

# 中国富豪的难题

文\_李光斗 [中央电视台品牌顾问] 责任编辑\_顾晓欢

在治理得最好的城邦中……市民们既不从事手工业，也不经商，因为这种生活缺乏高贵的色彩，与美好的名声背道而驰。

——亚里士多德



3

3

2

2

1

1

RICH SECOND  
GENERATION:  
THE BIGGEST CHALLENGE  
OF CHINA RICHES



进入2010年,中国的财富积累已经超过了30年,80后也已经30岁了。

2010年底,中国的人均GDP将超过3000美元,中国正在大踏步从小康向富裕迈进,据《福布斯》最新统计,中国的千万富翁有44万人,亿万富豪超过1.8万人,中国已经成为亿万富豪人数排名第二的国家,仅次于美国。富豪人数惊人的增长,与中国楼市的高速增长密不可分,最新的《福布斯》中国内地400富豪榜单中,有154位来自房地产业,房地产成为名副其实的“富豪高产田”。

于是,目前还没有遗产税的中国,将不仅面对“富二代”,还会迎来含着金汤勺出生的“富三代”。但中国的富人们遇到的最大难题不是财富传承问题,而是事业的继承问题。社会调查表明:中国95%的“富二代”们根本不愿意继承父辈的事业。上一代的创富过程,被“富二代”认为代价太大,他们从小看着父辈失去生活的乐趣,认为“再也不能这样活”。

有这样一则实例:云南某药厂的老板,资产千万,在人到暮年之时,希望将自己的庞大家业全权交付于即将大学毕业的独生子,使其家族的事业能够传承下去。没想到,儿子对父亲的一片苦心竟毫不领情,对这种财富的传承也不屑一顾。儿子唯一的愿望是成为一名交通警察。虽然儿子从小崇拜爸爸,却发现开着豪华车的爸爸谁都不怕,就怕交警。于是,儿子从小立志当一名交警。后来,他的儿子梦想成真,成为一名交警,而且执法地点就在自己药厂的门口,还专选择上下班高峰期拦他的车。日复一日,父亲终于忍受不了这种“折磨”,最终把药厂一卖了事。

## TIPS:

### 富豪的财富定律

- **注重家族文化培养:**经济实力足够大,无须担心后代生存问题的家族,除了进行子女的个人培养外,还追求家族精神的传承。
- **重视股份的力量:**对依然重视经济实力传承的家族,通过实施股份制和改善公司治理结构,使家族企业得以雇佣最优秀的外部人,实现子女个人的解放,也释放了子女不优秀对家族带来的风险。
- **指定单一或主要继承人:**对于多子女的西方家庭,多由单一子女继承家业(往往是长子),好处是不会同室操戈,避免财富规模拆散而使家族实力变小,缺点是缺乏竞争或者子女夭折而带来风险。
- **聘请专业的人理财:**私人银行在西方人的理财生活中已经盛行了百年以上,有产阶级往往都有自己专属固定的理财顾问,资产量大的家族甚至有自己专属的家族事务公司(Family Office,资产量通常需要1亿美元以上)打理财产。由于理财顾问很多是“子承父业”,欧美很多家族与自己的理财顾问常常有几代人的深厚协作和信任。

我们熟悉的世界顶级服装设计大师皮尔·卡丹先生,连同他的服装品牌享誉全中国。但这样的服装帝国却苦于找不到一个合适的家族继承人,皮尔·卡丹的后代没有一个人愿意裁布缝衣。于是,他只好从上海到宁波、从广州到温州,在中国四处寻找买主,好让皮尔·卡丹这个品牌代代相传。

ESPRIT的品牌传承也遭遇同样的波折:1964年,ESPRIT品牌由Susie Russel和她的前夫Douglas Tompkins在美国旧金山创立。1972年,这对美国夫妇来到经济起飞的香港,寻找新的机会。开服装厂的邢李原成为他们的OEM加工商,精明的邢李原不仅制造成衣,还成了ESPRIT在中国香港地区的销售总代理。后来,ESPRIT品牌做得风生水起,Russel夫妻

# TIPS:

## 看TA们

### ●大卫：真正的实干家

身家背景：拥有市值71亿美元的美国Humana公司

美国公司Humana，其创始人只有一个儿子——大卫。大卫于1980年从耶鲁大学毕业后，就选择去了刚刚开放的中国湖南，到湖南医学院教授英语。那时的长沙没有几个外国人，更没有西餐馆等设施。

在中国教书、学中文，磨练两年后，大卫回到了美国，在波士顿一家银行做普通职员。之后于1985年考进耶鲁法学院。1988年毕业后，在政府工作四年，做美国国务院的法律顾问。1993年，他创办自己的风险投资公司（Chrysalis Ventures），该公司投资创办多家成功企业，至今是美国风险投资行业的主角之一。

### ●何剑锋：拒当美的“二世主”

身家背景：中国美的电器掌舵者何享健之子

诞生于20世纪80年代的美的电器公司，于2009年8月26日更换主帅，何享健辞去上市公司美的电器董事局主席及董事职务，由原董事局副局长、总裁方洪波继任，其子何剑锋则投身资本市场和金融产业。

据称，尽管何享健很想儿子回到美的，但何剑锋不希望继续其父在制造业上的成功，转而关注资本市场和金融产业。2007年3月，何剑锋成立深圳市合赢投资管理有限公司，随后又从美的电器手中收购了易方达基金管理有限公司25%的股权。2008年9月，其掌控的“广东盈峰集团有限公司”正式更名为“广东盈峰投资控股集团有限公司”，实现了从实业公司向投资公司的转型。



■吴尊

### ●吴尊：文莱俊男独闯商海

身家背景：文莱十大富豪家族贵公子

花样俊男吴尊出生于大富之家，其家族在文莱有财有势。他的父亲吴景添是文莱地产大亨，其经营范围横跨中国和文莱两国。

不过，吴尊为人相当低调独立，在墨尔本皇家理工大学毕业后，便做模特养活自己，后来在文莱开设健身房也是向银行贷款，未向父亲要过钱。可以说，无论是商业上的成绩还是演艺圈的走红，吴尊全靠自己的实力打拼，是富少的成功典范。

的感情却出现了问题，而“富二代”也无意继承父母的制衣事业，用他们的话来说，“想起成千上万条一模一样的裤子和上衣，简直要疯掉。”他们从小想着创造独一无二的东西。

然而，中国的“富二代”不愿继承父辈家业是有社会深层原因的。劳动密集、低成本扩张是中国前30年发展的真实写照。“富一代”们积累财富的过程枯燥且艰辛，创富之途充满坎坷，“革命家史充满血泪”。时代在变迁，人们的观念也日新月异，中国“富一代”勤奋的精神在“富二代”的身上没有得到发扬光大。

“富一代”信奉“财由勤胜”，“富二代”却认为是懒人创造了历史：正是由于祖先有人比较懒，不愿刀耕火种，所以发明了犁来耕田；正是懒人不愿意走路，所以发明了汽车代步；到今天，甚至连用手刷牙都觉得浪费体力，因此，自动牙刷应运而生且销路畅旺……

其实，中国的士大夫一直看不起劳动密集型产业，两千多年前孟子曾说过：“或劳心，或劳力；劳心者治人，劳力者治于人；治于人者食人，治人者食于人；天下之通义也。”意即有的人用脑力（搞创意），有的人卖体力（做粗活）。用脑力的人领导卖体力的人，卖体力的人被人领导；卖体力的人供养别人，用脑力的人被人供养，这是最通常的道理了。

