

avedition

RETAIL DESIGN INTER- NATIONAL

COMPONENTS, SPACES, BUILDINGS

JONS MESSEDAT





BOLON

LOCATION SHANGHAI, CHINA CLIENT XIAMEN ARTGRI OPTICAL, XIAMEN
 CONCEPT / DESIGN IPPOLITO FLEITZ GROUP, STUTTGART LIGHTING PFARRÉ LIGHTING DESIGN, MUNICH
 PHOTOGRAPHS SHUHE ARCHITECTURAL PHOTOGRAPHY, BEIJING / IPPOLITO FLEITZ GROUP, STUTTGART

Eine ikonische Produktpräsentation, die sich sowohl im individualisierten Flagship Store, als auch in kleineren Stores und bei seriellen Shop-in-Shop-Einheiten behauptet, war bei Bolon, einem der größten Brillenhersteller im asiatischen Raum, gefragt. Das rasante Tempo bei der Shop-Planung in allen Maßstäben ist typisch für die Herangehensweise im chinesischen Handel.

What Bolon—one of the biggest manufacturers of spectacles in Asia—was looking for was an iconic product presentation which worked just as well in the individualised flagship store as in smaller stores or in shop-in-shop units. The speed with which shops of all sizes are planned is typical for the approach used in Chinese retailing.



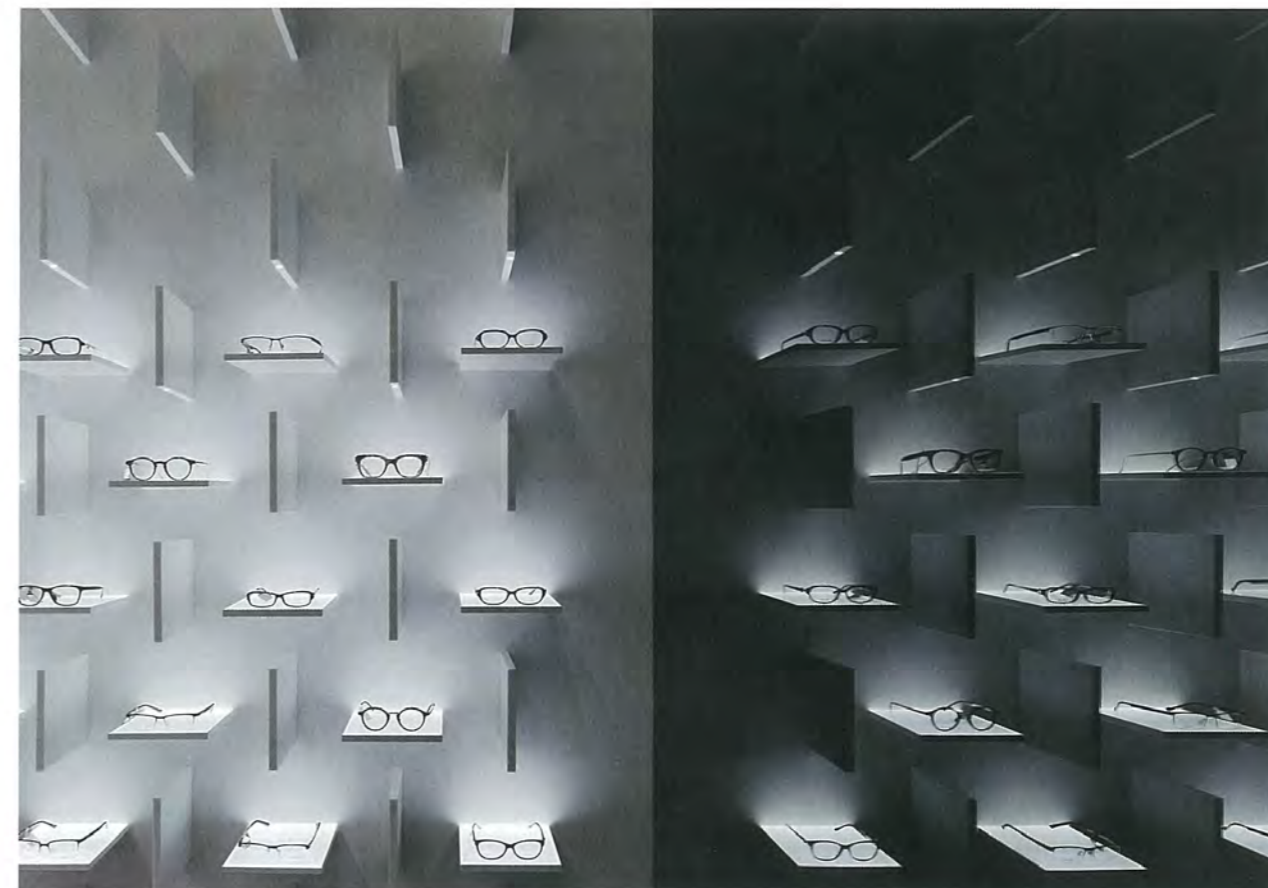
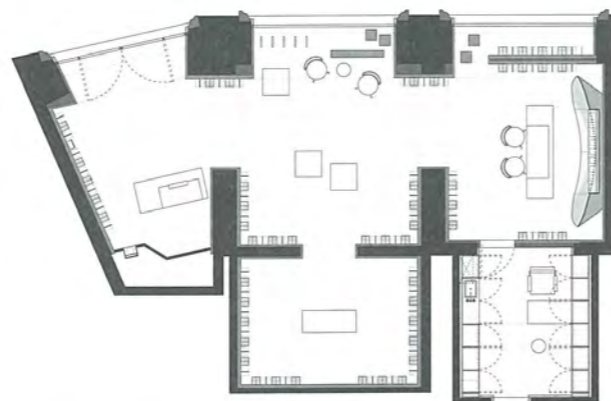
Durch den starken Expansionsdruck werden kreative Ideen sehr schnell umgesetzt und es ist kaum Zeit für Testphasen, so die Erfahrung der Planer, der Stuttgarter Ippolito Fleitz Group. Als erste Umsetzung der neuen Markenarchitektur eröffnete am 1. Mai der Flagship Store in der chinesischen Metropole Shanghai.

