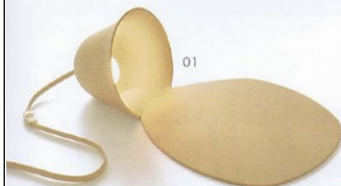




2 品牌煉金術 押注在有天份的人身上 NextLevel Galerie



Martin Saemmer這名為Transformer的工作桌，為功能與收納空間兼具做了完美的表現



設計藝廊的經營看似浪漫，其實背後是危險的賭注，可是有些人就是擅長

將對的人放在對的事情上，擁有伯樂找尋千里馬的天賦，NextLevel Galerie的負責人Isabelle Mensil正是擁有這些特質的箇中翹楚。

千里馬也需要跑道

當初開設藝廊其實是Isabelle離不開對設計、藝術的熱愛，對於設計藝廊的經營模式，其實一直是一個不公開透明的經營模式。不過Isabelle解釋設計藝廊的存在目的，目前在市場上有許多設計無法被接受，因此沒有任何被製造、生產的理由。而設計藝廊則協助設計師投入設計，並為他們承擔風險。

許多設計師在未成名前缺乏一個舞台，因此NextLevel Galerie給了設計師一個發光發熱的可能，這些非量產的作品從設計到製造完成，等到進入藝廊展示時已經花了許多時間。NextLevel的負責人Isabelle Mensil就談到，設計師向他們提尋求製作的贊助，通常一個作品從設計理念修正到完成，動

輾都是一到兩年。因此設計藝廊靠的是一種敏銳的鑑賞力，提供創新設計的發展舞台。

獨特性與前瞻性

相較於大型的百貨商場，販賣工業化、大量化的物品，少量精緻的珍品才是設計藝廊走的路線，不過長達一至兩年的完成時間，作品除了要有獨特性，前瞻性才是後勢看漲的推進力。

Isabelle身為設計藝廊負責人，常常打開電子信箱就會收到毛遂自薦的設計師來信，希望可以獲得藝廊補助完成作品，這時候就換設計藝廊要傷腦筋了。完成一樣設計模型(Prototype)要投入的成本不小，而設計藝廊則必須靠設計師的設計理念還有未來的想像決定是否合作。

此外，對於設計藝廊而言，最擔心的還是抄襲問題，設計師在製作過程中其實不斷的與時間賽跑，曝光與網路行銷也會成為一種風險。不過漸漸當NextLevel Galerie出品的設計成為一種品質保證，品牌形象也就如此彰顯出來，設計師也在國際設計展覽上快速提高能见度。經營設計藝廊最大的成就感，就是在每一次的合作中，找出一匹千里馬。



01 Buna Baitel是NextLevel Galerie創辦人Isabelle看好的明日之星 02 由Buna Baitel運用光纖製成可翻折的造型燈具