



02

Diesel + Scavolini

柴油厨房

设计师: Renzo Rosso

Renzo Rosso



当充满摇滚味道的青年遇上几乎是现代厨房代名词的Scavolini时会怎样?毋庸置疑,Scavolini这个号称“只为客户做他们最想要的设计”的顶级厨房高手,自然会为Diesel呈上完美一餐,瞧这工业感十足的厨房,绝对够爷们! Diesel从一开始就没有放低身价,绝不讨好大多数是Diesel和其顾客之间形成的默契,就像Renzo Rosso所说:“Diesel从不诱导顾客该买什么,而是传递一种对生活的感受,我相信顾客的智力,他们也相信我。”

Diesel原本小众,现在是否有些“大众”?

Diesel其实还是有很大成长空间,在生意上将会继续扩展,比如在中国,未来就有更多新店开张,在设计上也不断会有新鲜的创意。当然Diesel的主线越来越受到大多数人的认可,我们也不会因此流俗,而是坚持独创。

谈谈Diesel跨界的几个子品牌?

它们有显著的共同点:都是有惊人创造力的个体,对时尚的理解既独特又抓住本质。当然设计风格又截然不同: Maison Martin Margiela具有浓郁的知识分子气质, Viktor & Rolf相当先锋和前卫, Sophia Kokosalaki则以高超技巧和错综复杂为特点。和家具品牌moroso的跨界则更艺术化,具有生活气息;和顶级橱柜品牌scavolini的跨界合作,更是令人兴奋,很好地展示了Diesel品牌本身的非主流个性。

Diesel式广告是为了冒犯主流吗?

1990年代初期,我们使用了“为了成功的生活”这个口号,就是对那持续了几十年的广告模式的嘲讽。到了2008年,我们有了新的创意,依然是反叛的,与其他时尚品牌圆滑和经世致用的方式不同,我们要欢庆颠覆与神秘。但我们的目的不是为了冒犯,而是想使人们好奇、思考,并得到一点点快乐。

2012 米兰设计周
Diesel+Scavolini 2012 新款厨房展厅

