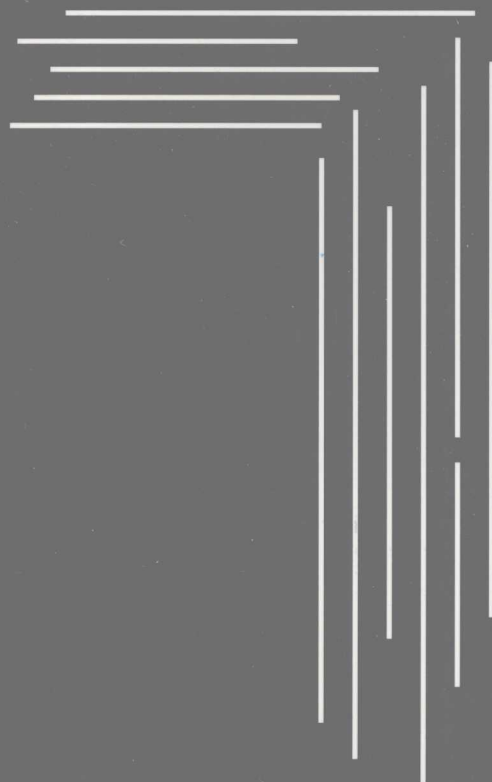


世界七大新建筑奇迹 NEW 7 WORLD PROJECTS

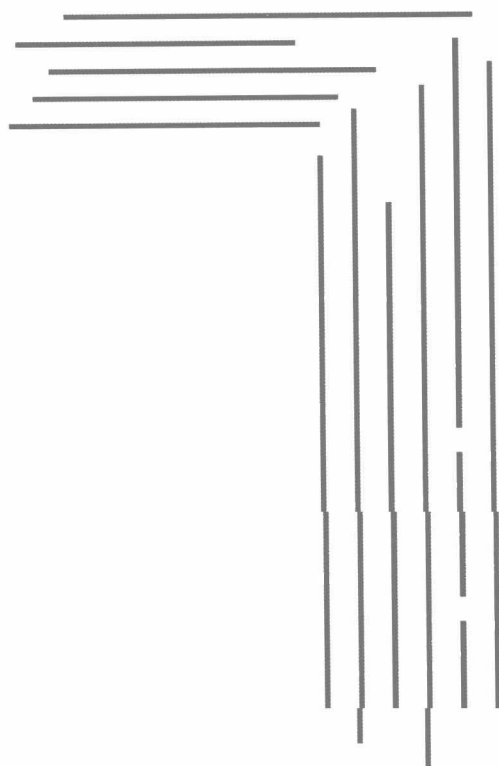
也士 编著



世界七大新建筑奇迹

世界七大新建筑奇迹 NEW 7 WORLD PROJECTS

也上 编著



清华大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

世界七大新建筑奇迹 / 也土 编著.

—武汉：华中科技大学出版社，2008.9

ISBN 978-7-5609-4729-7

I. 世… II. 也… III. 建筑物—简介—世界 IV. TU-091

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第106898号 TU.392

世界七大新建筑奇迹 也土 编著

出版发行：华中科技大学出版社

地 址：武汉市珞瑜路1037号（邮编:430074）

出 版 人：阮海洪

责任编辑：成海沛

装帧设计：钟 琳

责任督印：张正林

印 刷：北京嘉彩印刷有限公司

开 本：880mm × 1230mm 1/16

印 张：9

字 数：72千字

版 次：2008年9月第1版

印 次：2008年9月第1次印刷

ISBN 978-7-5609-4729-7

定 价：88.00元

邮购电话：(022)60266190 (022)60266199（兼传真）

销售电话：(010)64155588

网 址：www.hustpas.com

(本书若有印装质量问题，请向出版社发行科调换)

内容提要 / Summary

《世界七大新建筑奇迹》的编辑目标是出版一本具有专业水准的“建筑文化读本”。本书的编撰起因于《Condé Nast Traveler》2008年4月号推出的“世界七大奇迹”，范围涉及近两年建设完工的世界各地新建筑。《Condé Nast Traveler》被驴友誉为旅行的圣经级杂志，隶属于美国著名出版机构Condé Nast集团，该集团旗下还拥有《VOGUE》等众多知名媒体品牌。这样的杂志评选出的“奇迹”，必然兼具大众趣味与专业眼光，正如《建筑师》杂志主编黄居正在序言中提到的“学院派与大众趣味的混搭”。

