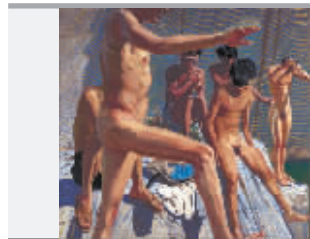


除了股市、房市,您还应关注艺术品市场



北京保利:
春拍全线出击
详见 2版



李磊:
把展厅当作品
详见 6版



杨千:
碎纸屑画“格林斯潘”
详见 8版

将艺术创意元素注入陆家嘴金融中心

——探访第二代主题创意生态园区“波特营”

◎本报记者 邱家和

两次探访揭开神秘面纱

记者最初听说“波特营”,是两个月前在 M50 的一间工作室里,只见国际著名的法国设计师、2006 上海三年展的展览设计师 Margo Renisio 正在埋头工作,墙上挂着波特营的外立面效果图,上面赫然呈现着著名艺术家丁乙的米字型图式。随行的艺术家周铁海告诉记者,这是 M50 设计联盟接手的一个创意园区设计方案。引起我格外关注的是,这是一个金融信息创意园区。

日前,记者有机会实地踏勘了这个第二代创意园区。它位于浦东陆家嘴的崂山路、商城路与世纪大道路口,前身是从事冷冻食品加工的小厂区。陪同我的上海圣博华康投资管理有限公司副总经理俞志军告诉记者,整个园区占地 20 亩左右,原建筑面积 1.4 万平米,有 13 个大小不一的建筑单体,厂房大多为上世纪七、八十年代的建筑,园区的建筑改建已进入施工阶段,9 月底园区内部 1.8 万平米的改建完成,园区外围还有一些商家,到年底完成全部 2.1 万平米的改建工程。

定位“金融精英之家”

波特营被上海圣博华康当作陆家嘴区域利用原有建筑空间进行改建并最具创意的金融配套服务平台空间,为陆家嘴 CBD 圈带来一个颠覆性的第二代主题创意生态园区,为陆家嘴金融机构提供包括金融上市路演中心、金融安保系统设备展示以及金融信息服务、金融会员俱乐部等专业配套服务;为陆家嘴金融人才提供高端人才中介、高级人才定制服务与商业配套、艺术生活等生活配套服务,在陆家嘴产业配套功能圈层做成有特色的“金融精英之家”。

俞志军告诉记者,陆家嘴周围地区的商业设施与生活设施,与陆家嘴的金融中心的地位在气场上不太吻合,有很大的市场需求。波特营不同于过去那些定位简单的创意园区,起点就比较高,在规划的过程中就跟政府密切沟通,从区域的配套来定位,内容包括产业配套、生活服务的配套,还与政府洽谈,如何为金融人才提供配套的服务。

注入艺术创意元素

M50 创意园区的总经理金伟东则告诉记者,第二代创意园区的特点表现在:一、更强调符合创意人群需要的自然、自由的人文环境;二、更强调材料的环保、节能与经济;三、引入信息技术为创意活动创造条件。更重要的是让艺术、创意融入生活、改变城市的人文生态。波特营的改建方案是 M50 设计联盟的作品,其特点是采用丁乙的米字型图式符号,运用新的材料,把园区的建筑变成一个艺术品。尤其是其沿街外立面的设计,以及屋顶的第五立面的设计,使波特营成为陆家嘴地区的城市表情。

他还透露,M50 设计联盟由艺术家与设计师(包括设计事务所)组成。M50 搞这个设计联盟,就是要将艺术元素整合进产业链,突出产业链的价值。目前设计联盟已参加了 3 个老厂房改建的项目投标竞赛,都拿到了第一名,其中 17 棉的改造方案获得了专家的高度认可。



由艺术家、设计师组成的 M50 设计联盟与创意产业园区专业开发机构上海圣博华康投资管理有限公司联手,在陆家嘴金融中心建设金融服务创意园区“波特营”(BETWIN),不仅在上海建设国际金融中心的进程中注入艺术创意元素,也为第二代创意园区的提供了可资参考的个案,展示了创意产业新的发展前景。



▲ 从陆家嘴金融中心俯瞰波特营的屋顶,也可以看到米字型的丁乙图式

▲ 波特营的中心花园,力图表现和适应春夏秋冬四季的变化



▲ 波特营面向世纪大道的立面,采用丁乙著名的米字图式。这个外立面还可以根据需要变换图式

■市场观察

也谈市场反应过度

◎本报记者 邱家和

金融动荡带来的艺术市场萧条,在有的人看来却是机会。比如上海张江当代艺术馆馆长李旭就认为,金融危机的影响,使一些商业性的艺术机构自顾不暇,让非营利的艺术机构有机会做一些大牌艺术家的展览。他还指出,中国非营利的艺术机构太少,所以会市场反应过度:许多展览被取消,展览的画册缩水,北京有的展览居然要收门票等等。

其实,市场反应过度,在艺术市场最火爆的时候也是如此。当年,众人追捧的大腕身价不断刷新,新的画廊与拍卖公司如雨后春笋,形形色色的展览上各色人等摩肩接踵等等,现在看来都是过度反应。如今,随着艺术市场的由盛而衰,市场又出现了另一个极端的过度反应。经历得多了,人们就会看到,反应过度就是市场的本质——市场的本性,就是追涨杀跌的。

因此,许多人在危机造成的萧条中看到的恰恰是机会,比如在李旭这样的非营利性艺术馆馆长看来,那就是资本失语、学术发言的好机会。其实,目前的市场萧条带来的只是商业标准的失灵:许多“当红”的作品身价大幅缩水,使凭借价格判断艺术品价值的人茫然失措,但在美术馆依然活跃的展览中,人们却可以看到当代艺术多元的价值体系。与此相比,市场的商业标准其实只是一种流行风尚。在中国当前的市场基础、文化氛围与买家群体的文化素质的条件下,那些流行的价格远远不能反映艺术品的真实价值。

不过,李旭还是有他独到的观察,他指出,这与所谓“文化产业”的错觉观念有关,把美术馆、博物馆统统划入“文化产业”,这是有问题的。正确的说法,应该是文化事业或者创意产业。其关键在于要把文化当作非营利的公益性事业。这是文化艺术的特殊性所决定的。他预期,政府对此会加大投入,因此,未来非营利性艺术机构会出现新的业态。

令人欣慰的是,在文化事业前景看好的同时,创意产业方面也孕育着新的变化:本版报道的“波特营”就是一个例子,在上海浦东建设金融中心的国家战略背景下,在创业板箭在弦上的当下,艺术与产业的结合也有着广阔的前景。可以断言,市场的过度反应只是暂时的现象。

相关报道
见 4 版