

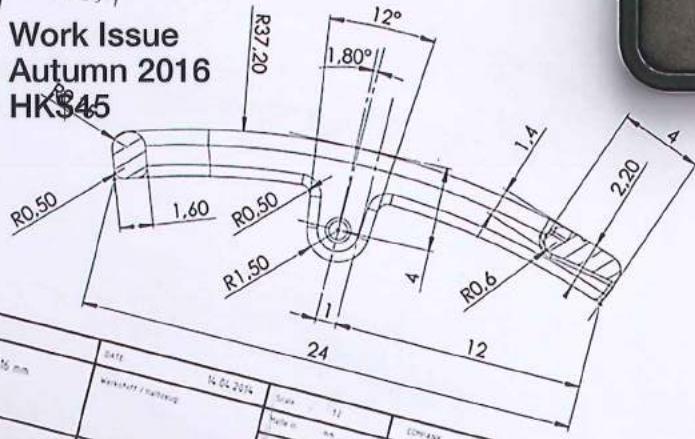
MAGAZINE P

TIME SPACE PEOPLE

FOR CULTURAL CREATIVES

Nº23

Work Issue
Autumn 2016
HK\$45



schleisse 16 mm	DATE	14.06.2016	Stück	12	COMPANY
Werkstoff / Material			Teil n.	1000	
			Wsg. Teil	+10	Berlinerblau GmbH Paul-Lincke-Ufer 30 10999 Berlin
schleisse 16 mm			Bezeichnung		
					Thomas Hötzel Tel. +49 / 30 695 0848-21 t.hoetzel@berlinerblau.de
					NOMOS GLASHÜTTE



Workmanship Now

PEOPLE

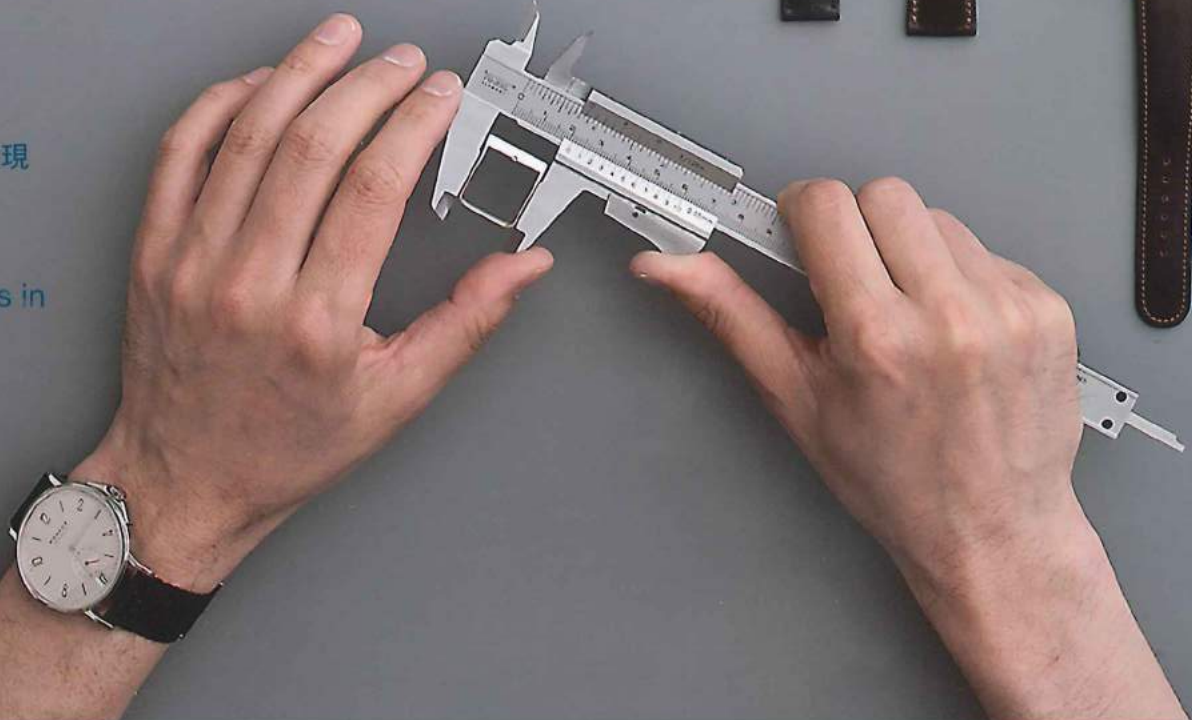
NOMOS
工夫精神品牌典範

TIME

在波爾多葡萄酒節發現
香港味道

SPACE

Bulgari Residences in
Shanghai



HOW I WORK Work & Share

《MAGAZINE P》要了解現代的工夫精神，很自然便想採訪我們一直的採訪和讀者對象：Cultural Creatives「文化創意人」。

事實上，打從2014年三月創刊開始，我們從無間斷地每期都會採訪好些「文化創意人」，只不過今期以Workmanship Now為主題，自然便想一採便採多個，想從中嘗試歸納一下我們所關心的對象是如何工作的。