主张勤俭持家的墨子也说过同样的话：“故翟以为虽不耕织乎，而功贤于耕织也。”意思是说：“我墨翟虽然不搞制造业，但我的贡献却比制造业大得多。”与孟子同时代的古希腊先贤亚里士多德在《政治学》中英雄所见略同：“在治理得最好的城邦中……市民们既不从事手工业，也不经商，因为这种生活缺乏高贵的色彩，与美好的名声背道而驰。”

为此，对于“富二代”的叛逆，不必过于恐慌和紧张，也不用花钱为他们洗脑，非让他们继承先辈的事业。这是社会转型期正常的现象。

“富二代”不愿意出力气，就让他们动脑力去“玩”，说不定还能“玩”出一片新天地，拍出比《阿凡达》还好看的电影，也改变一下中国富豪榜上的构成比例，中国富豪榜上地产商居多。

再看美国，富豪榜上多是搞软件的，拍电影的，做传媒的、玩体育的，总之，玩家居多。比如老虎“伍兹”，正是因为将高尔夫球“玩”到了极致，所以，从5岁就退休专心玩球，是世界上最早退休的人。老虎可谓天才，3岁时就击出了9洞48杆的成绩，5岁时被刊上《高尔夫文摘》杂志，18岁时成了最年轻的美国业余比赛冠军，2009年还被评为最伟大的高尔夫球员，因为全世界再也找不到像他这样从小把娱乐当成事业，把休闲做到极致的专业玩家了。MCE

当汽车已不再是传统意义上的代步工具，我们的生活也将因它的融入而充满浪漫与温情。如果你拥有足够的金钱，如果你对超级跑车已经审美疲劳，如果你不愿再将自己“囚禁”在钢筋混凝土搭建的城市中……你正憧憬着一种释放的快感，那么，请选择它们。

这里，介绍几款独具魅力的车型。作为世界顶级SUV的代表，它们各自述说着自己种族的传奇佳话。



# THE TOP SUV

如果你拥有足够的金钱，如果你对超级跑车已经审美疲劳，如果你不愿再将自己“囚禁”在钢筋混凝土搭建的城市中，那么，请选择它们。

文、图\_赵昂 责任编辑\_顾晓欢

## 刚性坐驾 顶级SUV



## “夜之子”——2010 Land Rover Range Rover Sport

“黑夜给了我黑色的眼睛，我却用它寻找光明。”这是我看到2010款路虎揽胜照片之后的第一反应。

在黑夜的霓虹下，2010款路虎揽胜神采奕奕。作为路虎系列车型中最为杰出的代表，新款揽胜颇负盛名。该车沿袭了揽胜SUV经典的“大块头”外形，细节上却有很大改变。全新的大灯设计与运动型进气格栅遥相辉映。两侧翼子板上的“鲨鱼鳍”通风口在增加动感的同时，也起到导流的作用。虽然侧部线条略显平庸，不过尾部的运动版标识像是在告诉世人，这是一部强悍的SUV。

说到新款揽胜S的最大变化，应该算是内饰的升级了。科技感浓厚是车内的一大亮点，多功能方向盘、带图像显示的仪表盘、大尺寸液晶屏很上档次。黑色真皮座椅，大针脚的缝制，动感十足。值得一提的是方向盘上加入了换挡拨片，这一配置最大限度地满足了驾驶者追求驾驶乐趣的需求。

性能无与伦比。2010款揽胜S搭载一台5.0L V8燃油直喷发动机，分为自然吸气和机械增压两个版本。后者的最大输出功率可达到510HP，最大扭矩更是达到了惊人的625N·M。如此强悍的内力配以6速自动变速箱，才使得这个庞然大物可以在5.9S内完成从静止到时速100KM的加速。

霓虹里穿梭出没的全新揽胜S，足以在瞬间锁住人们的眼光。而当英伦绅士徜徉灯海时，德意志的斗士也不甘寂寞，述说着“低碳”造车的节能佳话。



## 2010 Porsche Cayenne S Hybrid

已经被媒体热炒了近一年的Cayenne S Hybrid日前终于有了新的动态。如果顺利的话，将在2010年底看到这款“环保”SUV的身影。

由于官方信息较少，新车的内饰还鲜有报道。而从外观来看，较之老款，混合动力车型也没有太大改变。所以，还是将重点放在该车的最大噱头——混合动力上。

据悉，该车采用油电混合动力系统作为驱动，搭载一台奥迪3.0L V6机械增压发动机，最大输出功率可达333HP。该发动机采用最新的缸内直喷技术，可爆发出440N·M的最大扭矩。虽然在数据上2010款Cayenne S Hybrid并没有比传统车型占到太大优势，但是作为混合动力车型，新车还搭载一台52HP的电动机，配合8速自动变速器，可以在8S内从静止加速到100KM/H。同时，在污染物排放上比普通款卡宴S减少20%。据称，该车百公里仅耗油9L左右。

如此环保的效果自然也少不了金钱为代价，与普通的保时捷车型一样，2010保时捷卡宴S混合动力版同样售价不菲，90000欧元的天文数字依然让大多数人望而却步。





## 2010 BMW X5M

曾几何时，宝马X5的出现令“SUV”这个词熠熠生辉。提到宝马，人们更多想到的是性能卓绝的M3、M5。2010 X5M的姗姗来迟让人们看到了宝马品牌不一样的“气度”。

2010宝马X5M，定位于都市高端运动型SUV。目前国内现车售价199.8万元。较之普通版的X5，M版车型外形更加激进。前后保险杠采用了全新设计，空气动力套件在增加动感的同时也起到导流作用。更大面积的进气格栅造型张扬，5辐轮辋与车尾四出排气相呼应，整体感十足。

纵观细节，M系列独有的迎宾踏板、方向盘换挡拨片、中控台彩色显示屏、蓝红交错的方向盘缝合线、无钥匙启动、电动座椅记忆等一系列人性化配置，令2010宝马X5M的性价比尤为突出。毕竟，对于将近200万元的售价来

说，配置丰富也是情理之中的事。

既然出自M系门下，就一定要有一身过硬的功夫。4.4L双涡轮增压V8发动机不逊于其他任何SUV。555HP的最大输出功率足以让大多数一线跑车无地自容。1.5BAR的涡轮增压器从1500转时就会介入，且在广阔的转速区间内，不间断地输出678N·M的最大扭矩。于是，4.7S的百公里加速时间也就不足为叹了。

据悉，X5M在国内已有现车，新车第一年的保险费用大概在4万元—5万元。是否物超所值，恐怕也是仁者见仁，智者见智了。

综观以上三款车型，皆非“等闲之辈”。客观上，三款车都堪称SUV中的天王巨星，只是风格迥异罢了。当你有幸拥有它们之中的任何一款时，就请尽情释放自己的激情。MCE







# SHANGHAI



# THE RISE OF FAMOUS-BRAND CITY OF THE WORLD

## 现代世界城市名牌崛起

今天,我们的城市聚集了强大的财富和文化能量,已经具备了向世界名城冲刺的条件。然而,打造世界名城,我们并没有经验,我们只能把目光投向那些欧洲世界名牌城市,从世界名牌城市的源头探索世界名牌城市的成功发展经验,是我们实现世界名牌城市的最好的途径。

文\_付宝华 [中国国际城市主题文化设计院院长] 责任编辑\_郭婷婷

世界名牌城市的初步成形与发展按照其不同的城市类型可以分为以下几个阶段:

