

【專訪】化平凡為非凡：TOILETPAPER 與三星漫談 BESPOKE 設計品味系列冰箱限量門板創作歷程

此為全球發布中譯新聞稿，實際產品上市資訊依各市場公告版本為準

優秀的設計不僅僅追求外型美觀，還需兼具機能，將日常用品變得與眾不同。基於此願景，三星和 TOILETPAPER 於 2023 年 4 月米蘭時裝週會外展 (Fuorisalone 2023) 推出聯名系列，旨在重新定義優秀設計的本質。

TOILETPAPER 是由義大利知名藝術家 Maurizio Cattelan 和攝影師 Pierpaolo Ferrari 於 2010 年共同成立的創意工作室，本次與三星聯名推出四款 BESPOKE 設計品味系列冰箱限量門板設計，完美融合 TOILETPAPER 獨特吸睛的風格，在充分展現工作室代表性的玩趣與超現實美學的同時，不僅提供消費者打造充滿個人特色廚房的個性化體驗，也為 Bespoke 風格開創全新的可能。

三星新聞中心邀請 TOILETPAPER 兩位創辦人和創意總監暨專案負責人 Micol Talso，以及三星 Bespoke 美學智慧設計負責人 Jidam Hong 暢談此次的合作靈感。



▲ TOILETPAPER 創意總監 Micol Talso (左) 和三星電子 Bespoke 美學智慧設計負責人 Jidam Hong (右)

問：想請問各位對於三星和 TOILETPAPER 合作設計新款 BESPOKE 設計品味系列冰箱門板的初步構想是什麼？有沒有哪些明顯的共通點？

TOILETPAPER 創辦人：TOILETPAPER 與三星同樣致力於突破限制、挑戰常規，展現多樣性及無限可能性。TOILETPAPER 運用超現實圖像顛覆既有設計規範，使日常用品也能饒富興味。三星 BESPOKE 設計品味系列則提供個人化與客製化家電選項，讓用戶能夠自主掌控，同時給

予家電設計師大展身手的機會。我們擁有相同價值觀，認為任何事物皆能成為圖像的畫布，包括家電產品；因此，我們的設計不僅僅侷限在雜誌頁面或工作室內，現在還能延伸至廚房空間。

Hong (三星)：個人化設計是 BESPOKE 設計品味系列核心理念之一，而 TOILETPAPER 繽紛且充滿表現力的作品也早已引起我們的注意。儘管其風格引人矚目，但卻平易近人，特別受到千禧世代和 Z 世代喜愛。我們認為和 TOILETPAPER 合作是 BESPOKE 設計品味系列邁向個人化設計的重要一步。這次將 BESPOKE 設計品味系列冰箱結合搶眼吸睛的設計，豐富了我們的創作經驗，也期望以此為基石，持續拓展未來的新設計。



問：兩位分別擔任創意總監和設計主管，擁有豐富的專案執行經驗。哪些案子對你們影響最深？

Talso (TOILETPAPER)：自 TOILETPAPER 成立以來，每個案子都很獨特又令人振奮。因為這種驚喜感和變動性使我可以投入新體驗和探索未知領域，這是我一直留在這裡的原因。在 Maurizio Cattelan 和 Pierpaolo Ferrari 的領導下，TOILETPAPER 的工作絕不單調，這正是最吸引我的地方。他們始終抱持好奇心，勇往直前，無論是從雜誌轉向時尚品牌，還是創造互動展覽和設計日常用品。如果最終成果符合期待，人們往往會傾向沿用相同作法，但 TOILETPAPER 一向樂於嘗試意想不到的合作，像是 BESPOKE 設計品味系列的最新聯名設計。

Hong：我們經手了各類型廚房用具與家電的顏色、材質和表面處理，也就是 CMF (Color, Material, Finish)，每個項目都是學習與成長的機會。我們的團隊持續精進家電的 CMF，嘗試新色彩和紋理，緊跟設計新趨勢，同時學習如何讓趨勢更進化。與 TOILETPAPER 的合作尤其有趣，因為他們的美學觀點與家電設計講求的實用性恰好處於兩個極端之間。

問：三星的「真正客製化」設計願景與 TOILETPAPER 有什麼共通點？

Hong：三星追求真正客製化的願景是擁抱創意與獨特性，讓消費者盡情展現個性，三星家電低調地融入並美化現有的廚房風格；同時，若消費者想「大膽嘗試」，我們也能滿足需求。TOILETPAPER 擅長設計突出且主張明確的視覺效果，與我們的理念十分契合。正如 TOILETPAPER 從平凡中創造不平凡的哲學，三星 BESPOKE 設計品味系列的真正客製化願景旨在突破設計框架，展現想像力的無限可能。

TOILETPAPER 創辦人：我們認為三星和 TOILETPAPER 皆致力於散播跨文化共賞的創意，透過求新求變，呈現大膽用色與探索不同媒介，我們的作品可以為全球消費者帶來深刻影響。我想

TOILETPAPER 和三星 BESPOKE 設計品味系列最終目標都是關注平凡日常的非凡之處。

問：TOILETPAPER 曾與 Nike、Armani 和 Kenzo，甚至 Mercedes Benz、Audi 和 BMW 等各大品牌合作。相比之下，三星 BESPOKE 設計品味系列合作案有什麼特別之處？

Talso：三星是我們首次合作的家電品牌，這一個特別值得紀念的里程碑，也是我們樂在其中的原因。雖然我們工作室的客戶包括時尚、設計與美妝品牌，卻從未想過有天會與研發家電的科技品牌合作。我們認為這是挑戰新媒介的大好機會；當合作夥伴給你無限的發揮空間時，這感覺非常暢快。

問：您希望透過 TOILETPAPER 限量系列傳遞什麼訊息？



Talso：三星與 TOILETPAPER 皆致力於透過客製化設計支持自我表現和個性風格，三星推出突破性的產品和客製化的 BESPOKE 設計品味系列門板，而 TOILETPAPER 則運用大膽繽紛和華麗誇張的視覺圖像來吸引不同世代的客群；這表示科技與藝術能夠相輔相成，前者訴諸理性，後者表達感性。

Hong：三星已透過多項合作與競賽展示 Bespoke 設計的深度與廣度，但 TOILETPAPER 的新設計將我們的風格推向令人振奮的新境界。BESPOKE 設計品味系列主打柔和極簡的外型，可融入各種風格的室內裝潢，而 TOILETPAPER 則將此極簡設計視為一片空白畫布，創造出大膽生動且俏皮的 Bespoke 門板，使三星家電展現出有別以往的藝術性，我們希望能鼓勵消費者重新發掘日常用品隱含的美學價值。

Bespoke X TOILETPAPER 合作系列產品可於[三星官網](#)線上購買，並計劃於 Samsung KX (倫敦)、Samsung 837 (紐約) 和 10 Corso Como (首爾) 展出。如欲瞭解三星 BESPOKE 設計品味系列的更多消息，包括與 TOILETPAPER 的最新合作和 Bespoke Life 2023 活動，請關注三星新聞中心。