



DISPLAYSTHETICS

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

CELINE ONE Omotesando

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



C E L I N E

LA BOITE

item idem

DesignTide
in Tokyo 2007



DISPLAYSTHETICS

by item idem

Céline旗舰店，东京表参道B1 Art Space

将多种元素重新组合后的表参道 Céline 旗舰店，以其难以抵挡之魅力，经由 DISPLAYSTHETICS 全新呈现于众。不同于一般的奢侈品陈列手法，item idem 大胆地采用了一个多面装置，引入众多日常使用的物品、家具和室内陈列品，巧妙组合出令人讶异的场景效果及氛围。

DISPLAYSTHETICS

从离经叛道的艺术空间 Caniche Courage，到倍受国际赞誉的 Bernhard Wilhelm 东京店，抑或是为迷人的零售圣殿 Loveless 所作，为期一周的橱窗设计，item idem 通过重新调整空间的内部结构，将零售空间布置成了高端文化空间。从结构组合中碰撞产生的冲突，创造出交错的领域，而当中的装置及元素，亦衍生出新的含义和传达体系。一间迷你夜总会进占一间时尚流行服饰店，一个室内设计空间暂时转变了一个私人图片工作室，一间画廊变成一家特色美食餐馆，又或一个供艺术家、音乐人和科学家聚首一堂的迷你电台。这些很多都是可与 item idem 商讨选择项目，更带着与艺术家、表演者，以及杂志等的互动。对比起典型时尚店中那种华而不实的陈列方式，展览空间和展示橱窗都经过一系列错综复杂排列的 Tokyo Hands 产品摆设，戏剧性地转变成了一种 DIY 式的陈列手法。

item idem 侧重于表现概念的作品可谓身处于一个艺术、时尚、设计与零售科学的交叉路口，如今它们对 Nicolas Bourriaud 所谓的“关系美学(Relational Aesthetics)”也做出了一种具有智慧而不拘泥于固定形式的阐释。艺术作品本身，既孕育着让人意想不到的情形，也鼓励出现各种能产生新交互联系的互动机会。item idem 在尝试重新构架各种不同的美学结构时，也与不同人合作，如 Michel Gaubert、Loris Gréaud、Terence Koh、Bruce LaBruce、Karl Lagerfeld、Nagi Noda、Kevin Spacey、Bernhard Wilhelm 和 Tobias Wong 等。

作为 2007 年 Tokyo Design Tide 设计盛会的一大亮点，DISPLAYSTHETICS 是在 CulturesFrance 和法国驻日本大使馆的共同协助下完成的一个装置。它不但是 item idem 最新的一个装置作品，也是他自从获得 2007 年度“The Great Indoors Award”奖(由《FRAME》杂志发起)提名以来的首个作品，与其同获提名的还包括如扎哈·哈迪德(Zaha Hadid)和片山正通(Masamichi Katayama, Wonderwall 公司)等众多知名的建筑师和设计师。

DISPLAYSTHETICS

10月31日~11月4日，每日现场活动时间为下午6点~8点