



從一開始的東方美學觀

TEXT_游姿穎 PHOTOS_何思誠、The One

The One，一個原生自東方美學的生活風格品牌，讓設計從杯盤上躍出，蔓延至空間場域，逐步實現涵養心靈、內蘊外拓的美好生活想望。



在台灣文創品牌指不勝數的當今，屏除潮流跟風、堅持回歸東方傳統的The One，自2003年創立至今，以萬象歸一的美學觀，形塑出品牌強烈的人文風格。看似博大玄妙的東方思維，灌注到the One後，卻成為品牌精神的完美註解，也就是所謂的「一」——純粹、簡單與不可限度的萬千變化。

生活出發的設計

相信設計是由生活中萌始，The One的設計脈絡也圍繞著「生活」。最早以餐瓷精品出發，不過分使用宗教圖騰彰顯東方意境，反而回歸本質，



與自然綠蔭為鄰的沐浴空間。

以素雅透淨為基調，強化線條延伸出東方意象。它們的設計強調實用與美感兼具，像是擷取花朵概念的「一畝田一綻放」，便以層層相疊的瓷盤，交織出如同夏日花顏出淤泥而不染的綻放美感，將瓷盤分開後，卻又變成為實用度高的個人餐瓷組甚至花器。

將東方君子之稱的竹子做為設計靈感，「知竹」將虛懷的竹節轉化為餐桌上的茶具，因為中空，即使澆入滾燙熱茶，捧起茶杯卻感受不到燙手熱度，除了工藝，更多了份意境。The One非黑即白的純粹設計，將一切圖像化繁為簡，卻又從中衍生出多元萬象的創意。

美質生活的實踐

2006年The One進駐新竹的南園，將原本擁有豐富歷史人文的園林樓閣，拭去沉默破敗的灰舊，抹上東方美學色彩，這裡，不是用設計包裝過的大型渡假村，而是the One實踐人文生活態度的場域。

空間設計以木、石、磚為設計三大元素，秉持復舊如舊精神，保留閩式建築與江南園林；室內空間仍維持一貫的簡約，將The One「素言華美」的設計帶入，燈飾、桌椅、鏡框、木窗、櫃門，看不到張牙舞爪的強烈衝突感，而是曖曖含光巧妙將物件與建築融為一體。設計師亦將破損或腐壞的舊檜木再利用，做為鏡面或客房裝飾，更適時運用大自然元素，如竹、藤、冰塊、石頭等點綴，讓這裡處處流露豐厚的人文底蘊。

以追求和美好生活為目標的The One，將南園視為由外而內實踐東方美學的實驗場，從強調「歇心」的空間規劃到「款待」的感質服務，再利從商品一路跨界各域，這正是The One宣揚東方人文哲思的方式。█



「一畝田一綻放」擷取自盛開花朵的意象。



南園客房也流露出恬靜和諧之感。



是筷子也是叉子的「融合」，代表中西方飲食的相遇。

The One 南園人文客棧

Tel : +886-3-589-0011

Add : 新竹縣新埔鎮九芎湖32號

Web : www.theonestyle.com



「若有光」將若有似無的山水倒映在燭台上。



「知竹」茶具組兼具實用與美感。