



•  
**21st century:  
The Power of Design ①**

•  
**Graphic**

•  
FIRMAstyle.com  
SomeOne  
Studio Output  
Victor Lieberath  
Ignatius Hermawan Tanzil  
Graphical House  
Lavernia & Cienfuegos  
Hype Type Studio  
Marius Ursache  
Lucie Kim

Yoshimaru Takahashi  
David Lo  
Pump Diseño  
Hahmo Design  
Designers United  
Bleed AS  
M M R B  
Manabu Mizuno  
Troika  
Hei Yiyang

### 公司成立初期，最難克服的困難和最開心的記憶是什麼？

從當初建立工作室到現在，已經有15年了，在之前我已經有豐富的行業經驗，並在聖保羅CEU 大學執教過設計學。Alberto是我的一位學生，後來我們兩人一起合伙建立了L&C。那時，我們明白，已經開始了一個新的階段，有些事情已經不一樣了，所以我們決定用一年半的時候去摸索（沒有客戶），我們出版了一本書，收錄我們18個月以來創作的作品。對我們而言，這是一個真正成功的開端。

### Nacho Lavernia和Alberto Cienfuegos既是平面設計師也是工業設計師，請問如何實現跨領域創作？

我們相信不同的設計領域都有相同的基本原理，這一點也是最重要的。實現設計跨界應該要有好的設計功底，並知道如何整體規劃，專注和指導一個項目，最後能清晰的表達出設計的理念。

區分不同領域的業務不僅是一個工具或一些簡單的知識這麼簡單。客戶買我們的服務，是因為我們有能力與消費者建立溝通，並創作新的東西，而不是因為我們會電腦和熟練的操作設計軟件、印海報或隨便弄塊塑料片。平面設計和工業設計領域的結合，使我們的成果更豐富，對整體項目的操控性也變得更强，我們能夠為客戶提供更完善的系統服務。

