

EXPO2010
SHANGHAI CHINA

映像 世博

李季
许润禾
主编

中国建筑工业出版社

映像世博

李季 许润禾 主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

映像世博 / 李季, 许润禾主编. —北京: 中国建筑工业出版社, 2012.8

ISBN 978-7-112-14469-3

I. ①映… II. ①李… ②许… III. ①博览会—概况—上海市—2010 IV. ①G245

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第146139号

责任编辑: 王雁宾 张振光 费海玲

责任校对: 王誉欣 王雪竹

映像世博

李 季 许润禾 主编

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京方舟正佳图文设计有限公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 23¹/₄ 字数: 510千字

2013年1月第一版 2013年1月第一次印刷

定价: 228.00元

ISBN 978-7-112-14469-3

(22530)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

编委会名单

编委会主任：周干峙

编委会副主任：章克勤 柳玉滨 范玉刚

主 编：李 季 许润禾

执 行 主 编：杨雅军

编委会成员：（按姓氏笔画排序）

万家全 刘济生 刘涛雄 李 昶

李 新 沈忆秋 吴珏婷 吴炜炜

吴剑平 邵 旻 杨宪敏 张 健

张建东 张 莉 范玉刚 郭万新

姚 琼 戚纪良 葛焰燃 彭韞琪

谢咏冰 翟 恺

摄 影：凌建中 项欣荣（原《上海世博》编辑部）

前言

Preface

中国2010年上海世博会在上海成功举办，实现了中华民族的百年世博梦。在184天难忘的日子里，246个国家和国际组织的参展方紧紧围绕“城市，让生活更美好”的主题，秉承“理解、沟通、欢聚、合作”的理念，通过展示、论坛、活动等形式，一起探讨城市未来发展前景，共同谱写了一曲人类文明和谐共生的激情乐章。上海世博会把一座意义深远的里程碑，矗立在漫长的世博史上。新的历史纪录诞生在渴望开放的中国，诞生在凭海临风的上海。

世博会把不同国家、不同民族、不同文化背景的人们汇聚在一起，沟通心灵，增进友谊，加强合作，共谋发展。中国元素、中国特色、中国气派在世博会生动呈现，世界从这里了解一个真实的中国，一个拥有5000多年文明历史的古老中国，一个正在改革开放中快速发展变化的现代中国，同时也是中国了解世界的窗口。

自1851年的第一届伦敦世博会至今，工业文明硕果累累，让人们享受祖先无法企及的舒适快捷的现代生活。然而，工业文明又是一柄双刃剑，使人类共同面对随之而来的环境危机、汹涌的城市化带来的诸多窘境。上海世博会在展示现代文明的同时也给我们一个停下来思考的时刻。什么样的城市让生活更美好？什么样的生活观念和实践让城市更美好？什么样的城市发展模式让地球家园更美好？于是，世博园里，我们听到了政府官员关于“城市，应该以人为尺度”、“用可持续发展理念改造街区”的议论；听到了企业家关于“材料主导制造”、“节能方能产能”的思辨；还听到了“做低碳达人”、“减排从饮食做起”等年轻人的宣言。当人类在欢聚中沟通，在理解中合作，和平与发展的梦想才会不断延续，城市才会让生活更加美好。

为了中国文化在经济全球化语境中找到跨越式发展战略和路径，宣传和弘扬世博精神，研究世界各国的发展理念和总结科技成果，原世博局主题馆部、主题演绎部和清华大学社会科学学院新经济与新产业研究中心及相关单位一起，为了一个名为“上海世博会特色场馆展示形式和多媒体设计的研究”课题走到一起。我们实地考察了各个场馆，并对各个场馆进行了仔细梳理，深入剖析了关联产业的核心特色和未来发展，拍摄了大量的照片，在第一时间取得珍贵的

一手资料。编委会成员及各位专家在历时两年半的编撰中兢兢业业、孜孜不倦，终于在2012年初截稿，为后世博时代献上一份厚礼。

此书共展示了31个极具代表性的国家馆，详细地介绍了展馆的“主题陈述”、“展馆概况”、“专家点评”和“BIE点评”；并与设计师进行访谈及信件交流，保持原声对话，价值极高。

