萬寶龍全球新概念精品專賣店設計師

Mr. Noé Duchaufour Lawrance

串連歷史與當代的設計巧手 Mont Blanc



頂級書寫工具經典品牌MONT BLANC萬寶龍，全球首家全新概念精品專賣店在台北101隆重開幕，大器恢弘的店面外觀與輕鬆優雅的購物空間，完美傳遞出品牌融合歷史傳統與現代摩登的特質，而主導全新概念店設計軸心的幕後推手，正是法國知名傢俱飾品與空間設計師Noé Duchaufour Lawrance。

文＝Tracy　圖文資料提供＝萬寶龍（www.montblanc.com/）

DECO：萬寶龍品牌專業且經典的優雅形象已經深植人心，在接到萬寶龍概念店的設計邀約時，腦海中第一個迸出的設計想法或是場景畫面是什麼？

Noé Duchaufour Lawrance：萬寶龍在書寫工具領域的專業無庸置疑，所以我的第一個設計想法，就是如何將「Theory of Writing」（書寫的原理）融入整個空間場域之中，而擷取靈感的第一個謬思就是萬寶龍最經典的「Meisterstück大師傑作系列鋼筆」，鋼筆墨水流動的姿態與書寫字跡的流線線條，讓我決意將整個空間設計成一個沒有銳角感的弧形流暢動線，讓參觀者就像墨水一樣自在地在店內空間穿梭流動，可以毫無阻礙的靠近展示櫃並且挑選自己中意的商品，將精品店內通常會存在的隔閡與距離感消弭於無形，創造出一個輕鬆寫意的購物氛圍，就跟萬寶龍的經典鋼筆一般，在書寫紙上留下優雅又瀟灑的身影，而這樣的設計概念我也運用在牆面的設計上，用動態顯影表現墨水流動的痕跡，與弧形空間做了完美的連結，也代表品牌嚴守傳統之外，更持續不斷的精益求精。

DECO：可否說明全新概念店整體風格呈現的重點為何？又，在店景的設計中，運用了哪些元素或物件去強調屬於萬寶龍的品牌特色？

Noé Duchaufour Lawrance：店內的主色調我選用了黑與白去呈現，黑色代表的是萬寶龍筆身使用的獨特高級樹脂，白色則是自品牌形象標誌白色六芒星圖騰而來，圖騰的意象設計來自於白朗峰的山頂積雪，也代表了對產品的最高標準，可以說是萬寶龍整個品牌精神的意喻之所在，我也將六芒星的弧型邊角曲線運用在家具與展示櫃設計上，與圖騰做一個呼應；萬寶龍的另一個品牌特色就是對工藝藝術的熱愛與尊崇，藉由實木、皮革與黃銅等材質搭配的傢俱與展示櫃，設計出如同歐洲製作工坊的場景，體現工坊內藝術工匠們的工作場景，藉此彰顯品牌除了書寫工具之外，在珠寶、製錶、皮革…等工藝領域，也有其不凡的堅持與專業，也讓顧客能夠更深刻的體會到品牌悠久的歷史與深厚的設計底蘊。

DECO：在設計的過程當中覺得挑戰最大且困難度最高的是哪個部份的設計？抑或是有哪個角落有特別用心的雕琢，希望走進店內的顧客都能夠感受到這個與眾不同的設計？

Noé Duchaufour Lawrance：對我來說，最大的挑戰就是要如何將一間精品專賣店的設計概念能擴放到全球所有分店之中，同時完整的傳遞出品牌所想要的精神理念與空間氛圍，如前面所說，我希望設計出一種Cozy Life隨性自在的購物空間，同時還要兼顧到品牌的需求性與顧客的使用性，使三者之間能夠達到一個完美的平衡，所以每一個細節我都考慮斟酌許久，我希望顧客進入到這個購物空間，能夠從每一個擺飾、每一個家具或是陳列櫃，一層一層如同抽絲剝繭一般了解萬寶龍現代優雅卻又同時兼具歷史傳承的品牌魅力。