

东方之冠，融合“古”意“新”风

——专家解析中国 2010 年上海世博会中国馆设计方案



本报记者 薛慧卿

英国伦敦的水晶宫，法国巴黎的埃菲尔铁塔，比利时布鲁塞尔的原子球馆……都是历届世博会为举办地留下的标志性建筑。黄浦江畔，中国 2010 年上海世博会将留下怎样的建筑呢？

昨天，中国 2010 年上海世博会中国馆正式开工建造，中国馆的设计方案——东方之冠，也首度公布于众。“东方之冠，鼎盛中华，天下粮仓，富庶百姓”，中国馆联合设计团队总负责人兼总建筑师何镜堂院士昨天在开工现场讲述了中国馆的设计理念，丰富多元的中国元素为中国馆带来了强烈的视觉冲击力。

全球华人拿出 344 件方案

中国馆是中华智慧的结晶。今年 4 月 25 日，中国馆建筑方案向全球华人公开征集公告一出，立刻得到积极响应。截至 6 月 15 日，共收到 344 件应征方案，经过层层筛选，最有冲击力的 3 件作品脱颖而出。“中国文化源远流长，很难用一个具



■ 上海世博会中国馆效果图

象来代表文化精髓，因此必须从总体意象上提炼。”何镜堂院士告诉记者。目前，这个综合了华南理工大学建筑设计院、清华安地建筑设计公司和上海建筑设计院各家方案之长的中国馆，是集体智慧的结晶。

“古”意“新”解透露新鲜气息

作为世博会主办国建造的最重要展馆之一，中国馆以“城市发展中的

中华智慧”为核心展示内容，承载着中华民族对科技发展和社会进步的期盼。细细品味，中国馆的设计方案中凝炼了众多的中国元素。同时，这些传统元素“古”意“新”解，透露出新鲜气息——

■ **中国红** 中国馆大面积地采用大气、沉稳的“故宫红”作为建筑物的主色调，色彩夺目，又容易被世界理解。

■ **体承天地** 中国馆组成中，国家馆和地区馆的整体布局隐喻天

地交泰、万物咸亨，体现了东方哲学对“天”“地”关系的理解。国家馆为“天”，如同雕塑高耸于上，宛如华冠高耸，天下粮仓；地区馆为“地”，如同基座延展于下，寓意社泽神州，富庶四方。

国家馆 63 米的绝对高度中，下部 33 米完全挑空，这些中心对称空间和地区馆平坦延伸的空间，为人们的自由交流提供了充分的开放场所。而这种开放性、公共性，是国际建筑设计中的重要理念。

■ **斗冠造型** 国家馆以整体大气的斗冠造型体现了中国传统建筑的文化要素。同时，传统的曲线设计被拉直，层层出挑的主体造型显示了现代工程技术的力度美与结构美。这种简约化的装饰线条，自然完成了传统建筑的当代表达。

■ **“规”“回”统一** 中国馆的空间组合秩序由“规”与“回”两部分组成，它们都源于中国传统城市建筑的原型。“规”源于传统中国建筑的仪式化空间。在象征自然本质的中心对称空间模式中引入人的步行，从而使单个空间演变为有层次递进感的空间序列，这正是故宫中空间秩序的由来。

“回”源于传统中国建筑的非仪式化空间，用人的视觉、听觉等多方面体验赋予看似无序的自然山水以结构性的秩序，从而使自然空间升华为人文文化的可把握的自然之精华，这正是江南园林空间秩序之原由。中国馆方案将这两种模式融为一体，在国家馆的中心对称空间和地区馆平坦延伸的空间之间引入了不同模式的人的活动。

一方面承载着历史悠久的中国传统文化精髓，一方面又要展示“城市，让生活更美好”的世博主题，走在“古”意“新”风之间的中国馆肩负着诸多“使命”。它能否成为黄浦江畔的又一个标志性建筑？或许时间会给出答案。

从“大”到“人” 少了一横 多了关怀

——中国 2010 年上海世博会吉祥物“海宝”诞生记



■ 昨晚，在东方商厦售卖点，市民们排队买“海宝” 本报记者 周馨 摄

画上嘴巴和眼睛，显得活泼可爱。

回到公司，巫永坚马上召集团队工作人员，丰富了“大”字的吉祥物创意，赋予其 5 种基本色彩，为它取名为“大宝”，并设计了以浦江建筑为主体的图腾背景。之后，全套以“拥抱大上海”为主题的设计作品送到了上海世博会吉祥物征集办公室。

