYLE MEN'S MAGAZINE

erper's

EN

芭莎

男士

正茂的青春

的
起来

朗朗
爱音乐准没错

胡先煦
黄天崎
柴蔚
演艺00后
从登场到蜕变



如何开始大航海冒险
如何在跑步时佩戴装备
如何把小众流行变大众
如何选一款居家男人车

吴滨

海上明月

如歌行吟

“关于完成一首空间的诗，我总是尝试着抽象提取中国传统元素，把东方的哲学、意境、意境转化为当代设计手法。在空间里，你看不到中式的符号，却能体味东方的美感，我想做的是更具当代性、关于未来的设计。”他说，“世界其实本来没有界，也不存在跨界。这句话投射出吴滨内心真正的自由，这源自于他的爱好与专业，更来自于精神世界的丰沛。就像无边建筑设计的“无界”二字，在中国水墨画中“无”即是留白，可以解读为欲望的崇高、纯净的云、静谧的湖底——任何有画面可以联想到的一切，超越视觉，表达着想象的极致。

镜·月·享

作为多维的立体空间，建筑有它自身的肌理，从时间维度上被展开来，它可以探索的内容是无形的。而这种表达又因受到限制而成为为人，富有魅力、自由的艺术创作与复杂静谧的邂逅，如舞者翩跹的舞剧，会带也设计者巨大的挑战，要将感性的直觉与理性理性的一派，无限次充满了挑战，让灵感乐此不疲，而亦忘倦。

好的空间，要以“为生活”一定是参与进个人感受、行为习惯、品位喜好等等，并与之交流融合，最终成为他物感与精神的交流所在。

出于对完美的追求，吴炳旸始终有打破界限的探索欲，当下他更着重于空间的诗意化表达，而不在于固定风格流派，对于他而言，那属于自我的室内设计概念，关注的是平面肌理，动线设置是否合理，色彩关系能否达到对方想要的视觉效果，但真正具有灵魂的空间所传达的，是在生活中呈现的质感与品位，这层位又与你的生活相关，从而衍生为一种生活方式。

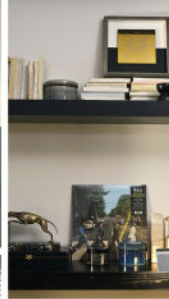
这是一类和 80 年初的老房子，吴炳旸没有采取大刀阔斧、新旧对撞的做法，也没有刻意营造所谓怀旧，而是融合进属于他的带有色彩叙事的创意，希望进入这里的人首先拥有无负担的美好想象。

他保留了所有的门窗框架，因为这样门窗塑造了绝许多过道的记忆，也是近年来居住者良好的品位——鲜明的调色板艺术风格极具真义作品，而窗外的对变化的自然肌理又丰富了视觉效果。楼梯和二层的起居室的地板，都是原有材质的保留，只是通过原色漆来定红色，用刷漆进一步把木肌理呈现出来，肌理上质感、质感下时光的痕迹，又符合当下居住者的品位和审美。

客厅里一副“禅”令人惊叹，那是吴炳旸看工人师傅上一副禅子雕刻出来的灵感，80 年时刚出场的不同的颜色树脂，雕刻师傅们刻的肌理更加耐用的时光，令吴炳旸心动。由于居住空间不适宜这种肌理效果，于是他在客厅再现，并成功做了绘画的处理，同时还是好友聚会时的茶茗场，于是这就成为属于吴炳旸的时光记忆之墙，八十年前的记忆，八十年后的当下，时光就这样凝固在墙上。

除了时光记忆的痕迹，空间内还是白墙，一是基于吴炳旸对这种纯净颜色的偏爱，再则作为一名设计师，他的明白会让一个空间更加自由，不会随着时间与审美的变化受到束缚，同时也融合了东方的美学追求。吴炳旸认为“朴素，天下都能与之争品。”这空间，因“朴”而生质感，有“素”而情调婉婉。