16世纪以前的民族与地域文化时期。这一时期的世界名牌城市以历史文化和地缘文化为契机,在历史的发展演进过程中经历漫长的积淀期,城市的文化面貌反映出更多的历史性与艺术性。这一时期的代表城市主要有古典建筑之都罗马、水上之都威尼斯、雕塑与艺术之都佛罗伦萨、音乐之都维也纳等。这些城市的主题文化演进期十分漫长。

16世纪初开始到20世纪中叶的世界名牌城市为近代化时期。这一时期的城市崛起大多伴随着工业革命与全球政治的近代化历程,所以这一时期的城市主题文化呈现出专业化、产业化色彩。比如港口之都鹿特丹、电影之都洛杉矶、汽车之都沃尔夫斯堡等,就是在产业变迁的大潮中抓住机遇奠定其名牌城市的地位的。

从20世纪五六十年代至今,是新兴城市的崛起时期。伴随着第三次科技革命的逐步

深入、全球经济关系的进一步调整、城市间竞争关系的改变,城市崛起的内外部环境发生了重大变化。在这一时期城市构建主题文化的进程明显加快,比如软件之都硅谷、新艺术之都毕尔巴鄂都是在半个世纪之内完成城市主题文化构建的,在较短的时期内完成了城市的世界名牌化战略。

21世纪之初,国际经济环境和科技产业格局又发生了重大变化,全球化竞争的浪潮进一步加强,这意味着城市发展的一个新的时代——现代城市主题文化时代的到来。对于正在崛起中的中国的城市来说,这个时代的到来既是一种挑战更是一个机遇。

挑战意味着在全球会有更多的名牌城市逐步兴起,国内城市面临的竞争压力会更为巨大,同时国内外的城市竞争环境日新月异,城市可以做出反应的时间越来越短。

说机遇,是因为现在的国际化调整浪潮,使更多的城市能够利用前期发展所积累起来的物质和文化基础,构建和发展城市主题文化,在国际化竞争的潮流中迎头赶上,打造出一批享誉世界的特色城市、名牌城市。同时已经日趋完善的现代城市主题文化理论,又为当代的城市发展提供了良好的理论保证,可以让国内的城市在世界名牌化过程中少走弯路。

每一个时代的出现必然有与其时代特色相适应的理论,英国工业革命之后的工业大发展带来了亚当·斯密的自由资本主义,协助英国崛起为日不落帝国。之后的垄断资本主义时期出现了凯恩斯的国家资本主义,积极应用这一量论的美国成为实际上唯一的超级大国。同样,城市发展的古典时代具有粗放式、自发式的古典城市主题文化,推动了一批具有世界影响力的名牌城市的形成。当代则出现了现代城市主题文化理论,只有采用这一理论的城市,才能赶上现代新世界名牌城市崛起的大潮,不失时机地推动城市向更高级的形态发展,获取最大的城市价值体现。

现代城市主题文化的理论也必将随着现代世界名牌城市的崛起,而逐步发挥出其在城市发展建设中无可比拟的重要作用,实现当代城市世界名牌化的战略目标。



# VENICE

## 水上之都威尼斯

威尼斯的城市主题文化为“水”。世界上依水而建的城市不计其数，但因水闻名世界的却只有威尼斯。威尼斯人爱水胜过爱自己的生命，他们用生命呵护水、爱护水，所以水在威尼斯人的呵护下，变得如诗如画、如梦如幻。用最美的建筑来衬托这种自然之美，是威尼斯人的一种创造和与生俱来的精神品质。所以威尼斯的水具有一种人性之光的永恒之美。

威尼斯是闻名的水上城市，城内大大小小的水巷就是它的街道。大运河是威尼斯的交通要道，呈“S”形。这里几乎到处是水，河水轻拍建筑物的边沿，河面映照建筑的倒影。威尼斯的水巷如同一般城市里的街道，3.2公里长，70米宽的大运河就是它的主街。在这座水城中，各式各样的船只就成了唯一的交通工具。水巷两旁各种风格的建筑临水而立，色彩斑斓。

从公元5世纪开始有人定居到现在，城市不断在水面上发展扩大。因为城市是建立在水面的礁石上的，全城由一条运河贯穿统领，所以建筑的式样为适应水的形态作了调整。早期兴起的罗曼式建筑既保持了古罗马的雄风，又具有清新秀丽的水城特色，建筑布局以水展开，形成了由中央运河、两百多条小河及上千道水系分割的小块建筑群。它们之间以桥梁相连。这一时期形成了威尼斯水城主题文化的雏形——建筑与水的融合。

同时，随着威尼斯城水上建筑之都这一主

题文化的形成，当地的居民也形成了与之相适应的生存文化。威尼斯的工商业发展一直保持了18世纪前的原生态，至今还在使用家庭作坊的手工业生产方式。那些手工作坊主宁肯牺牲机械化带来的商业利益，也依然响应政府的号召保持了低产量、全手工的工作形态。为了保持这种原始的水城特色，政府也立法规定威尼斯不发展现代工业，不兴建现代建筑，城市中决不允许霓虹灯的出现，因为威尼斯只有拒绝现代的入侵，才能保持水城的原始风貌。交通主要通过当地人称之为“冈多拉”的小船来实现，这一交通形态是同遍布于全市的古典建筑和水道相融合的。

威尼斯无疑是世界上所有水城中，最浪漫、最唯美的一座，比之它，荷兰的阿姆斯特丹少些古典，中国的江南水乡过于明丽。威尼斯有一种渗透到骨子里的浪漫忧伤，使人沉湎而不能自拔。

威尼斯最精华的建筑物在200年间鲜有改变，城市里也依然回荡着人们踩在石板路上的脚步声和船夫们的叫喊声，仅有的引擎声来自那些运送货物的货船和在各站搭载乘客的水上巴士。街道依然如故，这里的每个转变处都见证着这座城市过去的辉煌。

威尼斯的城市品牌就是它对世界的吸引力，人们为了游览秀美的水上之都、为了赏阅典雅的建筑，蜂拥而至。威尼斯一展它的风姿，成了人们游览欧洲的必到之地。威尼斯以

旅游业为城市经济支点，一个城市特质打造的世界名城，从自然的恩赐中不断地成长和壮大着。威尼斯的城市品牌彰显了威尼斯的特质，也给威尼斯的旅游业带来了非常可观的效益。游客穿过水城迂回曲折的小巷，才能进入工厂，里面古老的机械加工设备和当众生产工艺品的工艺吸引了许多参观者。

今天，威尼斯已经找到了自己的新角色，它的豪华宫殿已经变成了博物馆、商店、酒店和公寓，它的众多女修道院已经变成艺术修复中心。威尼斯的静态保护模式已经形成，全城当作文物，房屋内外都作古董保护。每年有1200多万游客来到这个神奇的地方，被这座“水上之城”征服。

纵观威尼斯城市的发展史，沿袭它的水城发展足迹，我们发现，当一个城市遵循自然的规律维系城市的历史时，它都有一个特质。威尼斯通过水与建筑的完美融合体现了古典的美，在城市品牌上打造了古典城市主题文化的样板。

阅读威尼斯世界名城成长历史的同时，我们往往禁不住回顾中国一些很有代表性的城市，如果我们能多一点对自然和历史的尊崇与执著的守候，历史留存给我们的珍贵资源就不会在隆隆的推土机声中灰飞烟灭了。我们也不会千里迢迢地跑到古罗马欣赏人家的古老。中国五千年的历史演绎和史照，足以令我们骄傲多少代。