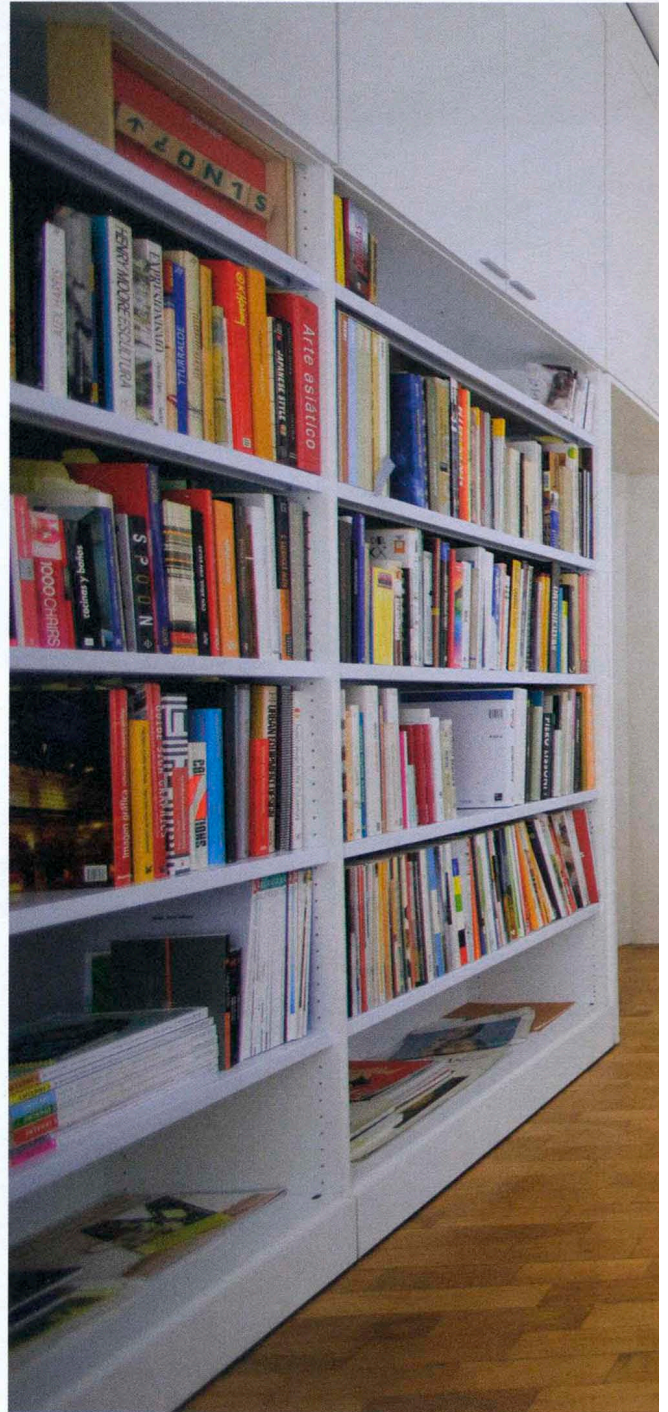
### L & C當前有多少團隊成員？他們如何分工？如何協作？

Lavernia & Cienfuegos是一個小團隊，有學生，也有自由職業者，我們組成了一個很緊密團結的團隊。Alberto和我負責管理和設計的方向，另外兩個平面設計師，兩個工業設計師，一個負責模型和原型，一個處理行政事務。我們專注於我們的信念和創造力。正如我前面所回答的問題一樣，我們有能力與市場建立溝通，創作出新的、各式各樣的、有創意和很好使用的作品。

### L & C是如何執行項目的？通常在見客戶之前，團隊會準備些什麼？

我們很重視設計師和客戶之間的溝通。因此，在一個項目裏，我們非常重視與客戶的互動交流及公司所有部門的參與。首先，我們會定下總體的設計概念，以便展開接下來的設計工作。按照總的思路開展項目，不僅在功能上，而且在美學上，都可以盡可能地發揮最大的優勢，免走彎路。美學和功能是不可分開的：兩者相輔相成。

客戶信任設計師，這一點非常重要，所以第一次見面是至關重要的。我們會向客戶自我介紹，告訴他們我們主要是做些什麼，使客戶明白並對我們感興趣。之後，我們會做演示，與客戶分析，他們的市場狀況如何，他們處於市場的位置，他們的競爭對手等……



# Lavernia & Cienfuegos

Valencia, Spain  
[www.lavernia.com](http://www.lavernia.com)

Lavernia & Cienfuegos (L&C) 座落在西班牙的巴倫西亞，由西班牙著名設計師Nacho Lavernia于1995年創建，此前，Nacho Lavernia是大學教授，西班牙設計師聯合會主席，並在1984年至1989年間于西班牙著名品牌LA NAVE 工作。

2002年Alberto Cienfuegos以合夥人身份加入L&C，Alberto Cienfuegos是Nacho Lavernia的學生，在L&C的職務是工業和圖形設計項目總裁。

L&C成立以來在國際上獲得廣泛聲譽和獎項，如LAUS (1986/97/98), DELTA (2003/07), AEPD (2006), Certificate of Typographic Excellence of New York (2005/07), Design Plus ISH del German Design Council (2005/07)等。



請挑選一件你們認為比較滿意的作品，描述當初的設計理念和整個過程。

現在，我們正致力於聯合利華的一個大項目。這個項目使我們非常興奮，有機會與大公司合作，他們在設計方面有很豐富的經驗，他們的團隊很嚴謹，經驗很豐富，我們有信心一定能做出滿意的成果。另外我們也很高興，我們為香水 Codicia設計的包裝剛獲得了2010年DieLine包裝設計大獎。

西班牙當前的設計狀況如何？

我認為，在西班牙有一批高水平的工業設計人才。問題是，在西班牙服務業日益增長的同時，工業行業一直在萎縮。另外，許多傳統產業如家具廠等規模小的公司，必須去改變和創新才能在全球化和市場需求下保持競爭力。這需要高品質的設計服務，正好給了西班牙設計師一個很好的機會。我們在海外贏得越來越多的聲望。事實上，很多設計公司已經走出了國門。如今市場就是這樣，你必須去尋求世界各地的客戶。科技的發達使一切都有可能。

床邊桌上放了哪些書？

在我書桌上一直有很多設計的書，但這段時間，我對兩本書比較感興趣：Deyan Sudjic的《The language of things》和 Maurizio Vitta的《El sistema de las imágenes》。

