

# m. style

Shanghai | metropolitan · middle class · material ·

## 創意

[總第16期]

發現生活細節美

六月號 | 2008年6月8日  
RMB18 | HK \$22

## The Distinctive Bicycle

### 不一樣的單車, 不一樣的生活

葉錦添 色彩背後的視野

Lorena D'Illo 金色意大利時光

Moss Green 青苔裏的小宇宙

在二維與三維中穿梭

James Jean 夢旅人

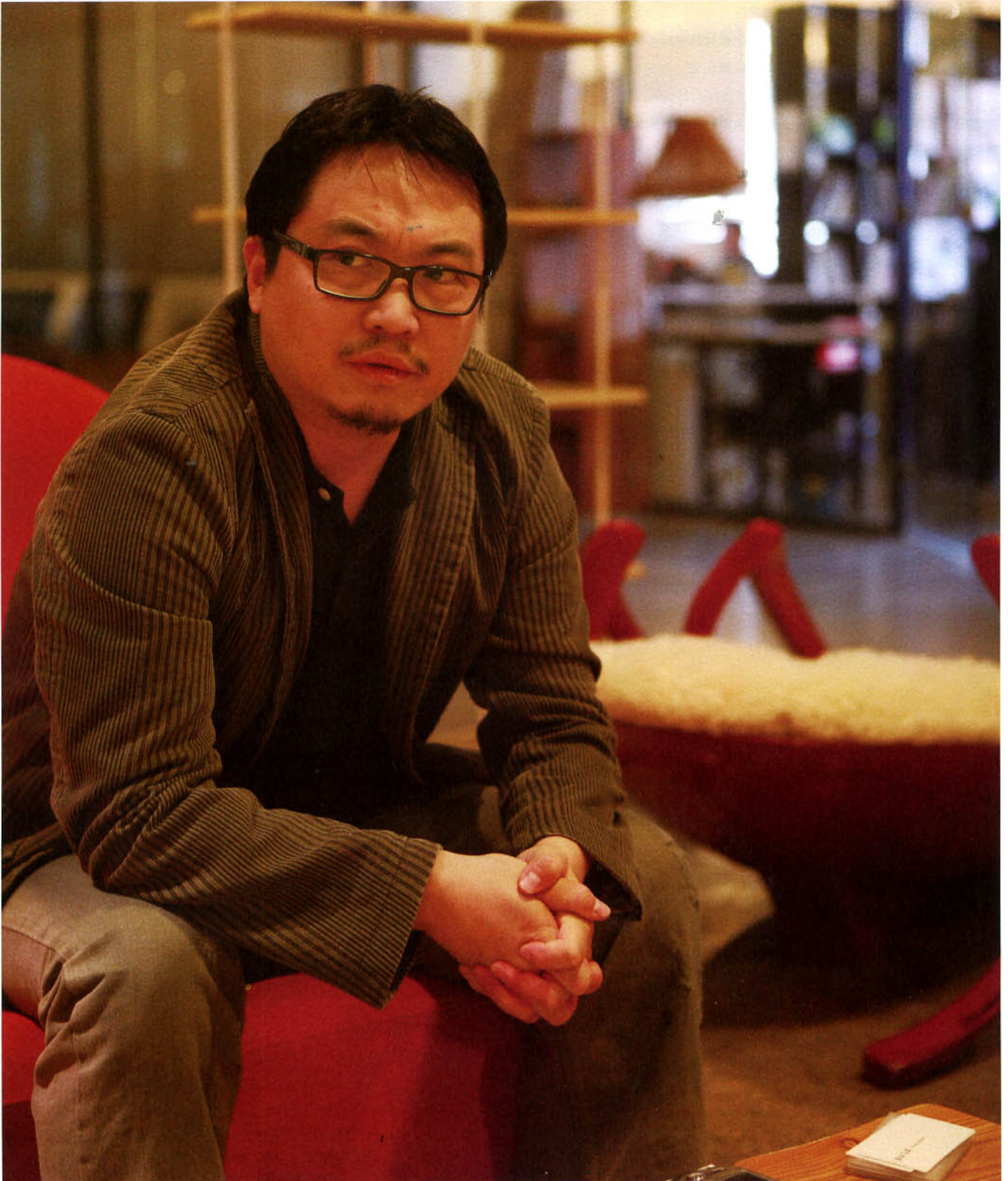


www.mstyle.cn



ISSN 1993-646X

SHARE  
Business



## 侯正光：兩條腿走路，挖荒植樹

撰文：徐敏 攝影：徐輝

在上海 M50 創意產業園中擁有占地 600 多平方米辦公面積的木碼設計機構在眼下國內的家具設計圈裏已是幾乎無人不曉的角色，而對於自己的成績，木碼的創辦者侯正光則輕描淡寫地形容為“剛在荒地裏挖了一點點，氣候比較惡劣，還得多種樹。”一句話，包含了對自己的肯定，也藏着對任重道遠的冷靜認識。

走上家具設計這條路，侯正光稱之為是“偶然中的必然”。本來在廣告公司做平面設計的他，因為幾乎嚴重到“惡心”的職業倦怠感而產生了改做“非平面”的想法，而在三維領域，相對於汽車設計或者 IT 產品設計，家具則讓當時的他覺得最容易接受，於是接下來就順理成章地出國留學，找到合作伙伴，然後“學以致用”地回國創建了木碼。當時是 2003 年，木碼還祇是一個祇有家具設計部的小工作室。

“說實話，那時回來做家具，到底這個市場怎麼樣，都是一片空白，完全不知道。五年以後看來，還是對的。”短短五年，當年的家具設計工作室已發展成了擁有獨立平面設計、工業設計和空間設計部門的綜合性設計公司，旗下四十餘位國內外設計師，規模和名氣不斷成正比增長。而不為人知的是，雖然在外人看來，家具部應該是木碼的“頂梁柱”，從經濟效益上講，却一直是個燒錢的部門。“一個新的設計門類總免不了這樣的投入，而且越是臨近黎明越是黑暗……”，因此侯正光在這一塊所花的心力也是最大的，欣慰的是，家具設計的曙光初現了。