# ROTTERDAM

## 港口之都鹿特丹

鹿特丹的城市主题文化为“港口”。鹿特丹因港而兴、因港而富、因港而名。土地贫瘠让鹿特丹学会了对海的心生自然，资源匮乏让鹿特丹学会了对港的敬仰。只有做“海上马车夫”，才能撑起这座城市；只有做“海上马车夫”，才能找到鹿特丹的希望。所以船成了鹿特丹的生命，港口成了鹿特丹的精神家园。鹿特丹在荷兰并非第一大城市，但它保持的港口年吞吐量超过亿吨的纪录，却使它当之无愧地位居世界第一大港。鹿特丹位于荷兰西南部莱茵河口地区新马斯河两岸，市区两部分由一条河底隧道连接。鹿特丹在独有的地理位置上，合理有序地切入相关的产业，即港口产业的开拓和港口产业链的形成。这样就在无形中完善和演绎了城市主题文化与经济形态的融合，这就是一种文化形态和经济形态融合的完美注释。

进入21世纪以来，鹿特丹港口工业发展更为迅速，已形成港口产业链。鹿特丹市的经济大约50%的增值来自港口工业。一个港口，打造了一个城市的品牌，成为欧洲经济发展

的镜子。鹿特丹人自豪地说：我们代表的是高速发展的欧洲经济，是成熟经济的发展模式。

鹿特丹在形成港口城市主题文化之后，城市的产业资源与产业链随着港口业的发达，出现了上下游延伸和聚合的趋势。鹿特丹之所以成为世界名牌城市，还在于该城比较成熟的产业文化化，把港口文化发展成为城市的主题文化。用文化的概念促进港口经济的繁荣，把文化和产业结合起来塑造成为欧洲乃至世界首屈一指的港口之都，打造出了世界级的港口文化。它的港口文化是战胜所有最强劲竞争者的内核。它的港口文化是不可克隆、不可复制的，这就是鹿特丹的城市主题文化竞争力。依托港口文化的巨大辐射效应，鹿特丹旅游业十分发达，拥有港口、博物馆及其他众多观光景点。最具影响力的是被称为欧洲桅杆的高塔，可鸟瞰全市。

凭借港口带来的巨大客流和品牌凝聚力，鹿特丹还经常组织一些大型文化体育活动，比如鹿特丹国际马拉松赛、鹿特丹国际电影节等，当然这其中最重要的还是世界港口节。每届港口节都给鹿特丹港带来了巨大的

经济收益和长远的物流效益。鹿特丹港还建起了欧洲物流信息库，公开向全世界提供物流信息。鹿特丹的港口文化是具有原创性的，依据自己的自然地理特质，实现了自己的名牌城市之路，发挥了“出海口”这一城市的稀缺资源，创造性地发展出了一系列与港口文化相适应的业态。鹿特丹的欧陆桥头堡的地理位置和荷兰人自强不息而又开放灵活的海上开拓精神，与鹿特丹港的产业结合之后，形成了巨大的城市合力的推动力量。另外，鹿特丹在历史上发展出了相对比较完善的城市主题文化，这种主题文化的凝聚力保证了城市在发展过程中的稳定与持续。这种港口城市主题文化一旦形成就可以使城市维持稳定的发展态势，因其不可替代性和可持续发展性等社会性特征，使得城市可以尽可能地减少外界的产业波动对城市发展的不利影响，在城市内部形成一种稳定的内在发展潜力。这种潜力匀加速的释放效果，保证了城市在相当长的时间内在经济、社会、文化三方面的高度统一与发展，为鹿特丹世界第一大港的形成与保持提供了无可比拟的决定性力量。



# ROME

## 建筑之都罗马

**罗马**城市主题文化为建筑艺术。罗马人对建筑有一种天生的痴迷，罗马人对大理石有一种与生俱来的钟爱。罗马人建造房子，已经远远超出了建造房子的概念。这就是罗马——一座大理石的永恒之城。罗马之所以能够成为世界闻名的建筑之都，与其悠久而辉煌的历史是分不开的。在古罗马帝国漫长而强悍的统治时期，横跨亚非欧三大洲的大帝国开创了整个西方世界的文明。在继承希腊建筑艺术的成就之后，形成并开创了罗马式建筑。这一成就是古罗马帝国留给这座城市的最大遗产。当强大的罗马帝国灰飞烟灭时，罗马城却依然受万众敬仰就是得益于罗马帝国留下的这些伟大建筑与建筑文化。罗马能够形成伟大的建筑风格，取得巨大的建筑成就，还有一个重要原因就是罗马全城人的重视，一个城市主题文化的形成没有上下各界的一致努力是不可想象的。把城市的发展与建设密切联系起来。这种与审美相结合、与民众需求相结合、与民族理性相结合的发展模式为罗马城后世的发展提供了巨大的助力。罗马城市主题文化的起源与演进就是随着这种建筑艺术与建筑理论的逐步发展而形成的，直到文艺复兴之

后，大量的巴洛克建筑与罗曼式建筑开始在罗马复兴。罗马终于成为真正意义上的世界建筑之都、西方古典建筑的博物馆。

建筑之都罗马集世界建筑艺术之大成。罗马的建筑艺术，不仅仅是停留在罗马城本身的建筑物上，其最大的成就还在于它主导了整个西方的古典建筑形式。这种建筑文化的输出，首先就为罗马带来了巨大的声誉。这种文化上的传承为罗马的建筑文化在现代的城市竞争中赢得了无上的荣耀，使罗马的建筑艺术不仅局限在城市的发展品牌上，甚至在城市影响力上，都成为世界瞩目的焦点，迎接着全世界的学者和游客。这种向外的扩散趋势最大限度地提升了罗马的城市知名度和城市吸引力，无数建筑学者都为能到罗马亲身体验古代建筑的伟大而激动。这种对建筑的强烈向往大大刺激着罗马的旅游产业，每年都有数以千万计的游客拥入罗马，来参观那些闻名已久的古代建筑。罗马市旅游业的直接收入占到全市收入的23.7%，间接收入更是占一半以上。因旅游而兴、因旅游而富的罗马把古罗马建筑遗存的作用发挥到了极致，也利用到了极致。在罗马，每一块石头都是钱。

靠历史遗迹构建城市主题文化并能够扬名世界的城市中，罗马无疑是最出色的。研究罗马城市的成功经验，对我们那些历史悠久的城市有着巨大的借鉴作用。

前些年，西安对唐文化的挖掘与打造同样可以看作是一种通过城市的历史文化来改善城市发展现状的有益尝试，也是作为一种从城市历史文化层面对城市发展方向新的探讨。其中大唐圣境主题公园的打造，也可以看作是用一种比较成熟的主题形态来为城市发展寻找一种新的思路，这和罗马城市的崛起有着某种相似性。罗马的成功对我国的各个历史古都的发展与探讨具有很大的借鉴作用，很多城市其实都可以把历史文化作为城市的主题文化，作为城市发展的主线，只是在目前的城市理论缺失的现实下没能很好地实现文化产业化与产业文化化的结合，使历史文化白白浪费，也使产业与文化严重脱节。这就造成了城市没有主题，产业没有文化的严重问题。我们只有将罗马这样的成功城市的主题文化构建历程进行分析和解密，才能为中国这个古老国度的众多历史文化名城找到一条城市主题文化的阳光大道。