而这一空间打动人的，还有隐隐约约的韵味，是南方和蜀特有的清静香气，静坐其中，竟有了“远上寒山转苍翠，山色有无中，但使愿无违，此中有真趣，欲辨已忘言”意境。好的空间应如此，可以满足人的质感，安享当下。



思·我·在

有关专业的解读,吴昊说,“一个是理论上,一个是实践下,那向上,就是多年的理论研究的积淀,加之从小对水墨画的学习,把东方的美学和哲学当代化的应用空间中去,这是我设计的基础,很多新中式的设计师,他们运用具体的传统符号在空间里,但是好的设计会让人感觉是在博物馆或是博物馆里,是与当下的生活脱节的,好的设计一定是能够把东方的美学精神,东方美含蓄典雅,透气的美学观照,不是硬生生的符号,另外一点,设计来源于生活,要想做一个回头设计师,一定是认真、耐穿、耐穿等等的前提,否则很难准确地表达过时间的审美价值。”

他台壁上挂着一辆奇异的碳纤维公路车,家就保留了一辆余年的旧了意大利“Ese no studies”——“存在,但不可见”。这里的西方的宣言与东方美学和哲学的家来契合,好像矛盾的“无迹之迹为永恒”,用安静智慧的心去感受万物与自我,也同老庄的“大象无形,大象无形”,是艺术和美的最高境界。

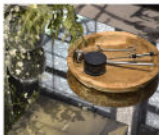
“存在,但不可见”,充满智慧的语言,对吴昊来说,这不仅是他想表达去的心态,一种力量,自然存在,也是“不可见”的内心冥想,不会外漏,每个人看,这些不仅是吴昊的启示,也是我们每一个都内心的潜流。

这也正是吴昊设计中追求的,“东方审美精神”就合于自然,神变化,灵性的一面,我们能不能拥有当代的仪式感,又在隐性的激情里面对东方的气质?这是我最想表达的。”这位出生于福建福州,但外表像极了上海“老克勒”风格设计师吴昊,带我们走进这座上海最时髦的公寓。



吴昊

WVC 设计品牌创始人,
WVC 设计品牌设计总监,
1986年10月3日出生于福建省福州市晋安区。



界·无·间

他拥有过多项设计大奖,是与幸福相伴的沪上名流,老树新绿,和绿茵我们与绿茵的对比,总是从哈雷摩托开始,仿佛打开他内心世界的一把钥匙,摩托车是来向童年的记忆,也是说不尽的梦想。

儿时,一到周末父亲就会带着他,用脚踏车为爱车保养,父亲在上海的车棚里有较高的名流,这让吴昊与车结下不解之缘,父亲最好的家出给了吴昊向品牌后拉的家住回家,吴昊对哈雷的热爱,吸引吴昊的“飞鹰”品牌向哈雷看齐,一星可

以因此结识一群有趣的灵魂,只懂工作不懂生活的人是不会哈雷的,哈雷本身就是一种经典的工业设计,资源哈雷爱好者是期待其进行改装的,这也成为哈雷者自我风格的标志。”目前,吴昊已经拥有了两辆哈雷,最特别的一辆是zero type6(每年产量24台)定制车头木木衬拍也定制的哈雷,另一辆则是被官方认证的哈雷“定制”的全定制车“黑豹”品牌,这辆车型是三缸国际改良大,也是吴昊的骄傲,因为他是全程参与了哈雷的设计方案,将自己专业的室内设计延伸到工业设计领域,“由大在外”,吴昊一直强调设计师

对生活的感悟的重要性,比起外界对自己“跨界”设计的定义,吴昊更重视对自己为“生活家”。

“艺术其实从来没有‘界’,也不存在‘跨’,很多东西都是相通的,设计就是一种热爱生活、享受生活的,只有更多的生活体验,才能设计出更新更深的艺术语言,去感知温暖和爱的需求。”因此生活中,吴昊有收藏、摄影、美食、机车等广泛的爱好,“我热爱生活和工作平衡,在各种角度的尝试中获得感悟和思考,这些生活中汲取的养分会成为设计的灵感源泉。”