

对话李希米

用现代手法，诉说中国故事

文 / 杜颖



设计师简介：

李希米，毕业于中国美术学院，后在意大利米兰理工大学攻读家具设计硕士，期间先后在两位意大利著名设计师 Andrea Branzi（安德烈亚·布兰茨）和 Luca Trazzi（卢卡·特拉齐）的事务所工作。

回国之后的六年时间里，李希米在 NERI&HU 担任如恩产品部首席设计师，专注于家具品牌类开发及设计，积累了丰富的欧洲一线品牌家具设计经验。2016 年，李希米创立了家具设计品牌 URBANCRAFT 及 Ximi Li Design 李希米设计工作室。

URBANCRAFT 是一个家具设计品牌，意大利与中国两种不同的审美体系与背景经历，令李希米开始着眼于寻求文化的通感。他希望从中国设计师的身份出发，观察全球的文化元素、思考其背后的历史根源，并以严谨又不失趣味的设计语言进行传达。

Ximi Li Design 是一家提供产品、家具设计服务的工作室，通过与国内外家具品牌的合作，创造融合东西方审美并符合品牌风格的作品。



12 / 伯格系列场景。
3 / 李希米。



前言：

从 2016 年在米兰家具展卫星展受到广泛关注到今天，一批中国新生代设计师在短短几年内有如雨后春笋般迅速成长。他们以自己国际化的视野和对设计、产业链的深入理解，成为中国家居业一个特别而又非常重要的存在。

本期采访人物就是其中一颗闪亮的新星——URBANCRAFT 家具品牌和 Ximi Li Design 设计工作室创始人李希米。今日家具和他的会面，就在 9 月中国国际家具展内著名的家居品牌 HC28 展厅内。不久前，李希米与 HC28 合作的新品“伯格系列”在此展出，受到业内的极大关注和赞赏。

Q&A 采访实录：

「设计师与品牌需要互相欣赏、尊重、配合」

今日家具：这次与 HC28 的合作基于什么契机？合作感觉如何？

李希米：第一次见到 HC28 创始人厉建伟先生，是在

2019 年 1 月的法国巴黎国际室内装饰及家庭用品展览会（MAISON&OBJET）上，其实他一直非常关注中国新一代设计师的成长，本人也非常有情怀、抱负，创造了一个很好的平台，可以让设计师有足够多的发挥空间。我们在沟通了一些设计理念和方向过后，觉得双方的价值观非常契合，于是有了为 HC28 和都汇里做新品的尝试。

现在经过一轮合作后，我们觉得 HC28 对设计师的创作理念是非常尊重的，在不脱离品牌定位的基础上，愿意百分之百把设计师的作品呈现出来。虽然可能会因为一些现实条件原因有所调整，但都会尽最大努力来完成设计师的想法。他们的技术团队很成熟，技术工程师、工厂等各方面的表现也非常专业，这也为设计师提供了比较多的便利，没有了后顾之忧。

今日家具：能简单谈一下这次与 HC28 合作的“伯格系列”吗？

李希米：从视觉上来说，伯格系列是“弱视觉化”的产品效果，我们希望大家进入到这个空间，整个环境是融合一体的，给人一种静谧的感觉，可以坐下来喝茶、看书，惬意轻松地生活在这里。

“伯格系列”的设计语言是“简洁而不失细节”。在用料方面我们选择了金属和木材，两者紧密地结合在一起，有木头的温暖也有金属的利落，在其中蕴含了许多精致的小细节。

今日家具：您在选择品牌合作时会基于什么样的考虑？

李希米：第一，品牌要有一个比较清晰的设计理念，知道自己想要什么，同时知道我们的长处，能够相互欣赏、尊重和配合。因为在合作的过程当中有很多需要讨论的地方，只有前期建立了良好的沟通，观念一致，才能相互激发，创作出一个好的产品。

我们对于工艺和质量方面非常看重，因为我觉得再好的产品，如果质量和工艺不达标的话，对于设计的最终呈现会有很大的影响，设计无法被完整地表达出来。

这次与 HC28 的合作其实并没有考虑太多，因为它非常熟悉，从 2007 年成立以来一直在关注，包括展会以及各个渠道的了解，所以省去了品牌考察的过程。

今日家具：您刚才提到希望品牌知道你们的长处在哪里，您认为长处是在哪方面？

李希米：我们的设计其实分为两块，一部分是自己的品牌 URBANCRAFT，一部分是李希米设计工作室（Ximi Li Design）。我们对于自己的品牌，有独立的理念、定位和表达。与品牌合作的时候，我们会基于对方的品牌属性、战略方向，设计出符合他们品牌特性的产品，同时还有我们工作室符号的一些产品。我希望当大家看到这个产品时，会认出来这是李希米做的，同时又符合这个品牌的定位和诉求。