# VIENNA

## 音乐之都维也纳

维也纳的城市主题文化为“世界音乐”。音乐使这座城市散发着无穷的魅力，人们到这座城市来就是为寻找世界音乐大师们的历史足迹和艺术回音。“世界音乐”主题文化带动了城市旅游，使维也纳永远处于“世界音乐”城市主题文化的魅力之中。

维也纳城区占地面积415平方公里，房屋依山势而建，布局层次分明，各种风格的教堂错落其间，使这座山清水碧的城市保持着浓厚的古老而庄重色彩。维也纳是一座拥有多年历史的古老城市，作为德意志帝国的陪都，它更多地继承了德意志民族的理性与严谨，这种历史与哲学的思辨在经历了近千年的分裂之后，终于以一种非理性的形式爆发——这就是音乐。

把哲学的思辨融入浪漫，用音乐的旋律阐释理性，这就是维也纳城市主题文化的开端。这里是欧洲古典音乐维也纳乐派的主要发祥地，世界许多著名音乐家都曾来这里居住，从事创作和演出活动。漫步维也纳市区，几乎到处可以看见一座座造型逼真的音乐家雕像，城市的许多街道、公园、剧院、会议厅等都是用世界著名音乐家的名字命名的。其实，这种城市对音乐的推崇最早是因为维也纳的奥地利

王国首邑的地位，但此时的音乐还只是作为一种享乐的附庸，直至德意志帝国衰落之后，大量的优秀作曲家因为不满德国的分裂现状开始用音乐来抒发情怀。同时，音乐的创作取向也开始受到早期文艺复兴的影响，把音乐普及到城市的每个角落。音乐也上升为维也纳的城市主题。这种主题刚刚形成就开始发挥着惊人的汇聚力量，一大批来自德国各地的优秀音乐家开始向维也纳集中。

把音乐作为城市主题文化的维也纳也把音乐这一永恒的浪漫留在了城市的每一个角落，无论是建筑还是雕塑，无论是街道还是公园，无不体现出这座城市与音乐的不解之缘。从听觉上产生城市主题文化，使人感到神秘莫测。其实也很简单，联合国提出非物质文化遗产的概念，人们的认识就有了定位。音乐作为城市主题文化的主要元素就找到了依据。但是维也纳城市主题文化的出现，是其他城市难以比拟的。凡是经济发展达到一定程度的国家和地区，纷纷将文化经济、文化外贸设定为战略目标，将文化产业作为最重要的替代型产业，将地域、国家、民族乃至世界的文化资源转化为社会经济综合效益，当作整体建设的切入

点、结合点。维也纳正是把古典音乐作为城市发展的切入点，用一个纯文化的概念打造出城市主题文化，再凭借城市主题文化实现了世界名牌城市的梦想。在维也纳的成功道路上，音乐从文化上升为一个产业，城市的所有资源都与音乐结合起来，用古典音乐的语言来阐述城市的主题，来统一和表达城市产业系统。

作为文化产业化的先驱，把古典音乐的所有潜在价值都发挥出来，成为用音乐统领的城市，也是古典音乐统治下的欧洲艺术殿堂。新的城市发展潮流已经告诉我们，文化不仅是一个产业，而且是一个可以获得巨大收益的产业，但是要想用纯粹的文化特色来塑造一个城市的主题文化，却是一个十分复杂而精细的过程。维也纳的音乐城市主题文化之所以成功，与德意志民族的民族心理是分不开的，与德意志的历史际遇和维也纳的城市发展历史是分不开的，与德意志民族的理性与思辨是分不开的。有了这些积淀才能在音乐这一最高艺术形态上取得成就，才能通过音乐打造城市的主题文化，才能用音乐催生出世界名牌城市。只有上升到民族文化的高度，城市主题文化才能构建成功，世界名牌城市的梦想才能实现。



# FLORENCE

## 雕塑与艺术之都佛罗伦萨

佛罗伦萨的城市主题文化为“世界绘画雕塑”。文艺复兴时期大师们留下的绘画和雕塑永远让这座城市充满神奇，人们对这座举世文明的绘画和雕塑之城发出由衷的赞叹，整个佛罗伦萨仿佛每个人都为保护这座世界名城而生活着，城市的每一个活动，都围绕绘画和雕塑进行。

佛罗伦萨是意大利中部一个历史悠久的古城。它曾是欧洲最著名的艺术中心，在诗歌、绘画、雕刻和建筑方面都达到前所未有的繁荣。这座城市的美是独特的，它恬静幽雅，古色古香，自然景色的美和艺术的美水乳交融，浑然一体。在这座城市里，你几乎可以随时随地任择其一角，拍摄下像油画一样的特色照片。

每一座城市都有自己独特的历史，每一段历史都可以流传下具有特质的文化。佛罗伦萨的城市发展就是由历史的契机，将文艺复兴的文化发挥到了极致。把文艺复兴的人文精神与人文文化上升为城市的主题文化，用这个主题来统领与贯穿城市发展的脉络，把雕塑和绘画艺术这一文艺复兴时期的最高成就集中在城

市中体现出来，形成了现在佛罗伦萨的城市主题文化。这座城市的每个角落都散发着古老的文化艺术气息，精美的大理石雕刻和建筑随处可见，从中能看出佛罗伦萨在文艺复兴时期的繁盛。

在佛罗伦萨人的心中，艺术就是这座城市的全部，如果没有雕塑与绘画，佛罗伦萨将不复存在。这种把城市主题文化融入每一个市民的灵魂，是佛罗伦萨取得巨大成功的关键。我们在探讨世界名牌城市取得的成就时，只有领悟到这种渗入到每个市民灵魂中的城市主题文化的精神，才能更好地指导我们的城市，帮助它们在如何构建城市主题文化和创建世界名牌城市的道路上取得实质性的成就。

城市主题文化不仅仅是停留在某一个领域的一些城市特色，而应该是在城市的发展中把城市特色上升为城市主题，并把这个主题扩展与延伸，拓展到城市的各个领域，用这个主题来统领城市的发展。这其中，最重要的一环就是把城市主题文化深入到每个市民的心中。通过对民众的改造来改造城市，把城市的主题作为城市民众的一种自觉的行为准则，形成

城市主题文化的系统合力，通过城市的民众力量和政府的共同努力来推进城市主题文化，不仅要为城市打造一个主题，还要让这个主题成为城市的最终目标。

佛罗伦萨凭借文艺复兴中心所积累起来的人文文化，最终成就了其伟大的雕塑与绘画，这种被世界誉为瑰宝的艺术塑出了这座美轮美奂的艺术之都，带着这种对艺术和美的崇拜，人们不远万里地来朝拜这个心中的圣地，这种伟大的人文主义成就最终为佛罗伦萨打造出了城市主题文化的发展合力。整座城市只有一个追求，无论是市民还是管理者，或是在这里耕耘的艺术家，都为艺术这一主题作出贡献。

只有城市主题文化的合力形成，才能进一步推进文化的产业化，把纯粹的文化特色变成城市的主题文化。佛罗伦萨的巨大成功就是因为它在确立雕塑与绘画，这个城市主题文化之后，把艺术的观念植入人心，把人文思想植入人心，才诞生了无数的艺术家，才吸引了无数的艺术巨匠，才出现了无数不朽的作品，才成为享誉世界的名牌城市，成为欧洲乃至世界的古典艺术之都。MCB