本书在内容上也力图做到该评选的特性：专业性与大众趣味的双重满足。既满足大众的鉴赏需要，比如文字通俗易懂，配上精美的插图，再穿插一些该建筑的逸闻趣事及建造故事；又把建筑的艰深部分用图纸和文本的方式适当表达。全面剖析了这七个具有代表性的新建筑的同时，也从一个侧面解读了当代世界建筑的新潮流。

在编辑过程中我们发现，这七个新建筑项目本身的精彩程度令人欣喜至兴奋，因此压缩了原计划中对奇迹评选过程的采访及介绍，尽可能用有限的篇幅最大程度地展现项目本身的魅力。

本书不仅能满足建筑师、设计师专业参考的需要，也是广大建筑爱好者不可多得的建筑文化鉴赏升级读本。



我个人认为评奖活动有它的自身价值，比如排行榜和一些其他形式的评估。评比也是一种向大众推广好建筑的一种方式，现在这种评比活动也是层出不穷。

必须承认有一部分评奖还是相当无聊的，你可以说：“这有什么用呢！”比如一些“最佳酒店”的评比就很肤浅。

总体来讲，评奖可以让人们思考，让大众范围的人增进思考，思考怎样建造一个好的建筑；它还是宣传建筑价值的一个好渠道，而广告或者其他宣传形式都无法做到这一点。

七大奇迹的评比也是如此。我认为将这种评比提到理论高度还不太可能，它不可能跟柏拉图或者伟大的中国思想家的著作相提并论。从另外一方面讲，它是一种发展迅速的、寻求对优秀建筑理解与鉴赏的方式。

美国《建筑实录》主编

罗伯特·艾维

2008年5月26日

I think the awards, like a list, top lists, and evaluation, do have a role. The purpose is to reach a larger public. I think it is very active in doing that.

At one level you could say: what to do? It is a superficial thing, because they voted for projects like a well-be hotel enough. Some of them are rather silly.

But I would say overall, it is very valuable. Because it got people thinking, I mean general people, thinking about what makes a good architecture. It publicizes the value of architecture, which merely advertising can never do.

That's the same with the kind of seven wonders. It may not be on the level of great philosophy, like the work of Plato or the work of some great Chinese philosophers. But on the other hand it is a very real growing, hiking on knowledge and appreciation of good architecture. I mean it is a good thing.

Robert Ivy
Editor-in-chief
Architectural Record

学院派与大众趣味的混搭

General and Academic Interests towards Architecture

一如往年，2008新年伊始，各类媒体又开始喧嚣造势，各行各业的大盘点、大点评竞相出台，五花八门的排行榜单也由此应运而生。

建筑，自古以来就是时代精神和人类文化的物质性体现。通过建筑空间的生产和组织，建构起了人类生活的秩序，并完成了各个时代社会价值的更新、转换和再造。把建筑作为评判对象，实际上隐含了人类对自己的生活和生产方式以及价值观作出某种历史评价的涵义。

大众媒体，作为一种商业策略，自然不会放过与大众生活如此密切相关的建筑，因为它能吸引更多大众的眼球，从而创造更多的商业机会。2007年，《泰晤士日报》、《时代周刊》以自己的视角，推出了大众版的“世界十大建筑奇迹”和“世界十大在建建筑”两张榜单。而《商业周刊》与《建筑实录》合作，给出的榜单以“改善商业的建筑”为题，意在将建筑视为提高劳动生产力、加强企业品牌形象设计、改善企业经营并获取最大效益的有效策略。

与普利兹克、密斯·凡·德·罗等建筑奖学院化、精英化的评奖不同，这些非建筑类媒体给出的榜单如何既不被专业人士诟病，又能把到大众兴奋的脉搏，在评选过程中实在要费些思量。国际知名旅游杂志——美国的《康德纳斯特旅游家》4月号推出一张“世界七大新建筑奇迹”的榜单，借助以往评选出的中国长城、埃及金字塔等已深入人心的“世界七大奇迹”的名号，拿旧瓶装新酒，以延续大众对“建筑奇迹”的想象和认可。

