



■海上风情

# 新天地, 上海的城市新名片

周永平

新天地, 上海的城市新名片。从北美到欧洲, 从亚洲到大洋洲, 几乎全世界都知道上海有个新天地。

新天地的规划设计思想体现了“文化跨界”、“文化融合”的新文化。中国传统思维习惯喜好用围墙、栅栏作为功能区的分界。知名旅游景区的文化标识是高大牌楼、名人题词、铁栅围合、收费检票。新天地“新”在没有大门, 没有铁栏, 不收门票, 处处体现融入城市, 而不是强调自我。新天地也有文化可识别性, 采用的是文化气氛过渡的设计概念。入口处是一片开放式的广场, 落地伞、咖啡座, 让中外游客和市民坐下喝饮料观街景, 方便人们沟通交流。把石库门弄堂口与欧洲露天咖啡座结合是不一样的玩法, 当许多人还在临摹和复制欧美建筑时, 新天地已在用中国建筑元素创造新的生活空间。新天地“新”在哪? ——旧元素, 新关系。外国人走进新天地, 感觉它很中国, 中国人走进新天地, 觉得它很国际; 年轻人走进新天地感觉它很时尚, 中老年人走进新天地感觉它很怀旧。

长期以来, 新天地在游客眼里是酒吧餐厅一条街。那是一种误解, 它真正想表达的是一种新的文化理念: 历史建筑不仅可以承载新的生活方式, 同样可以承载新的生产方式。

新天地在2001年刚刚建成时就风靡天下, 仿佛是一夜就成功了。究其原因, 它不只是引领休闲风尚之先, 主要是在石库门老房子里注入了新兴产业。

新天地北里小广场早在2001年就聚集起几家文化创意产业的商铺。有艺术家陈逸飞的“逸飞之家”, 有台湾电影人张毅、杨惠珊夫妇的“透明思考”餐厅, 以及“上海本色”设计品牌店等。由于眼光的局限性, 人们把它们理解成一般商店, 其实它们是新兴产业。“逸飞之家”商铺是陈逸飞推销“大视觉”文化创意产品的窗口。“透明思考”餐厅则是让玻璃工艺走出艺术品橱窗, 进入百姓日常生活。通过生活用品来体现美学的延伸, 让生活艺术化, 艺术生活化。他们是艺术家、时尚设计师、文化人, 他们卖的是眼光, 是生活方式。

新天地的“新”字, 在于它倡导着城市更新的新思维。“城市更新”与大拆大建的“改造运动”是完全不同的概念。城市最重要的品质是它的多样性: 城市生活方式多样性和城市建筑多样性, 可以提供给市民更多的选择。选择多体现城市的幸福指数高。新天地在中国城市化大拆大建的潮流中, 率先开启了“城市更新”概念之先风, 让历史建筑承载起当代文明, 因此被誉为上海的城市地标, 城市发展的里程碑。

去看新天地, 需要一双发现的眼睛, 看见不等于发现。当你静下心来, 慢慢品味, 才会发现新天地并不只是喝咖啡吃饭的一条街。

(摘自《红蔓》杂志2015年第6期, 有删改)



■环球视野

## 印度出现3D斑马线 提醒减速慢行

当你在开车时, 若看见貌似浮在马路上的斑马线, 是否会放慢速度呢? 据外媒报道, 抱着这样的期待, 印度交通部长尝试利用3D绘制的斑马线, 提行人减速慢行。希望能够减少印度居高不下的交通死亡率。

这些斑马线通过3D绘制的技巧, 看起来就像是浮在马路上, 相当引人注目。印度交通部长强调, 他希望这些3D斑马线能够成为虚拟的减速器, 并取代一般的减速丘, 增加马路的安全性。

这一想法诞生后, 印度的高速公路已开始移除现有的减速丘, 希望3D绘制的虚拟减速器能够成为提醒驾驶人应减速时, 一个比较安全的选项, 并减少交通阻塞与交通事故。



■资讯速递

### 话剧《玻璃动物园》

时间: 5月11日-14日

地点: 上海话剧艺术中心

该剧是田纳西·威廉斯成名之作, 由上海话剧艺术中心与美国田纳西州西沃恩南方大学特别呈献, 讲述了温菲尔德一家的故事, 母亲阿曼达和她的两个孩子, 汤姆和劳拉。汤姆是个不安的梦想家, 他不甘于被捆绑在家庭之中。劳拉是一个极度内向、有些跛脚的女儿, 她不愿意社交而只在家中欣赏她收集的玻璃动物。阿曼达不顾劳拉的羞怯和汤姆想要摆脱强势母亲的愿望, 一再催促汤姆为劳拉找一位绅士访客……



### 爆笑喜剧《五斗米靠腰》进阶版

时间: 5月13-14日

地点: 华山路630号上戏剧院

马克, 一个来自台湾, 在大陆创下49次面试失败经历的职场菜鸟, 遇见“电梯先生”后进入职场第一步, 就从面试开始! 马克顺利进入公司变成“菜鸟”, 功劳被抢走, 错误自己扛, 满腹委屈……最后他想出一个终结加班、一劳永逸的方法。在夸张荒诞的演绎下, 年轻人于职场的迷茫、困顿、愤怒、无奈, 淋漓尽致地展现出来。观众不时发出笑声——逗乐的笑、会意的笑、同情的笑, 他们的神经一次又一次被触动。