# 中国城市未来发展的九大趋势

文\_倪鹏飞 [中国社会科学院财政与贸易经济研究所城市与房地产经济研究室主任] 责任编辑\_郭婷婷

## NINE TRENDS OF FUTURE DEVELOPMENT OF CHINA CITIES

中国城市化，是中国也是全球21世纪最重要的事件之一，中国城市未来发展无疑将为全球和中国的诸多领域同时带来机遇与挑战。分析未来中国城市化发展的关键影响因素，了解未来中国城市发展的基本趋势，无论对于区域、国家或是国际，政府、企业或是非营利机构，投资者、旅游者或是居民，进行前瞻性的决策，都具有重要意义。

### 未来城市化的主要影响因素

**1. 经济发展及其布局:** 内需比重扩大，服务业比重增加。经过30多年的改革开放和高速发展，中国已经基本实现小康。按照国际一般规律，当人均收入超过3000美元，进入中下发展水平阶段时，国民消费需求将迅速增长。中国正处在工业化的中期和城市化的加速期，以消费为主体的内需增长正在释放，正像外部需求为沿海地区发展提供巨大市场一样，国内巨大的需求为全国发展提供了巨大的市场。同时，随着中国工业化外向型、外延式扩张发展模式走到尽头，中国正面临外需和工业“双难依赖”的新形势，加快城市化进程必将成为推进国民经济发展的战略选择，不仅可以有力地释放被结构扭曲压抑的潜在生产力，有效地提高国民经济的整体效益，更是新阶段国民经济发展的带动力量。

**2. 资源环境状况及布局:** 资源稀缺，空间分布不均。中国水资源时空分布不均匀，南北自然环境差异大。以水资源为例，北方地区

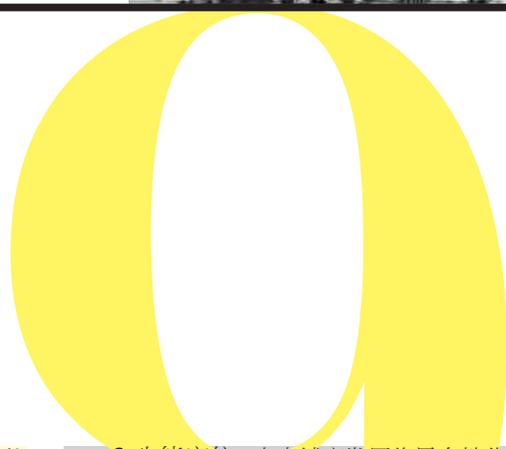
缺水严重，有9个省市人均水资源不到500立方米，实属少水地区。就土地资源而言，2008年中国耕地为18.26亿亩，到2020年将减少到18.05亿亩。也就是说，在未来11年里能够农转非的耕地是2074万亩，平均每年不足190万亩。

**3. 全球经济一体化:** 市场和资源全球共享。经济全球化给世界经济格局造成了巨大冲击：一方面，发达国家依靠其在高端技术和高端产业上的垄断地位，攫取更大的垄断利润，以其优越的条件和良好待遇，吸引高端人才，吸引高端要素的流入，依靠他们丰富的营销经验占领市场。另一方面，相对落后的国家和地区利用当地区位优势、资源丰富、成本低廉的优势，促使国内外低端产业和投资，向这些欠发达国家或区域转移。这为中国城市发展提供千载难逢的机会，使得中国城市可以更好地利用全球的资源 and 市场，促进自身发展。

**4. 经济活动空间布局:** 网络化和集中化。未来交通、通讯技术将广泛地应用到基础

设施建设中，这必将对中国城市体系和城市化模式产生重大影响。城市轨道交通规划和建设，延伸的里程已覆盖了城市和乡镇的大部分区域，致使城市市区规模越来越大；城际高速铁路建设首先在经济特别发达的一些地区展开，促使城市群产生并逐步大型化；高速公路、高速铁路和航空网络体系，进一步推动资源和要素向大都市集中，促进城市大型化、带状化和网络化发展；信息基础设施建设，改善内陆地区城市外部联系，促进内地城市的跨越发展。

**5. 人口增长及其空间分布:** 劳动力素质提升，人口分布区域不均。中国有着非常丰富的劳动力资源，价格低廉，不会因劳动力成本的过快上升而导致生产成本的大幅度上涨，这种趋势将成为今后一段时间中国城市化保持持续、快速推进的重要因素。同时，随着我国教育事业的蓬勃发展，劳动力素质也将不断提高。此外，中国人口分布东多西少，不平衡的现象也将持续存在。



**6. 产业结构及其空间布局:** 产业结构升级, 空间转移加快。随着全球竞争的加剧和分工的深化, 发达国家将低端制造业、制造环节及服务业转移和外包到愿意开放市场、生产成本更低的发展中国家和地区。就国内而言, 中国城市也将加入新一轮全球产业调整和布局中。东部城市和区域中心城市将逐步发生产业升级。这个升级是由制造业向服务业的升级, 大城市将更多地发展服务业, 放弃加工制造业。

**7. 社会变化及其空间演化:** 消费结构升级, 中产阶层壮大。目前, 我国城乡居民储蓄存款每年新增1万多亿元, 2008年底储蓄存款余额已突破20万亿元, 达到21.8万亿元, 其中活期存款约占1/3, 定期存款约占2/3。现在虽然降息, 但是储蓄仍在增加。未来城乡居民收入将进一步增长, 消费结构进一步升级, 中国将在2020年全面实现小康。随着中产阶层逐步壮大, 城市内部及城市之间的收入差距将进一步扩大, 城市贫困将不可避免。

**8. 制度及政策变化:** 市场制度完善, 公共政策调整。社会保障制度是城市发展和城市化和农村土地改革的基础, 按照国家规划, 社会保障正在积极推进, 预计2020年可以完成。一旦完成城乡一体的社会保障, 农村土地制度改革的将可以大力推进; 与此同时, 正在推进的城乡基础设施、就业、社保、教育等一体化, 将大大推进城市化进程。

### 未来城市化发展的基本趋势

**1. 外延增长:** 未来城市发展继续加速。受金融危机影响, 预计2009年—2010年城市化增长率为1%, 2010年城市化率将达到47.5%; 2010年—2015年城市化增长率继续保持0.7%, 2015年城市化率达50%; 2020年城市化率达54%; 2015年—2020年城市化增长率继续保持0.7%; 预计2020年—2030年城市化增长率继续保持0.6%, 2030年城市化率将到60%以上。预计2030年—2050年城市化增长率继续保持0.5, 2050年城市化率达70%。

**2. 内涵发展:** 未来城市发展趋向高级化。中国城市化质量目前并不高, 因为城市的部分常住人口并没有成为真正的市民。未来, 伴随着城市化领域制度创新步伐的加快, 这些居民逐步成为城市居民, 并通过教育、就业、经商等方式增强自身在城市的生产、生活能力和素质, 从而不断推动城市的高级化发展。

**3. 域结构:** 未来城市发展趋向集约化。中国未来不可能再进行粗放式的发展。1978年—2008年, 中国的人口翻了一番, 城区的面积增加了7倍, 在未来的20多年里, 或者说25年里, 中国的人口还要增加将近1倍, 但建城区的面积不可能再翻一番了。同时, 在能源上也不可能像过去那样消耗了, 中国城市未来的发展将是集约式的发展。

