



Vervia

打造設計界的專屬國度

撰文：孟佳麗

Vervia 是英語單詞“Verve”的衍生，象徵着活力與朝氣，正如他們這支國際化的設計團隊和他們獨特而張揚的個性作品。15 位來自不同國家的設計師，帶着自己的理想和憧憬，聚集到了上海，用他們的方式，向這個城市展現專屬於他們的國度——Vervia 領域。

2007 年的 1 月，在田子坊的弄堂深處，一家取名“Vervia”的家居店高調現身，給了周遭一個華麗的驚喜。與其說它是一個家居店，更不如稱它為一個家，陣陣濃鬱的咖啡香從屋內飄出，桃紅色的毛皮椅挑戰着你的感官，地上隨意放置着幾個不同系列的方形座椅，大大的舒適靠墊，伴隨着耳邊輕柔的音樂，心情也漸漸放鬆了起來，開始探索起這裏的每一處細節。

混搭，一場絢麗的華爾茲

總喜歡給事物的風格下一個專屬的判斷，但是遇上了 Vervia，這似乎變成了一個難題。很難判斷它究竟屬於現代還是傳統，中式還是歐式，因

為他們的作品中顯現出多個國家和文化的影子，涌現出了太多的思想和靈感，這顯然和他們的團隊背景密不可分：Vervia 的設計師們來自世界各地，有意大利、冰島、瑞士、英國、德國、挪威、當然也有中國本土設計師，這是一支國際化的團隊，因此他們的設計理念往往混合了多個國家的文化元素。在他們的作品中，你可以看到中西合璧，看到現代與古典的交融，却又是那麼和諧。正如 Vervia 成員 Henning 所說：“祇有一種風格的情形絕不會出現在 Vervia，這裏有太多豐富的創意和想法，我們喜歡嘗試許多改變，並且在設計中注入更多的活力。”而這正代表着專屬於 Vervia 的表達方式，愉快而又充滿激情的混搭，不同文化間舞動起了美妙而絢麗的華爾茲，之後旋轉而升華。



設計，從心靈深處劃出的彩虹

在 Vervia 的設計中，你不會看到所謂迎合市場的東西，這裏的每一件設計品都那麼特別，涵蓋着 Vervia 每一位成員的用心，以及他們心靈最深處想要傳達的東西。“對於 Vervia 來說，我們不太做很多前期市場調查，不會過多考慮市場目前需要什麼，相反的，我們更注重自己本身喜歡什麼，從自身出發設計出有趣的東西，然後希望別人也能喜歡它們。”漢寧所說的也許正是 Vervia 設計的成功所在，設計師們擁有足夠的自由度，這個空間足以讓他們沉下心來，拋去繁華與浮躁，挖掘出內心深處的意識，用他們真實的情感與單純的熱情化成一一道道彩虹，投射進每一次設計中。

“如果想要設計出美妙的東西，就需要更誠實、更單純的想法。”也許正因為一直秉承着這樣的做法，才会有那麼多美妙而奇特
的花紋在 Vervia 不斷蔓延，象徵着力量凝聚的“生命之核”，浪漫而妖嬈的“纏之心”，出淤泥而不染的朵朵“蓮花”，每一個設計背後似乎都隱含着一個故事，因為它們是締造者的一種傾訴。



Vervia，因融合而締造的王國

也許因為自身的特殊優勢，Vervia 的產品總透出陣陣的獨特性，那就是屬於 Vervia 的味道。“我們想要傳遞一種‘Vervia 領域’的概念，因為這裏有不同的文化，不同的創意，而我們將其融合在一起，形成專屬於我們的風格。”環顧店內，無論是燈具、抱枕、蠟燭、燭臺或是首飾、帽子、T 恤，無不充斥着 Vervia 的印記，甚至是這裏的美食，也融入了他們的創意理念，“開一家 Vervia 餐館，也是我們下一步要做的事情。”像這種行業之間的大跨度，也許只會發生在 Vervia 這樣的團隊，因為他們擁有這樣的自信，他們升華了對於設計的理解，他們要帶給人們的不是一件件產品，而是一個全新的概念。“下一步，我們希望在上海能擁有自己的第二家店，北京第三家，香港第四家……”漢寧此刻所想的也正是 Vervia 全體成員所想的，他們帶着這樣的野心，在逐漸形成一個名為“Vervia 領域”的特殊國度，一個海納百川却又獨一無二的國度。



成員：



■ Henning

■ Ann

■ Ins

■ Marc

■ Joyce