此书把上海世博会的经典完美地呈现在了读者面前。这里有异域的风土人情，有思想和创意之美，有天马行空的想象设计，有新兴科技带来的心灵震撼。这里有宛如“东方之冠天下粮仓”的中国馆，“会呼吸的”环境控制技术日本馆，有以纸为墙的芬兰“冰壶”，还有随风摇曳的英国“种子圣殿”等等。

作为文化的先行者和实践者，我们相信这本研究成果，会成为中国吸收和消化上海世博会成果的重要研究文献。也必将为构建中国当代文化产业体系作出开拓性的探索。



目 录

Contents

欧 洲 篇

捷克馆



012

丹麦馆



018

芬兰馆



032

法国馆



050

德国馆



058

希腊馆



078

匈牙利馆



088

意大利馆



098

荷兰馆



108

挪威馆



120

波兰馆



126

俄罗斯馆



140

西班牙馆



152

英国馆



166

亚洲篇

中国
国家馆



180

中国
香港馆



192

中国
台湾馆



200

中国
澳门馆



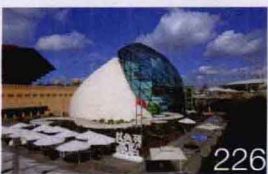
208

印度
尼西亚馆



216

以色列馆



226

日本馆



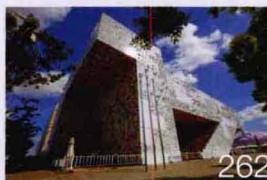
248

尼泊尔馆



254

韩国馆



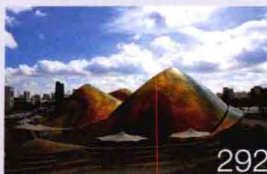
262

沙特
阿拉伯馆



276

阿联酋馆



292

美洲篇

加拿大馆



304

墨西哥馆



328

智利馆



320

美国馆



334

大洋洲篇

澳大利亚馆



346

非洲篇

非洲联合馆



356

后记

372

欧洲篇

Europe

欧洲西临大西洋，北靠北冰洋，南隔地中海和直布罗陀海峡，与非洲大陆相望，东与亚洲大陆相连。面积1016万平方公里，共45个国家和地区。地形以平原为主，大部分为温带海洋性气候，约7.28亿人，约占世界总人口的12.5%，是人口密度最大的一个洲。欧洲绝大部分居民是白种人（欧罗巴人种）。主要语言有英语、俄语、法语、德语、意大利语、西班牙语、葡萄牙语等近30种语言，是世界上语言种类最丰富的地区之一。

自17世纪以来，欧洲逐渐成为世界经济的中心，经济发展水平居各大洲之首，工业、交通运输、商业贸易、金融保险等在世界经济中占据重要地位，在科学技术的若干领域也处于世界领先地位。

欧洲有着悠久的文明史，公元前4000年在南欧和西欧曾广泛分布有巨石文化；公元前6世纪开始的希腊文明，为人类提供了民主、科学、自由、法治的价值准则，影响了整个人类，给人类留下了丰富的文化遗产。古罗马国家兴起，逐渐发展成一个囊括半个欧洲及北非、西亚在内的庞大帝国，又为人类提供了共和精神。文艺复兴运动奠定了欧洲近代文化，为资产阶级革命做好了思想上、舆论上的准备。欧洲对人类历史所做的贡献，包括先进人文的思想，包括社会进步的重大社会创举，包括在科技领域的重大发现、发明和创造，还包括文学艺术殿堂辉煌灿烂的文学艺术珍品。许多城市，比如巴黎、维也纳、罗马、柏林、莫斯科，以及佛罗伦萨、威尼斯、伦敦、圣彼得堡都属于历史文化名城。此外，在许多城市还有很多重要的剧院、博物馆、交响乐团以及其他重要的历史名胜以及文化设施。