**4. 体系演化:** 未来城市体系将发展趋势是城市大型化、城市集群化、城市网络化。从规模体系看, 中国将形成由城市带、城市群、巨型城市、超大城市、特大城市、大城市、中等城市、小城市、小城镇、居民点协调发展的空间格局。中国城市体系将形成由多个增长极牵引, 由众多城市群扛鼎, 由多条城市带联动的, 全球一体、一超多强、归核化、网络化的城市群体系。

**5. 空间演化:** 未来城市发展将是梯度推进和动态演化。未来中国城市化是工业化和产业发展更加匹配, 城市化和城市发展将是不断梯度推进和动态演化的。首先是东部超大城市完成工业化, 然后是大城市、中小城市、小城镇完成工业化, 发展高端服务业, 之后转移到内地大城市、交通优势突出的城市实现工业化, 最后再转移到中小城市、小城镇。

**6. 功能定位:** 未来城市发展将呈个性化和多样化。未来中国城市的发展趋势是向个性化方向发展的, 除了少数几个大城市和中心城市以外, 很多的城市都将向专业化城市发展, 尤其是中小城市。一个城市可能拥有一个或者几个大的产业, 就是这个城市的基本功能了。当然, 这个过程中有些城市的住宅和宜居比较重要, 有些城市高科技比较重要, 有些城市服务业比较重要, 同时, 不同城市的建筑和城市文化、城市景观也会有所不同, 也会逐渐呈现多样化和个性化。

**7. 内外关系:** 未来城市发展将更加开放和全球化。未来中国城市体系将形成与全球城市体系相融合的、从全球城市体系核心到边缘的、开放的城市体系。一个世界级的城市带, 两个国际级的城市带, 6个国家的城市带, 若干区域性的中小城市带。世界顶级城市1个, 世界城市3个—5个, 国际化城市15个左右, 国家级城市30个—50个, 一大批区域和地区性城市。

**8. 发展层次:** 未来城市发展是多层次和非均衡的。无论是城市内部还是外部两极分化将继续进行。即现在发展得好的城市在未来可能会更好, 无论是城市的人均收入还是产业升级都会更好, 落后的城市可能会更落后。城市内部人均收入水平也会出现两极分化, 这不仅是中国的发展趋势, 也是世界的趋势。

**9. 城乡关系:** 未来城乡关系将进一步密切, 城乡一体化步伐将继续加快。城乡人口、技术、资本、资源等要素将进一步融合, 互为资源, 互为市场, 互相服务。城乡在规划建设、产业发展、市场信息、政策措施、生态环境保护、社会事业发展的一体化进程将不断推进, 长期形成的城乡二元经济结构将不断得到改善, 城乡在政策上的平等、产业发展上的互补、国民待遇上的一致将逐步实现。不过实现的时间应该是在城市化加速期完成后。MCE

# CHINA OR INDIA? MODERN ART COMPETITION

西方人喜欢中国艺术，因为对神秘的东方国家充满好奇。而在满足这一点上，印度艺术比中国有过之而无不及，它色彩浓郁，又有很多哲学观念在里面，按照艺术家穆克基的说法，印度艺术就是马蒂斯与莫卧儿的结合体。



## 印度还是中国？ ——一场当代艺术的地域角逐

文\_杨育谋 责任编辑\_杨紫婕

常言道，十年磨一剑，但对于印度艺术家安尼什·卡普尔、弗朗西斯·牛顿·苏萨、阿克巴尔·帕丹希和苏波·古塔等人来说，10年太久，4年足矣。四五年前还不名一文，如今的作品身价却以N次方的倍数增长。反应迅速的藏家和艺术品商人们更是掀起了一浪高过一浪的“印度热”，就连早些年曾经对印度当代艺术很不屑的中国藏家们，如今也开始组团前往印度追赶这波热潮了。

那么，印度的当代艺术究竟有哪些特色？它的火热背后是否也像中国当代艺术一样存在隐忧？印度当代艺术，是重复20年前中国当代艺术的发展轨迹，抑或将创造出跨越式、前所未有的发展奇迹？

● 陈逸飞作品



● 塔伊布·梅赫塔作品

## 10年增32倍

国际市场对印度艺术品的兴趣萌发于20世纪九十年代佳士得和苏富比在伦敦和纽约举行的拍卖会上。自此以后，佳士得、苏富比以及几家小型拍卖行开始频频在国际市场上拍卖印度艺术品，一些画廊和博物馆也纷纷举办印度艺术画展。

2000年以后，印度当代艺术开始大规模进入欧美收藏家的视野，几乎各国都在艺术展览亮相展出以印度艺术家担当主角的展览。一向保守的法国LVMH集团画廊也举办了印度当代艺术展。在过去3年里，世界各大拍卖行开始热捧印度当代艺术，苏波·古塔、塔伊布·梅赫塔、阿克巴尔·帕丹希等知名印度画家的作品价格逐年攀高。在法国，2007年3月艾德拍卖公司最早开辟现当代印度艺术拍卖专场；佳士得在迪拜拍卖会上，成交价位居前10位的拍品中，有9件来自印度艺术家，而成交价最高的也是印度作品；佳士得的印度现当代作品全球销售额由2000年秋季的65万美元，增至2008年的4200万美元。而全球拍卖行的另一大巨头苏富比2008年“印度现当代艺术”专场拍卖的火热程度，也已超越了当年中国当代艺术专场。

随着越来越多印度当代艺术海外展览的举办，印度当代艺术品的价格也节节攀升。在印度当代艺术家中，能标志印度当代艺术在世界拍卖场上迈出转折性一步的要算画家塔伊布·梅赫塔的两幅作品：《牛魔》和《庆典》。在2002年9月佳士得的拍卖会上，《庆典》拍出

31.7万美元的高价，成为首幅拍出高于10万美元的印度当代绘画作品，令世人对印度当代艺术刮目相看。而《牛魔》则在2005年9月纽约举行的一次拍卖会中拍得近160万美元。

权威艺术网站Artprice2008年出台的一份报告显示：截至2008年7月，印度当代艺术

品的价格上涨指数较10年前增长了3230%。而其中大部分的增长相对集中在过去的3年间，即在西方资本开始从中国当代艺术市场撤退之后。Artprice的另一份报告显示，从2004年1月到2009年1月，中国当代艺术的价格指数增长了583%，而同一时期，印度当代艺术增长了957%。

## 赶超中国当代艺术？

“从纯艺术角度来说，印度当代艺术比中国的有味道，很多超现实主义作品非常有异国情调，西方人很爱看。”中国艺术研究院博士生导师王镛评价说。

西方人喜欢中国艺术，因为对神秘的东方国家充满好奇。而在满足这一点上，印度艺术比中国有过之而无不及，它色彩浓郁，又有很多哲学观念在里面，按照艺术家穆克基的说法，印度艺术就是马蒂斯与莫卧儿的结合体。

印度的历史文化曾经因为英国的殖民而长期被割断，随着印度民族意识的觉醒和经济的发展，印度艺术开始不断寻求自我的突破与进步，例如20世纪上半叶形成了孟加拉画派，以及五十年代的表现主义、六十年代的超现实主义、七十年代的抽象艺术、八十年代的具象艺术回潮，再到九十年代之后新口巨多罗艺术进一步发展，装置和影像开始流行，印度艺术家从自己的悠久历史文化与宗教中汲取营养，结合西方艺术思潮进行独立的思考，创作出了具有自身特色的艺术作品，从而成为世界现当代艺术大家族中独具魅力的一员。