Written by Peter Wong Photograph courtesy of NOMOS

Cultural Creative 這個名詞在2000年才出現，源於美國社會學家Paul H. Ray於2000年出版的一本書，名為《The Cultural Creatives: How 50 million people are changing the world》。作者和合著的Sherry Ruth Anderson有感美國社會階層於20世紀末期在主流的現代派(modernist)和傳統派(traditionalist)外，開始出現了第三流派，於是便早在1987年開始了全國性調研，訪問了超過十萬人關於他們的生活態度和方式，從這十三年的結果便得出這個第三流派的結論，並以此Cultural Creative命名。

Cultural Creative 至今沒有正式的中文譯名，我們姑且稱為文化創意人，他們和近二十年我們一直談論的文化或創意產業沒有直接關係，但當然有所重疊。如果要簡單解釋文化創意人的定義，除了他們必然喜愛某種文化及當然會擁抱創意，便是他們都會有兩種意識，便是對生活方式的要求，和對社會議題的關心。對生活方式有要求，自然便注重質量並講究天然，摒棄表面而且人造的東西；對社會議題的關心，自然便不會墨守成規，全盤接受社會大多數人的價值觀，而是敢於挑戰現狀，說出自己的感覺。

當然，他們都有各自的工

作範疇，但我可以好肯定的告訴大家，這些工作必然是他們喜愛並十分投入的。我想起了今期我們同一個封面專題裏介紹的WoWork，近年漸漸取代傳統工作空間的共用辦公空間經營者，他們的同事經常掛在嘴邊的一句話，便是Do What You Love。近年許多人都談論文創，但大家都好像不太清晰這個分類其實包括一些甚麼範疇，因為這個概念源自英美，但英美兩地便有迥異的定義，於是難免產生混淆。而《MAGAZINE P》自以Cultural Creatives作為定位後，便一直以ABCDE五個字母開頭的範疇作為根據，我們沒有宣諸於口，但內部共識便一直是圍繞這五個範疇探索我們的內容，它們便是Art、Brands、Culture、Design和Environment。

今次趁着籌備Workmanship Now的特輯，便以這五個範疇各找一位朋友採訪，看看他們的工作理念是甚麼，現在是怎樣工作，對未來工作的憧憬又會有甚麼可以和我們分享。他們有些是

接地氣的在地工作，有些則關注整個生產循環的可持續發展，有些更貼近現代工作模式，便是遊走於線上和線下的不同平台。

看完這些採訪，你會發現，現今人們的生活及工作模式已經離不開二元平行發展的世界。一方面自然便是線上線下私人及社交層面的縱橫交錯，另一方面便是除了對生活方式的要求，我們現在每做一件事情再也不能獨善其身的自說自話，而是必得對環境保護社會保育等等民生議題抱着關心甚至某種主張，既要有Global的宏觀視野，亦需具備Local的微觀投入。

所以看互聯網的發展是很有趣的體驗，一方面我們確實見證了許多人因為網絡年代的來臨而圓滿了獨自創業的夢想，但另一方面他們又並非一個人的行動或工作，大多時候他們都屬於某個社區或網絡，和很多其他獨立個體或公司分享着同一方向的想法或主張，相互扶持，就算有所競爭都因為大家有共同理念而較多發展成良性的競賽。當然，大前提是你肯花時間參與進去，把自己所知分享出去。