欧洲45个国家参展，包括法国、荷兰、摩纳哥、瑞士、乌克兰、意大利、西班牙、匈牙利、德国、克罗地亚、英国、保加利亚、波兰、卢森堡、阿尔巴尼亚、土耳其、比利时、立陶宛、黑山、摩尔多瓦、白俄罗斯、俄罗斯、葡萄牙、塞尔维亚、芬兰、阿塞拜疆、希腊、捷克、前南斯拉夫马其顿共和国、罗马尼亚、爱尔兰、塞浦路斯、奥地利、丹麦、瑞典、圣马力诺、挪威、斯洛伐克、爱沙尼亚、波斯尼亚和黑塞哥维那、冰岛、马耳他、斯洛文尼亚、拉脱维亚、列支敦士登。

欧洲各个国家展示了他们的经济、文化、科技、艺术等等多方面的创意，在世博会上引起很大的反响，参观的人可以说是人山人海。特别是德国馆、英国馆、意大利馆、西班牙馆、俄国馆，非常吸引人。

一个国家创意产业的发展水平和能力等级，直接影响着这个国家的经济增长。文化创意产业在全球的兴起为各国实现经济结构调整提供了良好的发展机遇。当下，文化在各国经济中发挥的作用日益显著。发达国家由制造型国家向创造型国家转型过程中的经验表明，文化创意产业在克服传统产业的瓶颈，调整产业结构，保持经济的创新与增长活力方面发挥着重要的作用。

欧洲国家在广告、建筑、艺术品与古董、手工艺、设计、时装设计、电影与录像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件与计算机服务、电视与广播等方面，都发展了自己的文化创意产业。欧洲被称之为创意的殿堂，云集了众多文化创意产业发达的国家和著名的创意类企业。英国是最早提出文化创意产业政策、战略的国家，也是产业化程度较高，发展

比较成熟的国家，是世界上仅次于美国的第二大创意产业强国。来自英国的优质设计，随处可见。目前，全球生产的每一辆车的原型中，都有英国皇家艺术学院学生的创意。在过去的10年，以创意产业为主的新兴产业开始在大伦敦地区异军突起，创意产业为伦敦注入新的发展动力。伦敦成为全球三大广告产业中心之一，全球三大最繁忙的电影制作中心之一，享誉全球的国际设计之都，2/3以上的国际广告公司的欧洲总部都设在伦敦。号称是“艺术大国”的法国在创意产业上也有着自身的特色，表现在以文化和艺术为主轴，在创意产业链条中，文化和艺术的渗透全面而深入，法国的文化、历史、国家形象与创意产业紧密融合交汇。法国的三大精品创意产业：法国香水及化妆品、时装、葡萄酒以其独特的法兰西文化元素享誉全球，征服了全世界的消费者。

法国国家馆在展示自己的优势方面令参观者充满新奇。从外观上看特别奇特的是西班牙馆、英国馆、俄国馆、芬兰馆。西班牙馆从空中看是舞蹈起来的裙子，飘飘洒洒，魅力无穷；英国馆像一只蒲公英，傲然开放、凌空欲飞；俄国馆宛如矗立在冰天雪地的城堡，天然纯净、冰清玉洁；而芬兰馆则是一只干干净净的大瓷碗。除此之外，法国馆、德国馆、意大利馆、罗马尼亚馆的外观也是别出心裁，寓意盎然。至于内部的展示，则需要进一步去体会。北欧国家善于体现自然与创意；东欧国家往往侧重于自己的工艺与创意；西欧侧重于科技与创意；南欧侧重于浪漫主义的创意。这些国家馆都别具一格，特色鲜明，科技含量很高，创意新颖，令所有的参观者赏心悦目。

捷克馆

主题陈述^①

展馆外貌

展馆外部呈现出历史和未来间的连续性。在建筑的阴面上会有捷克城市缩影的各种形象。而在阳面上，大大的水滴形成的水流，既创造了视觉帷幕，同时，也调节了展馆内部的温度。

它使人产生对一种巧妙技术的联想，即利用雨水，来使城市中的居民生活更美好。水流于是转移到展馆内部，形成小瀑布，借助不同工具而不用任何外力使水流在向下流的过程中自然变化出各种形状。

展示将以“文明的果实”这个参展主题来体现上海世博会的重要主题“城市，让生活更美好”。捷克将向目标受众——中国家庭展现捷克既保留大型的古老城市中心，同时又将它们和 21 世纪现代城市设计和解决之道相结合的独特方式和成果。



