



+D TEAM 工作室

达人问卷之
Kin @+D TEAM

●最欣赏的品牌是什么？

首推 Apple, 欣赏 Apple 是不单单设计层面的事。他们每一个部门、每一个流程都能相互运作匹配得很好, 就是有这种近乎无瑕疵的沟通结合, 才能生产出一件件完美的产品。由设计图纸开始到最后生产线成品嵌装完成无论在硬件或是软件上都保持着一贯下来的宗旨以及几乎无可挑剔的质量, 那是多么不简单的事。

其次在设计上最欣赏的牌子是 ±0。深泽先生把他的理念都融进了这个牌子之中, 这个牌子不需要用我的一两句赞美来体现它的优秀了。深泽先生令我们以及很多同业们都启发良多, 而 ±0 的产品都在用实例去展现他的哲学, 让我们去感受体会消化。

●设计灵感来源是？

所谓设计灵感, 其实说设计的出发点更好, 它们都是来自于生活。我们的日常生活里存在着大大小小的问题需要我们动脑筋去解决。

●平均每个月花费在潮流物品的开销是多少? 都买了些什么?

很少很少, 初创时期尽量节省。

●如果有机会和一个品牌或设计师合作, 你会怎样选择?

这方面没有考虑过。我想若有机会选择的话会视乎当前的实际情况去进行有目的性的合作, 基准是达到双赢。

●如果能拥有某种才华/特异功能, 你会想拥有?

市场之眼, 还有优秀操作能力。

●你最珍惜的财产是什么?

时间、机遇和清醒的头脑。同时很多得身边人的关心以及对我们的理解和支持。

●你认为什么是最奢侈的?

在需要集中精神的时候开了小差。

●喜欢旅行吗? 具体说些有趣的事情吧?

以前因为身体某部分有问题, 所以很少出行。现在那个问题已经修理好, 却没时间旅行。

●如果不做设计相关的工作, 你最想做什么职业?

抱歉真是没怎么想过哩。

●除了设计以外, 你们平时有什么活动或聚会吗? 都有些什么爱好?

目前有太多大大小小的事情需要 handle (自己解决), 基本上我们工余后都没有太多的活动。生活虽是比较枯燥, 我想创业者都需要经历慢慢熬的阶段。之前一段时间我们在看《赢在中国》, 对于我们这些商业初哥, 是受益匪浅的。我自己收藏最多的是机器人模型或玩具特别是 Transformers (变形金刚): D。最大乐趣是改造, 每个月都会安排些闲余时间自改一款, 非常满足。



设计一种优质生活
Kin @+D TEAM

给你更多

并不是所有服装、产品设计师都如同美剧或电影里饰演的那般桀骜不驯咄咄逼人, 但是设计师的共性貌似都是寡言多行动, 并把想法落实到成品上, 然而即便如此, 如何看清市场却是设计师生存必须考虑的要素, 不如我们先听听 Kin 说的“配眼镜”的故事吧:

顾客: 我最近发现看不清市场。

店员: 让我看看……喔, 你要配一个市场眼镜。

顾客: 但是我总觉得现在这个挺好的, 就是看不清市场而已。

店员: 你在哪里配的眼镜?

顾客: 广美工设。

店员: 难怪, 你的眼镜是设计用镜, 看市场看不清。

顾客: 我们都在广美工设统一配的眼镜, 为什么我的同学就能看得清楚市场, 我的就不能呢?

店员: 哈哈, 他们已经提前到我们这儿配了。

顾客: 配新的市场眼镜花销大吗?

店员: 有的顾客一次就能配好, 看市场很清楚很准, 有的就花上一辈子来调整, 有时会把所有的积蓄都花在调整镜片上。

顾客: 听起来很玄。

店员: 这个要有三方面的决定因素: 1. 你自身的眼睛好坏 (性格, 心理); 2. 眼镜的材料 (从事项目); 3. 配眼镜的技术 (所受教育)。

顾客: 有没有更快一点的办法呢?