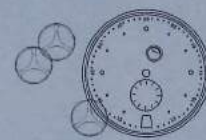
難怪Share這個字，已經成為近年經常見到的關鍵詞。



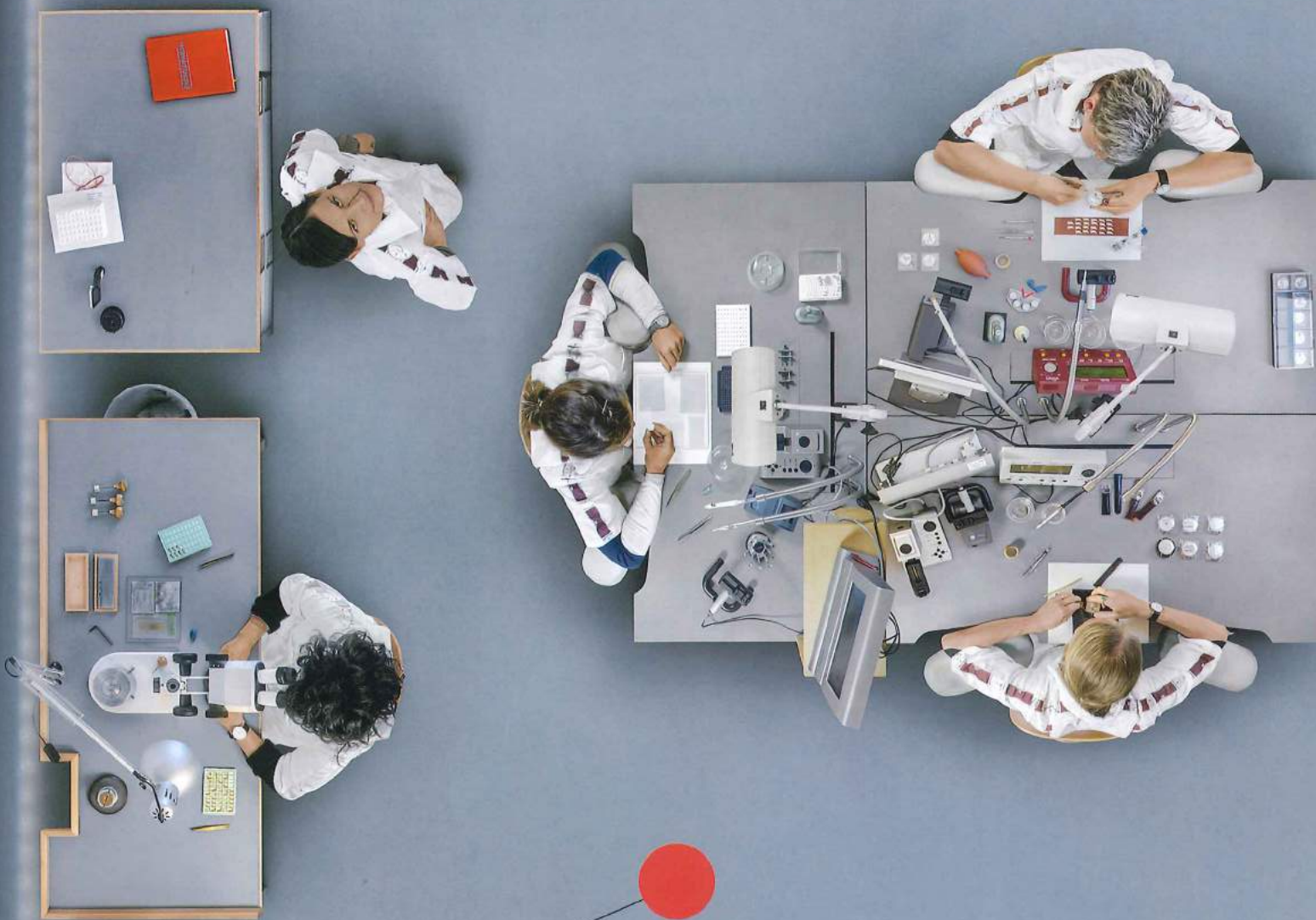
Photograph courtesy of NOMOS

B
RAND

WORKMANSHIP



工夫精神



HOW I WORK NOMOS

工夫精神品牌範例

The refinement of commercial work in collaboration with art, industry and craft

Written by Peter Wong Photographs courtesy of NOMOS



NOMOS自我研發擒縱系統Swing System的擺輪部分。

The Spirit

在構思我們今期的主題workmanship (工夫精神)時，有一個問題我經常問自己，其實亦不單止我，聽見我們做這個主題的朋友都在問同一個問題，便是到底它和craftmanship (工藝精神)有甚麼不同？而因為自己過去多年一直有涉獵腕錶設計及生產等的採訪，於是很自然便想到以腕錶來做例子，試圖闡述以上兩種精神不同之處。

如果簡單地以產量來比較，工夫精神要講的必然是量產的規模，而工藝精神則大多指少量甚至單一件的藝術品層次。因為要達到批量生產而能保持統一高水平的效果，必然要包括機器和人工的參與，在整個製作過程很講究所有細節皆要鉅細無遺的得到照顧，每個細節都要追求機器和人手等能達到最高的綜合水準規格。至於少量生產則因為很多時都靠人手完成，所以工匠的技術能力和藝術涵養便很關鍵。

而當我進一步要為workmanship尋找一個腕錶代表例子，腦海中立刻便聯想起來自德國製錶重鎮Glashütte的NOMOS。對德國腕錶文化稍有認識的朋友，每聽見NOMOS這個名字，都會不期然豎起大姆指給一個讚。因為這個自1988年正式