参展主题——“文明的果实”

城市本身就是文明的成果。城市中我们可以发现各种文明的成果，这些成果通过不同文化和谐共处的方式，并运用技术创新来使我们的城市生活更美好得以体现。随着城市的老龄化，为了让各个年龄层次的人生活更美好，产生了一些非常独特的方案。未来是由捷克学生最出色的发明来描绘的，它们代表了年轻一代心目中在“城市，让生活更美好”方面我们城市未来的方向。



交流观念

捷克展馆首先通过外形来吸引游客驻足观赏，然后驱使他们进入并观看展馆内部。我们将会让游客看到符合他们要求的各种设计和设施，来满足各个游客团体对展示的期望。展示分为几个部分：主要展示空间、多媒体大厅、主题室、餐厅、捷克特色商店，以及为工作人员和管理人员所设的办公空间。

主要展示空间

主入口引导游客进入每小时最多可容纳 3500 人的公共开放区域，让他们在这个区域中穿行，欣赏展览。设计的专门路线使游客可以自然地浏览整个展览。这样的参观是互动的，富有生气的，有时令人惊叹，有时让人沉静，引导游客产生越来越好的感觉，并让情绪通过健康的方式抒发。

展览被捷克著名艺术家、作曲家所创作的音乐环绕着。观众对捷克对世界贡献的认知将主要通过文化和社会活动来了解。捷克的展示将在整个展示主题和概念框架下提供一个独到的解决方案，以捷克传统成就为基础，更向前进一步。

游客可以和一些展品产生互动，营造出展馆内整体气氛。

多媒体大厅

多媒体大厅将提供方便，让游客看到展现捷克国家的不同展项，包括其独特的城市规划——大型中世纪的中心和现代化的发展，城市和乡村间的互动——捷克人周末离开城市去郊外享受村庄生活。多媒体房间的外形设计反映出放映电影的主题，同时也会承担其他展示项目中文化活动的部分。

① 根据《中国2010年上海世博会注册报告》的要求，各参展方需向组织者递交一份《主题陈述》的文件，以说明本国国家馆的主题内容。

主题室

展馆主题室的设计是为有特别兴趣和需要的特殊人群专门开辟的，这些人可能想要了解更多关于捷克的国家、城市、发展、历史、现在和未来。在这里，我们将会着重展现捷克的现实，展示处理过去或现存的不同文化遗迹的创新方式。在这个前提下，我们会针对游客的不同要求提供更为详细的信息，展示的目的是为树立捷克的形象，并进行推介。主题室的内部将体现捷克设计的最佳水准。

展馆概况^②

捷克馆位于世博园区 C 片区，建筑面积 2000 平方米，是由 FilmDekor 公司主持设计的。其主题是“文明的果实”，意寓城市就是文明的果实。馆内所有的展品都是原创的，不仅展示了捷克人在音乐、艺术上的成就，也将自然之美和工商业融入其中。因此，城市的出现本身就是人类文明的果实。为了城市更好地发展，不少技术革新应运而生，人们在城市里可以发现不同种类的文明成果。捷克展馆将通过展现虚拟的城市化景观，聚焦技术创新来体现这一理念。

捷克展馆的外观体现了捷克首都及历史中心布拉格的风貌，白色的外墙上，遍布着黑色橡胶制成的“冰球”，拼出了布拉格老城区的地图。这些“冰球”共有 63415 只，每只都呈圆柱状，高 2.54 厘米，直径约 7.62 厘米，让白色场馆变得立体起来。捷克多次在国际重大冰球项目比赛中获胜，冰球也是捷克重要的出口商品，捷克希望通过冰球体现该国的特色。

捷克展馆通过“文明果实”的形式体现了上海世博会主题“城市，让生活更美好”，它既保留了大量的原始历史城区，又结合了 21 世纪城市设计。

捷克馆分为主要展示区域、多媒体大厅、主题馆和纪念品商店等几部分。为了更好地体现“文明的果实”这一主题，捷克馆结合了过去与未来的元素。展馆重点体现环保概念，如展馆外部将设计一个模拟天然降水的装置，向参观者展示如何循环利用自然降雨。