“設計公司肯定是要做下去，但肯定是做不‘大’的。這裏的‘大’不是指規模，而是‘大設計’，即設計的還原度，市場的主動性。單純做乙方就祇能做‘小’設計。”侯正光很清楚自己的處境，“要把更好的設計概念或者好的東西變成產品就必須介入製造領域，所以不小心慢慢從設計公司派生出一個產品公司，再成立自己的品牌。”這是侯正光為木碼設定的基本策略路線，面對近兩年逐漸活動起來的國內設計產業，侯正光有着自己的堅持。他十分看重市場的需求，“設計公司的任務就是兩條腿走路，一會做做概念，一會做做市場和產品，兩條腿都要成長，兩隻眼睛都要在，兩個思維都要有，才會是比較健全的設計師或設計公司，不能太傾向哪邊”，

脫離生活而過分異端的产品不是他想要的，“設計或者原創設計都是少數派，我們的市場狀態就是這樣”。在他看來，這樣的市場並不是問題，“祇要大眾喜歡的東西都不算醜，就沒有問題，並不是說小眾的東西很少就是這個社會有問題”。有了值得肯定的社會整體審美能力，侯正光期望木碼也能逐漸走向大眾。

當然，侯正光並沒有祇專注于自己的這一塊，行業裏的事他也沒少“折騰”：一方面擔任着中國家具協會設計工作委員會副秘書長和上海工業設計協會家具設計工作委員會秘書長，一方面還和另一位著名家具設計師朱小杰先生一起策劃了不定期非盈利的“源自中國—家具設計品牌展”，不斷地挑好東西給大家看，希望家具也能像絲綢和陶瓷一樣在全世界人的眼中成為代表中國人智慧的東西；另外還糾集了幾位上海設計圈的同行組成了“尚家社”（上海家具設計的簡稱），一起做些活動和展覽，從不同方面，為家具設計煽風點火。“國內的家具市場還是審美重災區。”這是侯正光在這個領域裏繼續“折騰”的壓力，也是他的動力，“我的目標是成為全世界最大的設計公司之一”，他笑言，“從面積上講，現在已經是了。”



■ 平淡一燈



▲ 生蚝—茶幾



▲ 砧板—茶幾



▲ 天梯—凳