上路的年輕品牌，在短短二十六年間，已經成為德國機械製錶量最大的生產商，而且更有能力擔起一枚腕錶35%的製作，是名副其實自給自足的製錶廠。

誠言，NOMOS最叫人佩服的地方，便是縱使幾乎完全自製，但他們不像大部分同樣自給自足的腕錶品牌般索價不菲，而是以很克制接近大眾化的價錢售賣，平均叫價由港幣一萬多至數萬不等。以這樣的價位便能擁有一枚自製機械腕錶，而且具備品牌花了七年時間研發的自製擒縱系統Swing System，難怪每次我有機會到Glashütte參觀其他高級製錶廠，都會發現他們的工作人員甚至好些年輕一點的製錶師大都佩戴NOMOS，由此可見品牌在一眾行內人眼中的地位。

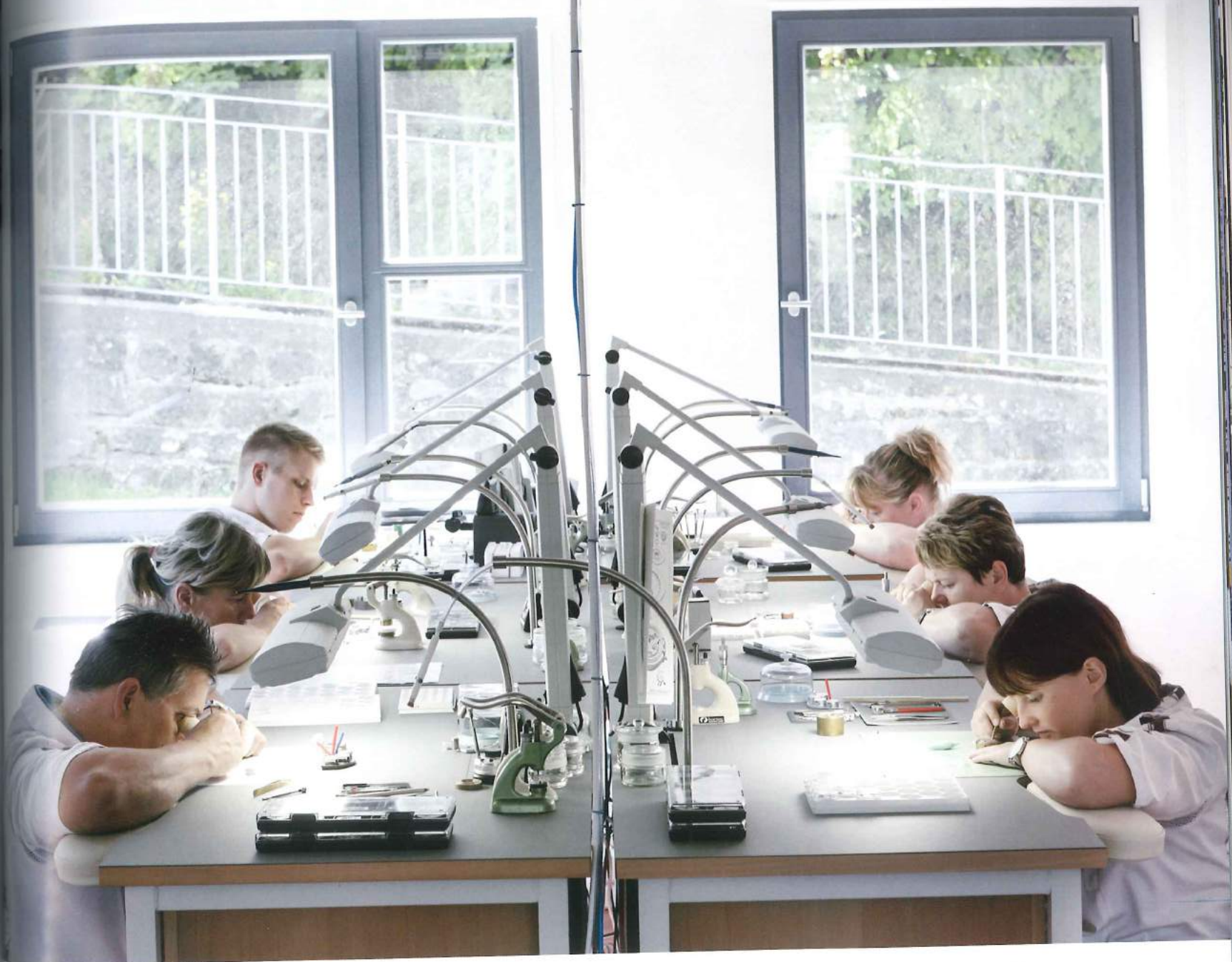
看過一些文章分析，由於NOMOS創辦之時，剛在柏林圍牆倒下東西德重新合併的翌年，所以身處東德的Glashütte地方生產企業便得到政府資助重建，相信這是NOMOS能夠得到今天成績的重要原因之一，但資金只是一