不单单是东方情调的吸引力，同先前在全球刮起的中国风一样，印度当代艺术的崛起同这个国家在全球化经济中所展现的实力不无关系。无论是中国还是印度，经济的崛起都令西方有着强烈的了解欲望，而当代艺术恰恰充当了“翻译”的功能。“中国当代艺术最牵动人心的部分诞生于改革开放之后的激荡岁月。有人说印度的社会环境与当时的中国极为相似，其实并不尽然。印度有着更为复杂的环境，民族、宗教等问题刺激人们有感而发，恐怕连普通人都会有自己的思考，这就更容易有丰富的当代艺术了。”收藏家张锐这样评价。

在2009年7月16日于上海当代艺术馆开幕的一个名为“印度现在”的印度当代艺术展上，有一件名叫《Saat Samundra》的苏波·古塔的参展作品，一辆老式的印度车上，载满了居民迁移的包裹。苏波·古塔欲表达在高度全球化之下的当代印度，许多所在地的固有文化正被快速汰换的情况。这种表达非常符合全球化背景下艺术市场的炒作题材。当年，中国的当代艺术明星艺术家也正是以这种政治波谱、消费主义等资本主义关心的论题而进入世界市场的。

“如果从艺术品本身来说，印度艺术家画功好，作品艺术性强。对比来看，印度的当代艺术凸显浓郁的民族性和地方特色，而中国的当代艺术则更多反映某一时期的特定主题。从长期看，国际买家更青睐具有强烈民族性的作品。”中国著名油画鉴赏家左颂德指出，“印度当代作品的兴起是不可抵挡的潮流，虽然目前印度国内艺术家自己的信心指数还不高，未来

会发展到什么样的程度，还要看经济回暖的速度及其他综合因素，但是可以说，属于中国当代艺术的辉煌时代就此结束了。”

有不少国际藏家断言，印度当代艺术品市场正处于发展初期，与中国当代艺术品相比，具有更纯粹的艺术性而无跟风之弊病，因此其升值空间或将在不久的将来完全释放，赶超中国当代艺术拍品。

另一些人则更看好中国当代艺术，认为其与印度当代艺术早已不在一个层次上了。同样是在苏富比，2008年在中国香港举办的中国当代艺术春拍收入是2007年纽约秋拍印度当代艺术收入的10倍多。《时代周刊》称，中国已成为世界第三大艺术市场。海外印度裔人群是印度艺术品的主要购买者，而中国当代艺术的买家范围更为广泛，不仅有国内藏家、港台及海外华人，还有欧美的收藏家，这也刺激中国当代艺术的整体价格要比印度高出一截。



### 热潮中现隐忧

不管怎样，印度艺术还很有后劲，这已成为中印收藏家的共识。随着各种艺术机构的不断推介，印度当代艺术在中国的画廊、艺术展会、拍卖会几番的高调亮相，正成为中国收藏家国际藏品的一部分，也是博物馆、艺术基金的目标。

2006年，北京的一家商业画廊阿拉里奥北京艺术空间举办了第一个印度当代艺术群展，这次群展中，中国藏家以总共20万美元的资金买下了3件作品。在随后的2007年和2008年，阿拉里奥举办的Kallat、Gupta、Nalini Malani三场个展上，共有30件作品卖出，成交额为250万美元。

孟买印度当代艺术学院主任Tushar Sethi表示：“我们注意到，来自全亚洲买家的兴趣在不断增长，特别是在中国，我们在为印度艺术寻找多元化的收藏和投资途径。”

2009年7月16日至8月31日，由印度驻沪领事馆筹备了一年之久的《印度现在——印度当代艺术展》在上海当代艺术馆举行，展出包括印度明星艺术家苏波·古塔在内的21位印度当代艺术家的作品逾60件。此番印度当代艺术家集体“进军”中国，再次引起艺术界和收藏界的热议。

在印度，热钱也不少，艺术品市场同样持续升温，艺术家的身价越来越高。和中国一样，很多印度艺术家在利益的驱使下夜以继日地赶制作品，但是，其中大部分作品都只是“行货”而已。

印度现在有越来越多的艺术家感觉到自己已经沦为了一件商品，有人说：“艺术市场开始变得越来越像股票市场，这就好像人们在你身上下赌注，就像在赛马场赌哪匹马会先到达终点，就把钱全部押在它的身上。”

不过，总体来说，印度的艺术家大多还能在国际上给人遵守信用、保证作品质量的好印象。他们一年实际画了几幅画对外都如实宣布，每幅画创作的具体日期也都有明确记录。此外，他们更不会像很多中国艺术家那样为了多卖作品找人代笔。拍卖行、艺术家和交易商合作抬高价格，艺术家通过花钱买好评、搞展览来抬高名气等作弊行为更是闻所未闻。这或许是我们可以继续看好已经略显浮躁的印度当代艺术的理由。 MCE





● 郑国谷《帝国时代》

### 中坚：新世纪中国艺术的八个关键形象

北京

尤伦斯当代艺术中心

2009年11月17日—2010年2月28日

尤伦斯当代艺术中心 (UCCA) 推出大型群展《中坚：新世纪中国艺术的八个关键形象》。展览聚焦中国当代艺术的未来，汇集了八组艺术思想和实践正趋成熟艺术家，他们包括：曹斐、储云、刘韡、没顶公司、邱志杰、孙原和彭禹、杨福东以及郑国谷。涵盖多种媒材的《中坚》展，试图最大程度地呈现新世纪中国艺术家的观察视角和创作方式。灵活、开放、自由是新一代艺术家生活和创作的特点。在此背景下，他们尝试全新的方法，去思索和反映各种现象以及问题，并以共性极强的全球艺术语汇进行创作。

### 广东主义艺术展

香港

赛马会创意艺术中心

2010年1月16日—2010年2月12日

即便在地方性的传统没有被彻底埋没的今天，我们也已经不太可能重建过去的语境来讨论“广东文化”的初始内涵。

### 吴冠中捐赠作品展

杭州

浙江美术馆

2010年1月29日—2010年2月28日

吴冠中先生是20世纪中国美术史上独树一帜的著名艺术家，作为一位学贯中西的艺术大家，长期以来，他致力于油画民族化的探索，将西方油画的丰富细腻与中国传统艺术精神、审美理想融合到一起。



### 灰尘：张远个展

北京

安妮画廊

2009年12月19日—2010年2月7日

张远的作品传达的就是对图像并置的欣赏。混合的视觉比喻所表达的讽刺意味或是从不可能的接近中表达出来的洞察力。这种“接近”在现实世界中是不可能的，但是在绘画空间中任何事情都有可能。张远的风格具有象征性艺术及模糊现实主义的特点，自然地暗示着所有独立元素都是宏大叙事的一部分，无论姿势或行动多么的破碎或复杂。他的画是高度理性的。所有的东西都充斥在有效的小“屏幕”中——都是小尺寸，大多是长方形构图，内容被独立“封闭”在随意样式的画布上。



### 窑·望：彼特·库尔特作品展

上海

新波画廊

2010年1月17日—2010年2月28日

彼特·库尔特作品的审美和绘画有许多相似：注重表现瞬间动态、对色彩、光与影的关切，但同时很明显地忽略作品的叙述性表达。然而，如果我们更仔细地品味的话，会意识到这个叙述性并没有被忽视，只是转而表达通常是无形的、难以觉察的现实片段罢了。他的艺术是这3样形式的协同合作：现场行为表演、视频艺术和从视频文件里精选编辑出的静态画面制成的照片。意在创造出一些作品，让观众不仅是作为旁观者而且最终能参与其中