從哪裏獲得資訊？會看設計類，藝術類或建築方面的雜誌嗎？

我們有訂閱設計類和建築方面的雜誌，但主要的信息來源是互聯網。

一天什麼時刻最好？工作和生活時間怎麼安排？

對我來說，工作和休閒的時間沒有什麼區別。我不相信做設計的可以祇限制於從早上8點到下午5點。生活和工作沒什麼兩樣。所有事情都需要時間來完成。

是否希望小孩也成為設計師？

我有兩個兒子，他們已經選擇了他們的職業。一個是平面設計師兼插畫師，而且還在瓦倫西亞一所學校教設計。另一個是建築師。我很幸運，能夠與他們分享我的經驗和知識。

有沒有藝術家，設計師或建築師對你影響最深的，或你特別欣賞的？為什麼？

Munari，有着豐富的想象力和啟發性。Castiglioni，他的作品風格獨具，意味深長。Eames，有着極豐富的創作力。Dieter Rams，嚴謹而優雅。還有平面設計師Paul Rand，Alan Fletcher，Tibor Kalman...有太多太多了，來自世界各地不同領域，還包括藝術，電影，攝影.....

最想設計什麼？對未來有什麼期待？

想想，你正在設計的作品將會被很多人應用到，甚至傳遍整個世界，這是一件多麼令人興奮的事情。無數的人接觸到你的作品，這充滿了責任感和自豪感。設計就是溝通。

請給年輕的設計師一些建議。 ✖

EXIGENCIA,  
COMPROMISO  
Y TRABAJO  
TRABAJO  
TRABAJO  
...

ALTO





Lavernia & Cienfuegos 作品縮略圖預覽, 高清晰作品請閱讀《圖是圖》P106 ~ 123

更多資料....., 請訪問 [www.exemagazine.com](http://www.exemagazine.com)



### 1. PASTAS DENTALES

One of the design objectives was to communicate the idea of an efficient, detailed dental care range, thought to solve real problems and, at the same time, different from the most important brands offering a similar image of quality.

### 2. LIMITE

#### 3. 9.60

A mass-market range of cosmetic products for men that are exclusively distributed in more than 1000 supermarkets of the Spanish chain MERCADONA. This basic line of cosmetics is related to concepts such as being fit, playing sport, exercising... The design of the package tries to reinforce these concepts. The name brings out the idea of a sport record, and the package makes reference to the morphology of the muscle. All the 100 ml and 200 ml containers were design with an ergonomic shape and fabricated in flexible plastic so they are very resistant and they can be carried in a sport bag.

### 4. CODIZIA MAN

### 5. SOLCARE

### 6. MEMIMA

### 7. CRITERIO

### 8. CODIZIA

CODIZIA is a fragrance developed for women who look for a

quality and premium product, but at a much lower price than the top range perfumes. Its bottle tries to transmit these attributes: elegance, personality, sophistication... With its rounded shapes, the golden finished glass, and the two curved white surfaces, which facing each other, produce a light and reflection effect. The package has a graphic design that refers to the shapes and colours of the bottle. It is distributed exclusively at MERCADONA shops.

### 9. Comotú

The collection of mass-market fragrances COMOTÚ, designed for Mercadona, was aimed to be a simple product, in harmony with its price, but with a surprising presentation. In order to achieve a good brand image and minimize the costs of production, only one bottle design was used for the eight different fragrances, four in black for men and four in white for women. The distinct fragrances can be differentiated thanks to the different colours of their tops. The shape of the bottle is rounded and curved, and the packages show shiny and metallic colours.

### 10. ALFARO HOFMANN

To design the identity for Alfaro Hofmann, we have used photos of his collections of electrical appliances and an "Avant Garde" style typeface that brings back memories of the golden age of the small electrical appliance.

### 11. CDCIV

### 12. PICTOS

### 13. BASA

For two years we elaborated the design for BASA magazine. It is the Official Magazine of the Canary Islands Official College of Architects.

### 14. ALMA out

Characteristics: ALMA comes up as the result of looking for different typologies, trying to find a different composition and relationship among the elements that form an armchair. Two differentiated volumes that allow us to combine colours and materials, making possible its use in different areas: "ALMA IN" is the totally upholstered version, ideal for interiors, whereas "ALMA OUT" is the one for outside. It is made of plastic (polythene) that can be combined with the fabric seat, which is a new feature in outdoors furniture.

### 15. SUMA

Range of bathroom accessories which main characteristic is the versatility. It is possible to customize the settings according to the need of each person and the circumstances of each bathroom. The system is based in bars of different lengths, where you can fit several elements such us soap dishes, shelves, toothbrush holders, mirrors, magazine racks, holders, etc... Besides the system allows to add or to change the elements afterwards. Chromed brass, anodized aluminium and silicone were the materials used. The flexibility of this last one allowed to design some pieces in a singular way, as it is the case of the toothbrush holder and the soap dispenser.