部分，並不代表企業便能成功，如果要我總結NOMOS今天的成就，我想引德國一個叫Deutscher Werkbund的工業協會座右銘作為引子。這個協會於1907年由德國一批商人、工藝師及建築師創立，他們創會的目的是，「The refinement of commercial work in collaboration with art, industry and craft」，而且多年來一直注重如何把傳統工藝和新穎科技結合，務求能生產出既漂亮又具功能性，同時大眾能夠負擔的生活用品。

NOMOS作為Deutscher Werkbund的一份子，可以說是完美完成了協會的使命。所以品牌不會一味追求工藝的極致（當然他們亦有像Jaco和Lux等叫價達十多萬港幣的工藝版，但量少而且只為證明品牌的工藝能力而為），而是在適當的工序予以機器的協助，然後再交由人手作最後完善，所以大部分NOMOS腕錶皆能以大眾化的價錢售賣，而且大家得到的都是物超所值，盡現工夫精神最高水平的時計。



年輕女製錶師Alexandra Kluge象徵品牌的活力。



The Manufacture

NOMOS 於 1990 年由商人 Roland Schwertner 啟動。品牌名稱源自希臘文，代表法律與規範。

1990 年，隨着柏林圍牆倒下，東西德重新統一，此時的德國腕錶製造業正處於百廢待舉的狀態，當中自然以早已擁有百年製錶傳統的小鎮 Glashütte 尤為值得注意。然而由於之前受共產東德的統治，這裏的生產工業並沒有得到相應的發展，所有工業設施都已陳舊不堪，絕大多數專家都已遠走他鄉，東德製造的所有腕錶幾乎都使用石英機芯。大家可以想像要在這個時候全新創立一個腕錶品牌的難度。

可幸的是，NOMOS 並沒有走捷徑，而是秉持 Glashütte 固有機械製錶的傳統，銳意繼續生產機械腕錶。創辦人收購了數間當地荒廢了的錶廠，其中一家便是早於 1900 年代創辦的 NOMOS，新品牌並以此命名。經過兩年時間研發，NOMOS 推出了四枚至今依然存在的腕錶型號，分別為 Tangente、Orion、Ludwig 和 Tetra。第一枚腕錶名



搭載了Swing System的DUW 3001自動機芯。



Metro的製作草圖。

為Tangent，設計靈感源自同鄉品牌Lange一枚腕錶，充滿德國包浩斯風格的簡潔大氣和功能況味，至今已成為品牌最具代表性的型號，見錶如見品牌。

開頭NOMOS的機芯都從瑞士進口，如ETA及Peseux等，再在自己廠內加工組裝。之後品牌首個自製機芯以Alpha命名，但仍主要按照Peseux 7001機芯作藍圖設計。而首枚自我研發及生產的機芯要到2005年才正式推出，取名Epsilon，給放到Tangomat系列裏。

跟着品牌花了七年時間來研發機芯最重要的心臟部分，取名Swing System的擒縱系統令品牌擺脫了行內絕大部分品牌皆要依賴擒縱系統供應商的宿命，成為真正正正的獨立製錶廠，行內不出五家擁有自製游絲的能力。這個革命性擒縱系統於2014年給放到自動機芯DUW 4301和DUW 4401。

而差不多同一時間，NOMOS的製錶師亦向工藝挑戰，於2013年推出了DUW 1001及DUW2002兩枚自動機芯，給放到兩個全新型號Lambda和Lux，機芯規格全面按照Glashütte製表傳統如四分三夾板、鵝頸形微調及黃金套筒等元素，為了證明NOMOS不但能生產批量高質素簡單機芯，也能製造講究工藝的複雜機芯。

細心的朋友可能會發現，品牌在這兩年開始為機芯以DUW命名，原來它是Deutsche Uhrenwerke的意思，象徵德國出品，而且自此所有NOMOS新研發機芯皆刻上NOMOS Glashütte Deutsche Uhrenwerke字樣，更加強調品牌根據地，可以視為品牌宣示自我能力的信心舉動。結果我們再於去年見證了品牌推出全新自動機芯DUW 3001，除具有天文台錶規格外，更以超薄的3.2毫米示人，並以Naomatik之名給放到旗下十個型號系列裏。

現在NOMOS擁有十二款型號系列，分別為Tangente、Tetra、Tangomat、Ahoi、Club、Ludwig、Zürich、Orion、Metro、Minimatic、Lux和Lambda等，同時自製十款機芯。全部共八十多款設計，行銷全球超過四十多個國家。

獨立自主 糅合人手和機器

專訪 NOMOS 合夥人及 首席執行官 Uwe Ahrendt



Uwe Ahrendt 簡介

1969年於德國製錶重鎮Glashütte出生，家族為製錶世家，祖父曾為朗格生產平衡擺輪。十六歲便當上工具學徒，再深造機械工程及經濟。未加入NOMOS前曾為IWC及Lange Uhren GmbH效力。轉投NOMOS至今十多年，2000年晉升為首席執行官，2003年成為公司合夥人。