《康德纳斯特旅游家》方面表示，这次评选以设计突破常规为标准。所谓“设计突破常规”，翻译成大众语言就是“求新、求异、求奇”。因此，位于丹麦诺堡市丹佛科技主题公园的展览大厅入选其中便顺理成章了。整座建筑屋顶呈现无数弧形和棱角，远看像一朵不规则的云，近看则更像一块儿童既可戏耍又可食用的曲奇

饼干。既然建筑在主题公园内，功能和内容又是展览对普通大众来说深奥神秘的科技知识，选择杂糅了迪斯尼、未来主义和表现主义风格色彩的建筑形象也许是场所精神最准确和恰当的表达了。

依相似理由入选的还有位于阿联酋的迪拜布吉塔，这栋尚未完工的大厦有望成为世界最高建筑，高度将超过800米。类似于我国当代城市化历史中最速成的城市深圳，迪拜在20世纪60年代还是一个贫穷落后的沙漠小城，因为发现了丰富的石油资源，迅速“脱贫致富”，一跃成为全球贸易通道“丝绸之路”在中东的一极，吸引了大量的跨国企业和中介机构，从而也强化了其地缘政治上的重要性。因此，迪拜亟需确立自己城市的品牌认知度，打出能吸引全世界大众眼球的“城市名片”，那么建设“世界第一高楼”也许是迅速提升其国际名望的最为便捷的路径选择了。

2008年北京奥运会主场馆“鸟巢”，以其无比强大的标志性形象和壮观的视觉效果为体育类建筑确立了一个难以逾越的标杆。这使得其他建筑师难以以建筑的视觉影响力来与“鸟巢”相抗衡、相媲美，而不得不采取一种新的策略去表达体育场所具有的独特性。诺曼·福斯特设计的英国温布利大球场把公众的注意力引向建筑的可持续性，从理念而非视觉上构建了一种崭新的体育场建筑的形象。

该榜单中选入了世界当红明星建筑师妹岛和世与西泽立卫（SANAA）的作品，以此表明评选尽可能体现建筑本体价值的立场。SANAA设计的新当代艺术馆坐落在曼哈顿东区的一片贫民窟中，周围都是低矮的住宅楼。设计延续了他们一贯的风格——轻盈、超薄、透明、白色、平板（从他们所画的由纤细的单线条组成的平面图上就能强烈地感受到）。建筑采用半透明的玻璃和带孔铝板，轻盈飘逸的外观与周围破旧的建筑形成鲜明的对比，建筑师妹岛和世与西泽立卫说：“我们的建筑试图表达新馆大胆和自由的精神。”确乎如此，新馆在曼哈顿市中心的文化生活中所

要传达的正是对自由和冒险的一种新的诠释，从而使该项目成为“9·11”后纽约城市重建过程中十分重要的经验。新当代艺术馆总共7层，形如大小各异的盒子随意摆放，不，更像是精心、刻意地摞在一起，叠加而成。不同盒子代表不同的功能区域，并通过这些盒子的移位来使建筑的内部更加开放，形成交错的空间，把人们从对建筑空间的惯有体验和透视感中解放出来。

一张榜单中一位建筑师的两个作品同时入选，虽然使排行榜缺少了些多样性的特质，但诺曼·福斯特当得起这样的殊荣。该获选作品位于华盛顿的美国史密森学会Kogod庭院，是一座旧建筑的改建项目。设计沿用了他在德国议会大厦和德累斯顿火车站改建中的手法，在一座原政府大楼的天井上方用玻璃和钢等现代材料加盖了一个白色网格形屋顶，但与德国议会大厦和德累斯顿火车站采用圆形和拱形屋顶而形成理性、冷峻的技术美感不同，远看该屋顶就像在风中飘动的丝织物，灵动而柔美。