店员: 你可以到天使投资店试试, 但你要要有心理准备, 他们并不是所有人都可以做“激光市场角膜移植”。

自从 Kin 打算从事自己挚爱的设计事业之后, 把所有时间精力和生活中的点滴都投入进事业之中。从创意市集的历练、MIDI 音乐节的练摊到打算全国推广自己的品牌, 让大家都过上优质生活的想法一直盘旋在 Kin、Simon 和他们的团队 +D TEAM 的脑边。

而 +D TEAM 的存在, 更印证着 Kin 把想法照进现实。

何为 +D TEAM?

对于喜欢变形金刚并热衷于 DIY 自我改造的 Kin 来说, “+D TEAM” 这个品牌的名字对于广州话“加 D 添”的谐音变形, 意为“再加一点、更多一点”。而 +D TEAM 不断追求的也是对生活开动脑筋, 希望发现生活更多的角落, 发掘对生活更多的渴望、更多的要求, 为生活加添多一点情趣、新鲜, 加添更多一点细节。

这些也可以从 Kin 推荐给我们的名为 miu 的“揽枕”看出眉目: 抵抗夏季炎热, 选择透气干爽的 FRIZZYmiu 即可; 如果二月份不能去日本本岛看见

最早开放的樱花和陨落的樱花雨, KAWAZumi 会让你眼花缭乱爱不释手; 另外还有 METALLICmiu、SILVERmiu、JEANmiu 等根据不同人群定位而设计的抱枕。

如同我朋友所说, 抱枕和沙发一定要软, 一个是你怀抱的东西, 一个是你倚靠的东西。这两者都是为孤独的人准备的。而这也恰好符合 Kin 所说的他们的消费群体: 1. 学生、办公室一族、工薪阶层; 2. 拥有个人生活空间 (非与父母同住) 的独居或群居人士或年轻夫妇。Kin 甚至还制作了为什么制作 miu 的漫画, 让你看见失恋时、独身睡觉时、苦闷时 miu 会带给你的形形色色的“最好的抱揽”。

辛酸与前行

即便是开发钥匙扣、万年历、树形挂架、纸巾盒、日志册等有趣的潮物, 也总有苦恼艰辛的时刻, 更别说是开创初期了。

“越走越见更多问题在眼前”是 Kin 对目前状况的一个说法, 但是“伙伴间最大的良性摩擦相信是在发展方向上的观点错位, 无论是小至产品的开发以至产品销售的策略, 打比方说某款产品应采取怎样的推出售卖形式, 通过争拗其实会令我们加深对事件的认识。每每新产品开发成功则是一件令我们心满意足的事。”这就是团队间扬长避短、不弃不离、有话好好说的情谊。

根据 Kin 的介绍, 目前 +D TEAM 还处于最初的创业阶段, 目前一共 6 人。三人负责设计开发, 一位 partner 是负责市场策略的, 一位在北方推广, 另一位是顾问。而这里面的大部分人员之前都是从事设计工作的, 能够聚集在一起, 是因为看见“人们生活水平日渐提高, 对自己的生活有了要求”这一点, 于是应运而生的 +D TEAM 的初衷, 即通过开发设计生产出有品质的生活用品, 为人们带来好的生活服务。

关注优质生活

而当问及是否有打算做奥运主题的产品时, 深受深泽直人启发的 Kin 回应: 并没有专门的去做这一主题的题材。现在不是我们这个发展阶段需要和适合做的。纯粹凑热闹的话那就没太大意义了。然而环保一直是他们关注的主题之一, 因为这是优质生活的其中一个要素。

+D TEAM 正在开发一批文具类的产品。最重视的还是产品的应用过程, 能实实在在的为人们生活带来享受。而谈及未来, 问及有没有一直想做却一直没有完成的产品设计, 他神秘笑答: 有不少, 都积了好些的方案。它们大多是不适合目前这个时期去开发的或, 开发有难度较大。比方说塑料类的产品, 目前我们用到塑料都只是切割的工艺, 开模具就需要慎重行事了。至于梦想要做的产品, “我想是设计与市场达到最好平衡位的产品吧, 这还需要我们的经验去不断累积, 慢慢摸索。”