评选，专业论证完善设计方案

从 1 月 17 日到 5 月 31 日，上海世博会吉祥物征集办公室共收到了 26655 件应征作品。如何从中筛选出最合适的世博会吉祥物？上海世博会事务协调局于 6 月下旬开展了吉祥物评选活动，制定《评选规

则》，并组织评委团队对所有应征作品进行了评选。11 位评委分别来自美术、设计、文化、营销、卡通等专业领域，整个评选过程接受了公证机构的监督和公证。

借鉴历届世博会、奥运会的经验，根据组委会推荐作品的实际情况，征集办公室又组织专家对入围的作品从 4 个方面进行了专业论证、方案完善和设计提升：一是强化吉祥物的主题演绎；二是美化吉祥物的造型设计；三是优化吉祥物的产品设计；四是深化吉祥物的理念表达。

修改，“人”字形海宝脱颖而出

在上海世博会吉祥物征集办

昨夜今晨市民排队迎接“海宝”

写着“依好”“好白相”等上海方言的徽章、卡通版东方明珠挂件、憨态可掬的长毛绒玩具……昨晚 8 时 15 分，带有“海宝”标志的世博会特许产品开封销售。今天起，包括会徽在内的 270 多款特许产品全面上市。

上午 9 时，设在城市规划馆内的专柜刚开箱销售吉祥物，就挤满了前来购买的市民。工作人员介绍，昨晚吉祥物一揭晓，这些吉祥物产品就运到了设在城市规划馆内的专柜，产品主要有钥匙扣、手机挂件、抱枕、毛绒玩具、印有各种可爱图案的水杯、水壶。“最便宜的是 7 元塑料挂件，最贵的是 800 元的水晶会徽。毛绒玩具分大中小三款，价格分别为 95 元、45

元和 20 元。”第一批上市的服装以童装、帽子、手套为主。

目前，上海地区设立 16 个零售网点，主要分布在徐家汇、五角场、城隍庙、东方明珠、南京路步行街等市中心繁华地段，既有专卖店，也有临时专柜。市民可上“世博网”查询各网点的地址和部分特许产品的实物照片。

为了防止被人仿冒，世博局与中国防伪技术协会合作，采用目前最先进的防伪技术，保证每款产品都有一个防伪标志。世博局负责人提醒消费者，每款产品只有在上海世博会的特许商品零售店才能买到，购买时需认清标志。

本报记者 叶薇

“海宝”挺胸抬头的动作和双手的配合，显示出包容和热情；“海宝”翘起的大拇指，是对世界各地朋友发出的真诚邀请；“海宝”的欢笑，展示着中国人积极乐观、健康向上的精神面貌。“海宝”，向全世界传达来自中国的真诚问候——“中国 2010 年上海世博会欢迎您！”

昨晚 8 时 10 分，上海大舞台。随着寓意吉祥的蚌壳慢慢打开，一颗闪亮的珍珠向轨道滑落，轻轻碰倒了第一枚多米诺骨牌。这时，排列有序的骨牌如水幕般铺开、变换……舞台中央，中国 2010 年上海世博会的会徽图案慢慢变换，来自大海的精灵——“海宝”翩然出世。它，就是上海世博会的吉祥物！顿时，全场彩绸翻滚，灯光变幻，现场近万名观众用雷鸣般的掌声迎

来这个海蓝色的宝贝。

是谁创造了“海宝”？昨天在晚会现场，记者采访了“海宝”的主要设计修改人员及其团队，听他们讲述了“海宝”的诞生过程。

灵感，在早餐账单上写下“大”字

巫永坚，上海永坚形象策划的总经理。今年 4 月 18 日早晨，在漕溪北路一家餐厅吃早餐的巫永坚正在思考应征中国 2010 年上海世博会吉祥物设计，突然脑海里浮现出“海纳百川，所以成其大”这句话，于是想到用汉字“大”来创作吉祥物。正巧身边没有纸，巫永坚就随手在刚购买早餐的电脑打印的帐单上写下一个大的人型的“大”字，

了最初五颜六色的面貌，而用单纯的蓝色表达上海“上善若水，海纳百川”的城市精神。“海宝”是人与水两个概念的结合体，世博会的主题是“城市，让生活更美好”，这句话中加上一个人字，意义就显得更丰富。因为，城市就是要让人的生活更美好，世博会的意义正在于人与自然、人与社会、人与人之间的和谐相处。

9 月 24 日，在上海举行的上海世博会第五次组委会会议正式确定了中国 2010 年上海世博会吉祥物设计方案。

昨晚，“吉祥中国——中国 2010 年上海世博会吉祥物揭晓晚会”举行，上海世博会吉祥物“海宝”正式向全球发布。

本报记者 薛慧卿