中国作为全球最大的建筑工地，不仅在世界建筑业内占据了巨大的份量，激发出了巨大的能量，也为中外设计师们提供了前所未有的实践或者实验的机会。几乎所有媒体的榜单中都会有来自中国的项目，“中国元素”已经成为“政治正确”的象征了。但是，与其他媒体不同的是，《康德纳斯特旅游家》并没有把眼光集中在大家关注的热点项目上，如CCTV大楼、鸟巢、国家大剧院、北京新航站楼等，却转向与市民日常生活更为密切的，位于秦皇岛市的汤河公园。也许这样的选择在于《康德纳斯特旅游家》更愿意挖掘由中国本土优秀设计师设计的作品，从而也更能体现和把握中国当下的设计文化和思想，而该项目的设计师俞孔坚正是近十年来一批逐渐从宏大叙事中解放出来，并自觉回归建筑学、景观学的本体价值（材料、空间、结构、建造等）的优秀设计师之一。

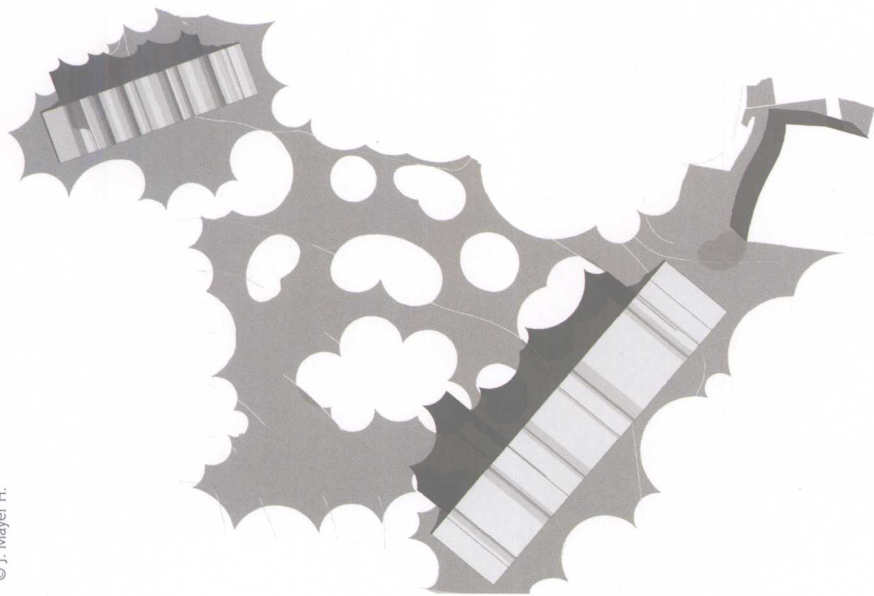
最近，清华大学出版社翻译出版了一本《破土：生活与建筑的冒险》（作者：

丹尼尔·利贝斯基德)。在书中利贝斯基德提到菲利普·约翰逊曾说过：“建筑师全都是娼妓，只要有房子盖，要他们做什么都行（看来这不独是中国的现象）。”但他强调自己是个理想主义者，正是有着不屈服于权势、金钱、现实的理想主义，才使他得以完成柏林犹太博物馆的建设，并在后来的纽约世贸中心重建方案竞赛中胜出，也才使得他又获得了位于多伦多市的皇家安大略博物馆的改扩建工程的设计委托。该博物馆的外观形似倾斜生长的水晶体，据说灵感来自于原博物馆中收藏的水晶。但大凡参观过他早几年设计的柏林犹太博物馆的人，都会意识到在形式和空间处理上，两者其实并无二致。1988年在MoMA曾举办过一次解构主义建筑展（作为后现代主义的另一支流，他们反对格雷夫斯、文丘里、查尔斯·摩尔等人对历史样式作舞台布景式的简单搬用和肤浅拼凑），其中参加此次展览的就有利贝斯基德。利贝斯基德的作品消解了现代主义建筑中的社会性以及形式和空间的意义，从纯粹的形式主义立场，即所谓形式的自律性概念出发进行形态的操作，其根源大概可以追溯到20世纪初苏联先锋派的代表性人物马列维奇。

一张“世界七大新建筑奇迹”的榜单实在难以囊括多元化的世界建筑发展路向，不同的路向又散落着如此多不同的作品、不同的品位、不同的创作者，当然还少不了不同的评判者。但倘若这张榜单不是另一些于纷纷攘攘中出炉的各类排行榜的简单复制品，也就不会如通货膨胀的货币般迅速贬值。