捷克馆的主展厅营造了一种积极向上的氛围，参观者可以和部分展品进行互动。展馆内的多媒体展厅呈现了捷克用其独特的方案解决交通拥堵、环境污染等城市问题。主题馆部分用创新形式强调捷克的现状，把当地的多元文化遗产呈现了出来。

整个展馆分为左右两部分。在展馆入口的左侧分为上下两层，一层设有多媒体展厅、主题馆、纪念品商店等，而右侧的主展示区，是一个在松软的草地上浮动着的城市。一大片起伏的草地占据了大半个展馆，仿佛冈峦起伏，衬托着一个小型的人工湖。从馆顶延伸下来的柱子，也契合草地的高低起伏，

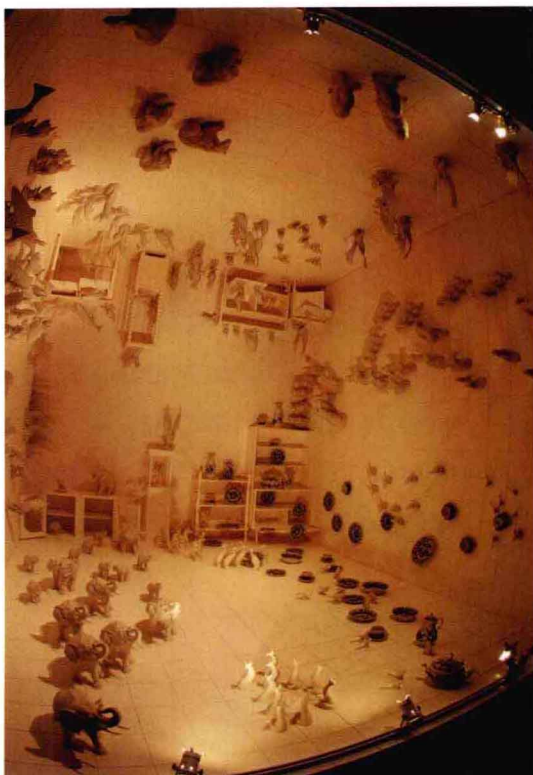
② 以中国2010年上海世博会官方网站展馆大全为原始素材，对各展馆落成后的展示内容和效果进行描述。

代表鳞次栉比的房屋，由此组成了一座绿色的城市。观众漫步在松软的草地上，抬头仰望，会看到柱子悬空的底部是一块块巨大的屏幕，用高科技手段呈现出漂浮流动的城市景观。

捷克馆放弃了封闭的展馆，而选择一个开放的空间作为主展区，是希望传达这样一种理念：城市不会限制个人，而是向每个人张开怀抱。

专家点评^③

捷克共和国是欧洲中部的内陆国家，东连斯洛伐克，南接奥地利，北邻波兰，西与德国相邻。捷克共和国展馆的主题是“文明的果实”，意寓城市就是文明的果实。馆内所有的展品都是原创的，不仅展示了捷克人在音乐、艺术上的成就，也将自然之美和工商业融入其中。



冰晶玉洁的创意

捷克共和国的国旗呈长方形，由蓝、白、红三色组成。左侧为蓝色等腰三角形。右侧是两个相等的梯形，上白下红。蓝、白、红三色是斯拉夫民族喜欢的传统颜色。捷克人的故乡是古老的波希米亚王国，这个王国把红、白两色作为国色，其中白色代表神圣和纯洁，象征着人民对和平与光明的追求；红色象征勇敢和不畏困难的精神，象征人民为国家的独立解放和繁荣富强而奉献的鲜血与取得的胜利。蓝色来自原来的摩拉维亚和斯洛伐克省徽章的颜色。

捷克首都布拉格中心的历史建筑物基本上是白色的。捷克展馆的外观体现了布拉格的风貌，在其白色的外墙上，遍布着黑色橡胶制成的“冰球”，拼出了布拉格老城区的地图。

展馆重点体现环保概念，如展馆外部设计一个模拟天然降水的装置，向参观者展示如何循环利用自然降雨。展馆内的多媒体展厅呈现了捷克用其独特的方案解决交通拥堵、环境污染等城市问题。观