Magazine P... MP
Uwe Ahrendt... UA

MP：你有工程師背景，同時負責管理，你是如何分配工作？

UA：我把自己的工作人生都奉獻了給製錶。當然，我的工程師背景對我的工作幫助很大，但我現在專注公司的營運，而身為首席執行官是我工作最大

的挑戰，但同時亦覺得很有滿足感。

MP：那麼你覺得工程和營運這兩種工作最大分別是甚麼？你認為要成為成功的工程師及公司領袖最重要的條件是甚麼？

UA：無論你是工程師或首席執行官，成功最重要因素都是你必須對所做的工作感到興奮。因為

我自己有工程師背景，所以很自然地我對自己公司能有技術突破特別激動，例如2014年我們推出了自家研發的擒縱系統便是一項重大突破。而要成為成功的公司領袖，你必須很了解自己所在的行業，當然，在製錶家族背景下成長對我幫助很大，但之前有機會在其他製錶品牌工作亦給了我更廣闊的行業視野。為公司

製訂影響深遠的策略是我一種榮譽，當然亦要負上巨大的責任。但我依然很喜歡每日上班工作。

MP：我們認為NOMOS應該是一個品牌，你可否解釋一下為何品牌這樣重視設計？

UA：NOMOS是在德國機械製錶搖籃地Glashütte生產，全部

搭載自家研發的高質素精準機芯。但我們認為外在設計和內部機芯同樣重要，而NOMOS的設計哲學是受到在20世紀包浩斯設計風潮前期成立至今的Deutscher Werkbund所影響，他們的宗旨是透過糅合藝術、工藝及高科技生產方法不斷改良商業產品，以最好的技術生產既美麗又具功能性的生活用品，重點在簡約美學和

搭載自家研發的高質素精準機芯。但我們認為外在設計和內部機芯同樣重要，而NOMOS的設計哲學是受到在20世紀包浩斯設計風潮前期成立至今的Deutscher Werkbund所影響，他們的宗旨是透過糅合藝術、工藝及高科技生產方法不斷改良商業產品，以最好的技術生產既美麗又具功能性的生活用品，重點在簡約美學和

高水平的產品設計，而這亦是 NOMOS 生產哲學的根基。

MP：請分享一下在總部以外的柏林成立設計工作室 Berlinerbau 的原因？

UA：NOMOS 的基因是結合 Glashütte 的精良製錶和柏林的得獎設計。柏林是歐洲藝術及設計之都，我們自家創意公司 Berlinerbau 的據點，他們負責品牌的構思、設計及溝通。哪裏是我們設計及拍攝腕錶、撰寫產品目錄、創作包裝及構思網址等等的地方。而理由很簡單，我們希望能找到最好的設計人才，而對於他們來說，柏林遠較 Glashütte 吸引。

MP：創立至今 26 年，NOMOS 已經發展成為能夠自我生產一枚腕錶價值的 85% 部分，這在行內是令人印象深刻的。未來將會有甚麼計劃？增加年產量？生產更多複雜功能的腕錶？

UA：我們當然不能預測未來。但我們在 NOMOS 的同事都是充滿野心的。未來我們希望能更獨立、能研發出優良的技術及最終能 100% 生產自家機芯。我們希望能依靠自己的能力增長下去，並成為更國際化的品牌。

至於產品研發方面，新的 Neomatik 系列及其搭載的 DUW 3001 自動機芯將繼續在我們品牌擔任重要的角色，是我們開始把焦點放到自動機芯後的基礎。同時我們亦會繼續投放資源在研發方面，DUW 3001 為我們開啟

了嶄新的契機，我們當然會好好利用。未來實在有太多東西將會發生了。

MP：你認為這些年在 NOMOS 工作最大的挑戰是甚麼？

UA：自擔任首席執行官的這十多年當然面對了很多刺激的挑戰，但我想，最大的一個必然是開發我們自家擒縱系統於 2014 年推出的 Swing system L。這個歷經多年並投入巨大資金的項目最終成為我們一個里程碑。因為直至目前為止，由小型腕錶品牌去開發這機芯最重要的部分幾乎是絕不可能的，一來太難太複雜，二來是太昂貴了。這便是為何幾乎所有品牌都要向瑞士少數擒縱系統生產者購買。現在我們能夠自製擒縱系統，不但保證了機芯質素，而且為未來的獨立性打了強心針。

MP：你會如何定義「工匠精神」？

UA：我認為「工匠精神」必然需要人類的技術。就以製錶為例，需要很多年的訓練才能成就優良的技術，而製錶師是需要把這些技術知識結合靈巧、耐性和對製作一枚美麗腕錶的眼界。就像從我們的腕錶，便可以看到得到專精訓練經年的製錶師在製作過程裏灌注了大量的工匠精神。而作為一名有經驗的工程師，我很清楚個別機芯部件需要投入幾多專業技術才能完美完成，像我們自家的擒縱系統便是最佳例子，它