4	寄语
6	序
6	学院派与大众趣味的混搭 撰文：黄居正
12	丹麦诺堡丹佛斯科技主题公园“积雨云”
12	安徒生家乡的“积雨云”
17	丹佛斯科技主题公园 撰文：马库斯·布鲁姆
20	采访尤尔根·梅尔
24	采访斯汀·霍诺尔
28	阿联酋迪拜塔
28	摸天的迪拜塔——世界上最高的独立式建筑
36	采访艾德里安·史密斯
40	英国伦敦温布利大球场
40	天价温布利球场
46	温布利球场
50	采访罗德·谢尔德
54	美国纽约新当代艺术博物馆
54	美国纽约新当代艺术博物馆
60	新当代艺术博物馆的建筑形式
66	采访罗瑞恩·艾登伯格
72	采访麦德琳·伯克维格朗
74	美国华盛顿哥伦比亚特区史密森学会Kogod庭院
74	美国Kogod庭院
82	史密森学会
86	中国秦皇岛红飘带
86	绿林中的红飘带
94	最少干预——绿林中的红飘带
101	观念与立场——有关“红飘带”的解析与思考 撰文：孔祥伟
109	采访俞孔坚
114	加拿大多伦多安大略皇家博物馆李秦水晶宫
114	安大略皇家博物馆
124	公共机构同公众的再接合 撰文：斯戴芬·雷蒙德
134	采访斯戴芬·雷蒙德
138	世界新七大奇迹
140	链接
142	世界七大新建筑奇迹地图

4	Expression
6	Preface
6	General and Academic Interests towards Architecture <i>By Huang Juzheng</i>
12	Cumulus Building, Danfoss Universe, Nordborg, Denmark
12	Cumulus at Hans Christian Andersen's Hometown
17	Danfoss Universe <i>By Marcus Blum</i>
20	Interview Jürgen Mayer
24	Interview Stine Honoré
28	Burj Dubai, Dubai, UAE
28	Sky-high Burj Dubai: The Tallest Building of the World
36	Interview Adrian Smith
40	Wembley Stadium, London, UK
40	Costly Wembley Stadium
46	Wembley Stadium
50	Interview Rod Sheard
54	New Museum of Contemporary Art, NY, USA
54	New Museum of Contemporary Art, NY, USA
60	The Architecture of the New Museum of Contemporary Art
66	Interview Florian Idenburg
72	Interview Maddy Burke-Vigeland
74	Kogod Courtyard, Smithsonian Institution, Washington, D.C., USA
74	Kogod Courtyard
82	Smithsonian Institution
86	Red Ribbon, Qinhuangdao, China
86	Red Ribbon Flying in Greenwoods
94	Minimum Intervention: Red Ribbon Flying in Greenwoods
101	Concept and Standpoint: Analysis and Reflections on the Red Ribbon <i>By Xiangwei Kong</i>
109	Interview Kongjian Yu
114	Michael Lee-Chin Crystal, Royal Ontario Museum, Toronto, Canada
114	Royal Ontario Museum
124	Re-Connecting a Public Institution to the Public <i>By Stephane Raymond</i>
134	Interview Stephane Raymond
138	New Seven Wonders of the World
140	Links
142	Map of New Seven Wonders of the World



Cumulus at Hans Christian Andersen's Hometown

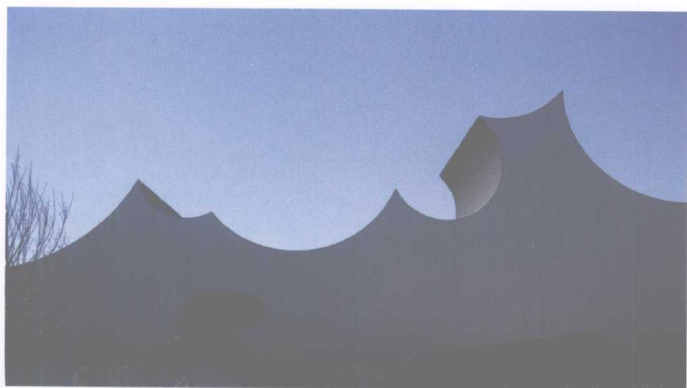
安徒生家乡的“积雨云”

