



**DISPLAYSTHETICS**

October 31<sup>st</sup>-November 4<sup>th</sup>. Live events daily from 6 to 8 pm.

CELINE ONE Omotesando

3-5-29 Kita AoyamaMinato-Ku, 107-0061 Tokyo, Japan



CELINE



DesignTide  
in Tokyo 2007



## DISPLAYSTHETICS

by item idem

Céline旗艦店，東京表參道B1Art Space

將多種元素重新組合後的表參道Céline旗艦店，以其難以抵擋之魅力，經由DISPLAYSTHETICS全新呈現於眾。不同于一般的奢侈品陳列手法，item idem大膽地採用了一個多面裝置，引入眾多日常使用的物品、家具和室內陳列品，巧妙組合出令人訝異的場景效果及氛圍。

## DISPLAYSTHETICS

從離經叛道的藝術空間Caniche Courage，到倍受國際讚譽的Bernhard Wilhelm東京店，抑或是為迷人的零售聖殿Loveless所作，為期一周的櫥窗設計，item idem通過重新調整空間的內部結構，將零售空間佈置成了高端文化空間。從結構組合中碰撞產生的衝突，創造出交錯的領域，而當中的裝置及元素，亦衍生出新的含義和傳達體系。一間迷你夜總會進佔一間時尚流行服飾店，一個室內設計空間暫時轉變了一個私人圖片工作室，一間畫廊變成一家特色美食餐館，又或一個供藝術家、音樂人和科學家聚首一堂的迷你電台。這些很多都是可與item idem商討選擇項目，更帶著與藝術家、表演者，以及雜誌等的互動。對比起典型時尚店中那種華而不實的陳列方式，展覽空間和展示櫥窗都經過一系列錯綜複雜排列的Tokyo Hands產品擺設，戲劇性地轉變成了一個DIY式的陳列手法。

item idem側重於表現概念的作品可謂身處於一個藝術、時尚、設計與零售科學的交叉路口，如今它們對Nicolas Bourriaud所謂的“關係美學(Relational Aesthetics)”也做出了一種具有智慧而不拘泥於固定形式的闡釋。藝術作品本身，既孕育著讓人預想不到的情形，也鼓勵出現各種能產生新交互聯繫的互動機會。item idem在嘗試重新構築各種不同的美學結構時，也與不同人合作，如Michel Gaubert、Loris Gréaud、Terence Koh、Bruce LaBruce、Karl Lagerfeld、Nagi Noda、Kevin Spacey、Bernhard Wilhelm和Tobias Wong等。

作為2007年Tokyo Design Tide設計盛會的一大亮點，DISPLAYSTHETICS是在CulturesFrance和法國駐日本大使館的共同協助下完成的一個裝置。它不但是item idem最新的一個裝置作品，也是他自從獲得2007年度“The Great Indoors Award”獎(由《FRAME》雜誌發起)提名以來的首個作品，與其同獲提名的還包括如紮哈哈迪德(Zaha Hadid)和片山正通(Masamichi Katayama, Wonderwall公司)等眾多知名的建築師和設計師。

---

## DISPLAYSTHETICS

10月31日~11月4日，每日現場活動時間為下午6點~8點