本身便是一件工匠精神的象徵作品，在完美裝嵌後成為時計精準的調速器。

MP：像你之前提及過，NOMOS 是 Deutscher Werkbund 的成員，你可否再描述一下作為成員的重要性和可會影響品牌的經營哲學？

UA：作為 Deutscher Werkbund 成員本身便反映了我們的品牌哲學，緊跟協會的原則，NOMOS 專注在清簡的美學，綜合設計及高超工藝，製作出物超所值的精美機械錶，所以那讓我們成為獨特的一個製錶品牌。

MP：近年生產工業都迎來自動化或人工智能的挑戰，對此你有什么意見？NOMOS 會否像 Follex 或 Omega 般一早便開始自動化生產。

UA：目前 NOMOS 自我研發及生產十枚機芯，自家負責了一枚機芯價值的 85% 生產，而大部份工序都以人手完成，如夾板及搭橋修飾、齒輪製作、藍色螺絲及倒角打磨等等。但當我們知道高科技方法會較人手更精準時，我們會用機器取代人手的。畢竟，有很多製作過程如果使用機器會更便宜和有效精良。我們相信要生產最好的腕錶，是需要結合高科技和傳統人手製錶工藝的。

MP：那麼智能腕錶的趨勢又如何，以它們所能提供的設計

空間，便是一向重視設計的 NOMOS 的表演舞台。

UA：現在有很多可以看到時間的生活用品，但很少能夠經得起時間的考驗，在五、十或二十年後依然如常運作。所以機械腕錶的價值便很獨特。我們相信機械腕錶和智能腕錶是兩碼子的事，我們的腕錶擁有長遠的工藝傳統，為顧客提供了優雅優美的價值時計。NOMOS 始終專注時計本身，而非像智能腕錶般只是作為一種額外功能。

MP：你可否簡單幾句形容 NOMOS 的特色和強項？

UA：NOMOS 是私人擁有及營運的。我們有很高層次的自家生產，所有機芯皆由內部設計及製造，而且我們售賣一枚機械錶的價錢是絕對物超所值。我們的時計是德國工程和產品設計的獨特組合。NOMOS 腕錶的整體形象是幼細優雅及充滿卓越的機械技術。為顧客提供具標誌性而永恆的高品質腕錶便是我們成功的秘訣。





Berlinerblau設計工作室空間內貌。

可能是我的職業病吧，從事印刷媒體多年，每當見到精美獨特的印刷品便會忍不住駐足觀看，甚至拿上手翻閱欣賞。我先是在每年品牌位於巴塞爾鐘錶展的場館裏看到他們推出的印刷

品。另一方面，其實大概十年前我開始留意NOMOS的切入點，是在他們製錶以外的其他地方。說的便是由品牌特地於柏林開設的名為Berlinerblau設計工作室，他們在腕錶以外為品牌所創造的一切，從產品目錄編輯、短片拍攝、海報繪製、網站創建、照片拍攝，到展示與包裝設計，還有所當然的腕錶設計等等。

談了這麼多關於NOMOS製錶的歷史，其實大家應該會發覺，我沒有怎樣強調品牌的工匠精神是如何到位，因為一來我深信，產品本身便是最好的明證，諸如NOMOS能夠自主研发出擒縱系統所投入的心力，或者他們挑戰超薄自動機芯Dw 3001所下的苦工，都已經很好的說明了品牌製錶師做足工夫的精神，對於製錶每樣細節都會經過反覆測試和實驗，務求達到再也不能更好的境界。



Judith Borowski

於1969年出生，在德國漢堡攻讀新聞，在2001年加入NOMOS之前，曾在德國ARD電視台及德國版《金融時報》工作。由於表現出色，加入NOMOS數年便成為合夥人晉升成為管理層及創意總監，同時主理位於柏林的Berlinerblau設計工作室。

功能先行 永恆優美

專訪NOMOS合夥人及創意總監，
Berlinerblau主理人Judith Borowski

Magazine P · MP

Judith Borowski · JB

MP：身為Berlinerblau的領導，可否分享一下你的工作？

JB：NOMOS在Glashütte生產精良腕錶，我們整個製錶公司都在哪裏工作。但我們的設計工作室卻以Glashütte以北的柏林為基地，大概兩小時十分鐘車程。Berlinerblau負責製作產品目錄、

拍攝宣傳短片、設計海報及開發網站，當然還要設計腕錶。我喜歡每天回到像遊樂場的公司工作，畫畫、寫寫、創作及激發新概念。在這裏我們很多時早餐時開始萌生一個概念，午飯時決定，下午已經開始進行，這真是很快樂的工作。