它是一颗陨石？一个细胞？还是一个分子颗粒？“积雨云”展览中心设计者、柏林建筑师Jürgen Mayer说道：“建筑能够给你带来许多的可能性，这也正是该项目的设计意图。”丹佛斯科技主题公园靠近南丹麦一家与之同名的热能工程集团总部。除了“积雨云”展览中心，建筑师Jürgen Mayer在园区的另一手笔是造型同样独特的咖啡厅。建筑师Mayer认为项目最大的挑战就是尊重开阔的地块，“我并不把它视为一座单纯的建筑，而是作为天地间的景观构件”。他曾用彩钢和焦油布营造出当地土壤和周边建筑屋顶的效果。“我们正在寻找一种全新的建筑造型，独特、鲜明，令人难忘”。人们通过展厅和礼堂的不规则的窗户眺望周边的乡村美景，出挑的立面充当户外展区的功能，预示着展厅内无穷的发现体验。

——《康德纳斯特旅行家》



© J. Mayer H.

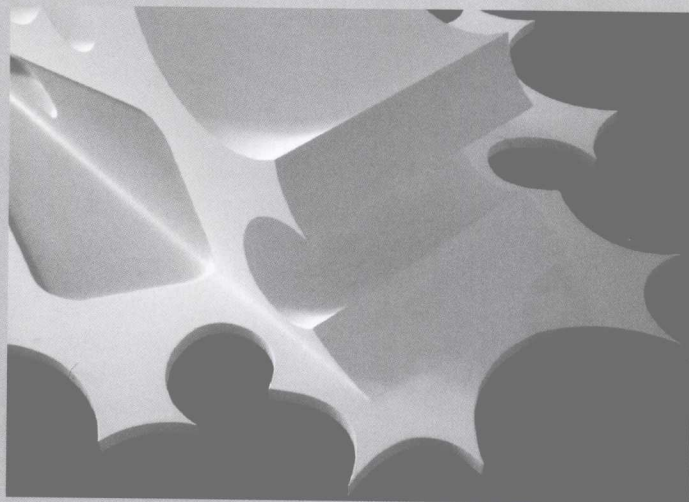
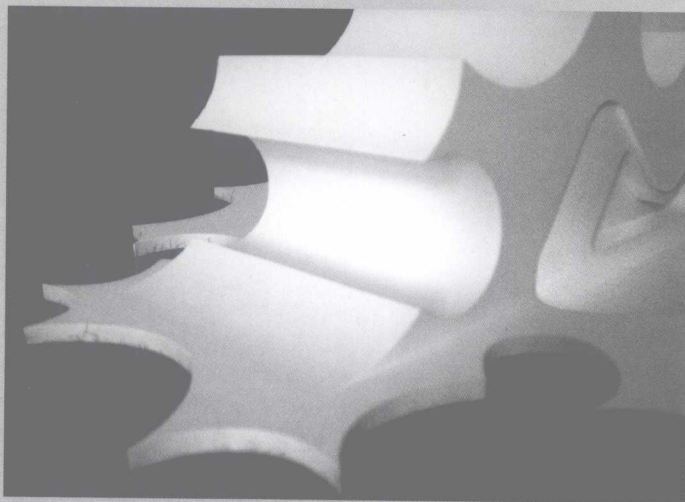
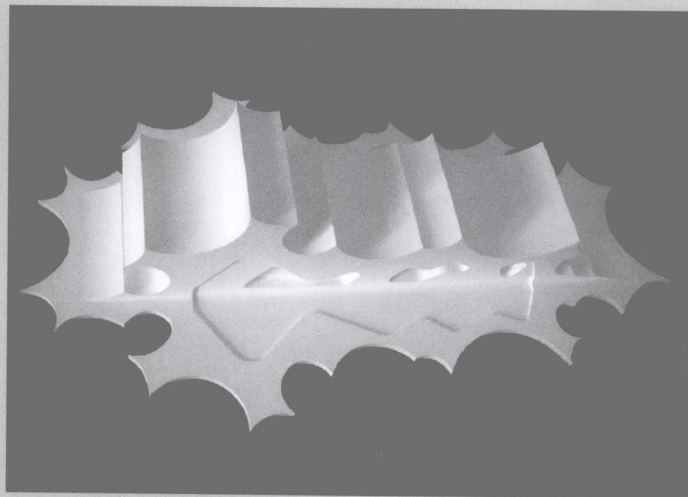
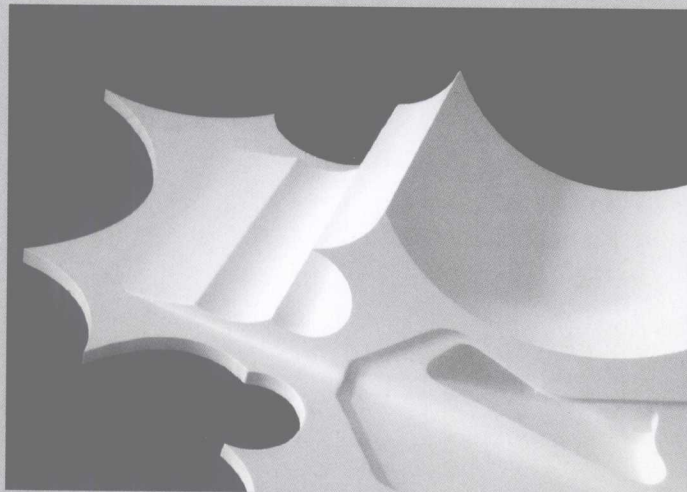