In light of the huge pressure to expand, creative ideas are realised extremely quickly and there is hardly any time for testing, at least that is what the Stuttgart designers from the Ippolito Fleitz Group experienced. The flagship store in the Chinese metropolis Shanghai was the first to open with the new brand architecture.



Das prägende Material im Raum ist polierter Marmor, der sowohl auf dem Fußboden, als auch für die Präsentationsstelen und Beratungstresen verwendet wurde. Die kühlen weißen und schwarzen Marmorflächen bilden einen starken Kontrast zur goldenen spiegelnden Foliendecke, die den Raum in ein warmes Licht taucht. Der Goldton soll die Sehnsucht nach einem warmen Sonnentag wecken – an dem es sich freilich anbietet, eine Sonnenbrille aus dem Sortiment der weltweit vertretenen Marke zu tragen.

Das Produkt selbst wird ikonenhaft präsentiert: Weiße, quadratische Scheiben, orthogonal zueinander angeordnet, bilden ein strenges dreidimensionales Raster auf den Präsentationswänden. Das horizontale Panel wird über eine unsichtbare Kanteneinspeisung von hinten erhellt. Deckend lackierte Kanten schärfen den Kontrast und den Eindruck einer homogen leuchtenden Fläche. In der vertikalen Ebene projiziert ein integrierter LED-Punkt, ausgestattet mit einer speziellen Optik, eine maßgeschneiderte ovale Abbildung auf die Brille. So bekommt jede Brille ihre eigene kleine Bühne, die durch eine speziell angefertigte Ausleuchtung hervorgehoben wird.



The dominant material in the room is polished marble. Used for the floor, presentation units and consultation counters, the cool white-and-black marble surfaces form a stark contrast to the reflective golden film-covered ceiling that bathes the room in a warm light. The gold colour is designed to arouse a sense of longing for a warm, sunny day—ideal for choosing a pair of sunglasses from the range offered by the brand with a worldwide presence.

The products themselves are presented like icons: white, rectangular plates, arranged orthogonally to one another, form a strict three-dimensional pattern on the presentation walls. The horizontal panels are illuminated from behind by concealed edge lighting. Opaque varnished edges intensify the contrast, creating the impression of a homogeneous illuminated surface. In the vertical level, an integrated LED point, equipped with a special lens, projects a customised, oval-shaped image onto the glasses. In this way, each pair of spectacles is given its own little stage, an effect which is reinforced by specially designed lighting.