MP：妳領導的柏林設計團隊在這些年裏贏過很多獎項，可否告訴我們妳的成功秘訣。

JB：我們的腕錶能夠在質素和設計兩方面同樣得到認同，像我們好些款式已經成為經典，是一件美好的事情。而我們的焦點是很清晰的，便是永遠專注永恆的設計，而非追趕時髦，因為時髦很快消失，而我們設計製造的是希望能夠讓顧客佩戴數十年而依然美麗的腕錶。

MP：妳認為NOMOS的成功絕

非單一原因，而是我們能糅合Glashütte的精良製錶及柏林的得獎設計這獨特之處，沒有很多其他品牌在做着同樣的事情。

MP：那麼妳認為NOMOS的設計風格是甚麼？

JB：我們的腕錶美學是很清晰的根據功能先行的規條，專注設計出現代、漂亮及持久的風格，換句話說，我們是從一枚機械機

芯的功能開始考慮，然後再構思其他設計。我們整體設計方向源自作為Deutscher Werkbund一份子的事實，這個在包浩斯運動前身成立的協會提倡結合傳統工藝及科技，而生產漂亮具功能性的耐用生活用品。

MP：那麼NOMOS的設計風格也是妳自己的喜愛嗎？妳心目中有沒有喜愛的設計大師？



JB：當然啦！就像許多NOMOS員工一樣，我每天都佩戴某款我們自家的腕錶，而我要花很多時間去構思如何推出我們的新產品，所以如果自己不喜歡的話是很困難的。當然，我亦受到許多設計師影響，實在很難只說一個，如果真的要我挑選，我會說是Vitra，他們作為一間極具創新精神的設計主導公司，都是功能先行的。所以

無獨有偶，他們都是 Deutscher Werkbund 的一份子。

MP：NOMOS幾乎是唯一一個腕錶品牌會投入那麼多資源在設計上，妳覺得重視設計對一個品牌有甚麼好處？

JB：NOMOS從來不是一間跟隨製錶潮流的公司，而且事實剛好相反，我們會從其他範疇吸取概念，例如家具設計及藝術等都

是創作靈感的源泉。能夠在專注德國精良的機械製錶及生產技術之餘，並結合柏林先進設計，令我們的腕錶能夠把兩個範疇的最好條件集於一身，這便是NOMOS最大的吸引力。

MP：直至目前為止妳遇到最大的挑戰是甚麼？

JB：我每天都遇到斬新的挑戰，例如要找到最完美的錶盤顏色；要找到最完美的錶耳長度；要找到最完美的錶殼直徑；還有為最新產品構思廣告標語等等。我想，最大的挑戰應該是如何永遠保持在最高狀態。

MP：妳如何定義「工匠精神」？

JB：我認為「工匠精神」必然需要人類的技術。就以製錶為例，需要很多年的訓練才能成就優良的技術，而製錶師是需要把這些技術知識結合靈巧、耐性和對製作一枚美麗腕錶的眼界。

就像從我們的腕錶，便可以

看到得到專精訓練經年的製錶師在製作過程裏灌注了大量的工匠精神。至於設計的處境亦相類，設計師需要多月的時間來準備最好的腕錶原型，讓所有部件和諧地走在一起。這些都要求工夫精神，都需要技術和專門知識，才能演繹出NOMOS的美學。

MP：身為 Deutscher Werkbund 的成員如何影響品牌的設計哲學？

JB：當然會有所影響。我們的腕錶以簡約的錶盤、幼細的時針和修窄的錶圈等設計見稱，而機芯便以精準為要。這些都是在 Deutscher Werkbund 的宗旨領導下成就，便是結合傳統工藝和最新技術，以生產優良的生活用品。

MP：《NOMOS Glashütte ENCYCLOPAEDIA》是我看過最全面同時以幽默詩意的手法設計製作的腕錶字典，你可否解釋一下背後的創作理念？

JB：因為我自己是讀新聞系

出身及從事過出版工作，所以很自然地我會把這些元素帶到NOMOS。《NOMOS Glashütte ENCYCLOPAEDIA》為讀者帶來一切有關於NOMOS、Glashütte及機械製錶的資訊。我知道有很多腕錶專家及收藏家都喜歡閱讀有關的書籍，所以製作這本字典便能反映背後我們是投入了許多技術和專門知識在腕錶生產上。當然撰寫字典的過程亦非常有趣。

MP：妳認為在設計一枚腕錶時，甚麼是最重要的？

JB：創作一枚腕錶需要時間和耐力，因為當要為一枚腕錶帶來完美比例的美學及整體幼細的優雅印象時，很多設計元素都要剛好的配合，例如不同物料、立面及細節等等。錶圈是否太過幼細？錶耳是否過圓？微米之差便可以有很大分別，而這對製作腕錶的工程師和製錶師來說，當然都是一樣重要的。



NOMOS為旗下腕錶設計的創意攝影作品。