© Danfoss Universe

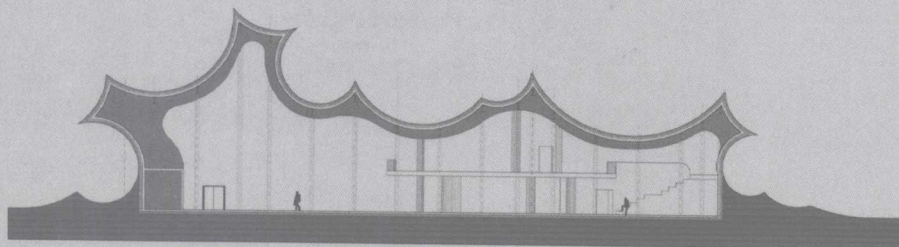
项目设计介绍

来自德国的建筑师尤尔根·梅尔（J. Mayer H.）完成了丹麦诺堡地区丹佛斯科技主题公园（Danfoss Universe）的扩建工程，工程在原本主体框架外增加展览中心和休闲馆，采用环保新材料设计的独特外观很完美地同周围环境融合，厚重的雕塑感，极具前卫艺术气息。丹佛斯科技主题公园曾经在2005年进行过一次成功的扩建工程，当初主要是扩建curiosity center和food factory。

丹佛斯科技主题公园由丹佛斯公司创建。



© J. Mayer H.



© J. Mayer H.