^③ 除署名外，由刘济生、范玉刚两位教授分别从文化背景、地理环境的角度，为各国家馆的主体陈述及最终呈现效果的成因进行分析。

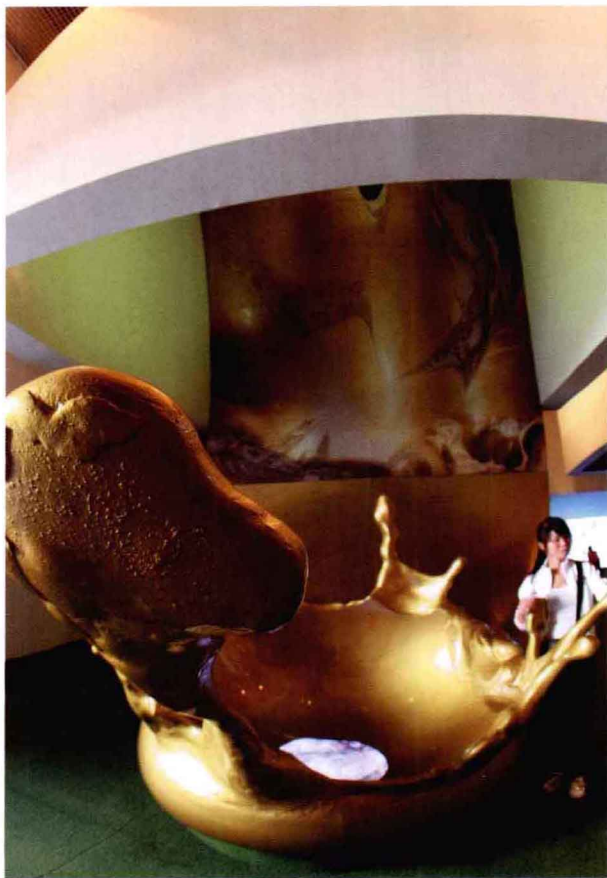
众漫步在松软的草地上，抬头仰望，会看到柱子悬空的底部是一块块巨大的屏幕，用高科技手段呈现出漂浮流动的城市景观。

文物古迹的复制

捷克国家馆在展馆复制了自己国家的一些文物古迹。从布拉格查理斯大桥上扬，聂波姆斯基的雕像旁走进捷克馆，整个展馆分为左右两部分。在展馆入口的左侧分为上下两层，一层设有多媒体展厅、主题馆、纪念品商店等，而右侧的主展示区，是一个在松软的草地上浮动着的城市。

布拉格城堡：位于伏尔塔瓦河的丘陵上，已有 1000 多年历史，60 多年来历届总统办公室均设在堡内，所以又称“总统府”。2002 年 8 月，布拉格遭受严重的洪灾，城中多处毁坏。幸好主要的景观（如查理大桥）无恙。

圣维塔大教堂是布拉格城堡最重要的地标，除了丰富的建筑特色外，也是布拉格城堡王室加冕与辞世后长眠之所。圣维塔大教堂历经 3 次扩建，从 929 年的圣温塞斯拉斯圆形教堂开始，一直到 1929 年才正式完工，前后达 1000 年。



经济发展的展现

在图片与媒体的展现中，使人们看到了捷克经济与社会生活的情况。捷克属于前华沙条约组织国家之一，与西欧国家接触较密切，也是工业化程度与经济情况较好的国家之一。2005 年捷克国内生产总值达到 2 兆 9311 亿捷克克朗。捷克原为奥匈帝国的工业区，70% 的工业集中在此。它以机械制造、各种机床、动力设备、船舶、汽车、电力机车、轧钢设备、军工、轻纺为主，化学、玻璃工业也较发达。纺织、制鞋、啤酒酿造均闻名于世。

介绍自己国家人民生活的特性，是几乎所有的国家馆惯例，捷克当然不例外。1996 年啤酒总产量达 18.3 亿升。1999 年捷克人均啤酒消费量达到 161.1 升，比啤酒消费大国德国多 30 升，居世界首位。