项目名称：丹佛斯科技主题公园

项目地点：丹麦诺堡地区

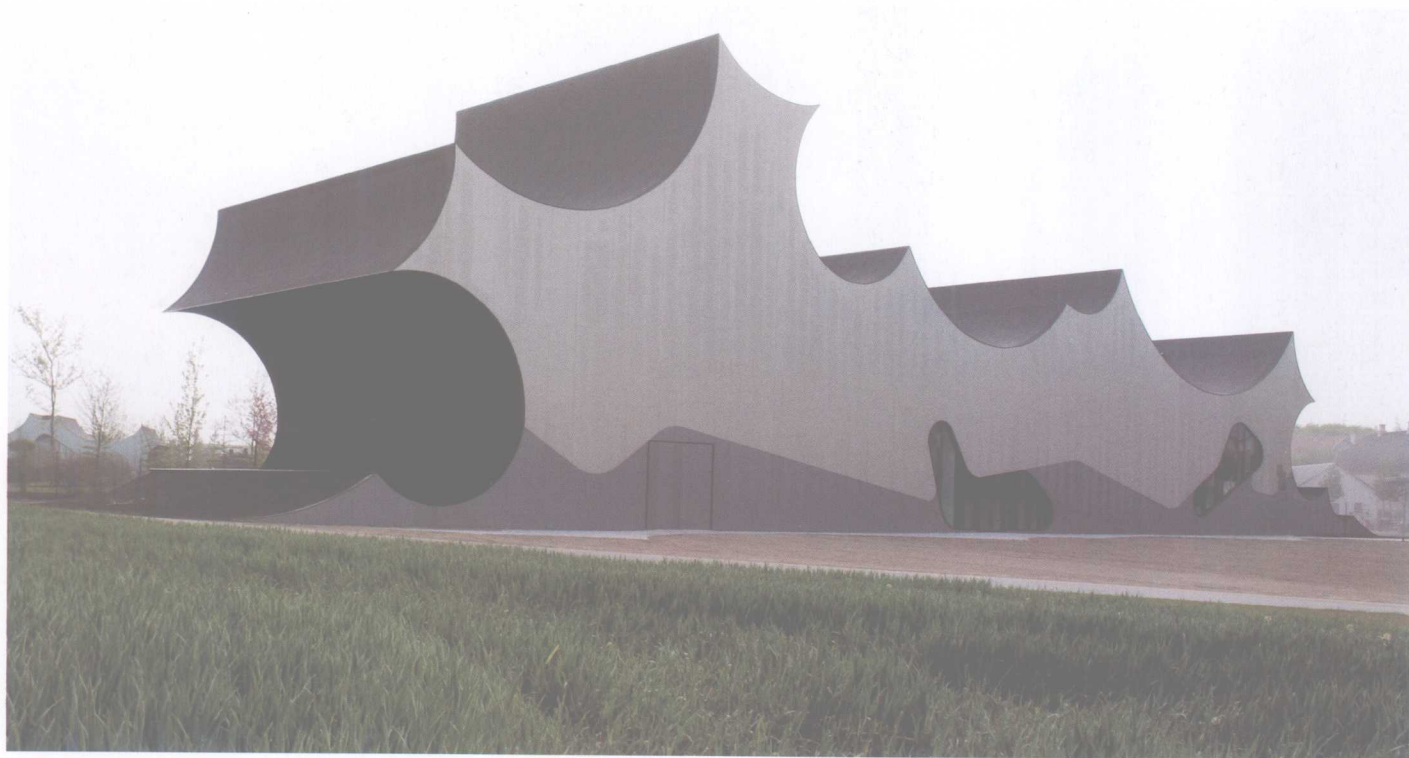
项目业主：丹佛斯科技主题公园

建筑设计：J. MAYER H. Architects

项目团队：Jørgen Mayer H., Marcus Blum,
Thorsten Blatter, Andre Santer,
Alessandra Raponi

设计时间：2005年—2006年

完工时间：2007年5月



© J. Mayer H.

丹佛斯公司

丹佛斯公司是丹麦最大的工业制造公司之一，拥有70多年的发展历程，是全球最大的100家私营企业之一。它是在制冷和空调控制、供热和水控制，以及传动控制等领域处于世界领先地位的产品制造商和服务供应商。50年前，丹佛斯进入中国，中国的第一台电冰箱——雪花电冰箱使用的制冷压缩机就是丹佛斯生产的。

丹佛斯公司创立经过

丹佛斯公司由马斯·柯劳森（Mads Clausen）创立。马斯的父母一度希望他留在家族的农场里，但马斯已经陷入对机械设计的热爱中不能自拔。他不停设计各种各样的机械玩艺并多次申请专利，因而获得了一个“专利马斯”的绰号。1933年8月底，马斯在诺堡农庄的鸡舍上（也有在自己的卧室

里一说），建立了只有他一个人的公司：丹麦制冷控制和设备公司。随后，公司发展壮大。1946年，公司冗长的名字被改为“丹佛斯”，由“丹麦”和“水流”两个词结合而成，长期用作产品商标。

重视技术——创立丹佛斯科技主题公园

目前，马斯的长子雍根担任丹佛斯公司的CEO，技术也成为柯劳森家族最值得重视的传统。在今天的世界，科学技术变得越来越复杂，日常生活中接触到的许多产品都包含着复杂的技术。为了让更多的青少年在科技中获得乐趣，了解并热爱科技，雍根把他的父亲在丹麦最初创业的农场改造成了一座大规模的科技主题公园——丹佛斯科技主题公园，并对所有人开放，年轻人在其中可以了解到那些“貌似复杂神秘”的技术。

