



在地铁浦东世纪大道站下层重现了一条老上海风情街“1192弄”。摄影/杨建正



上海新天地太平湖秀场，一场以都市地铁车厢为背景的秀。摄影/庄毅

为市民和游客认识杭州的“第一站”。地铁站名印还采用了浑厚古朴的汉官印，一些重点车站的印章将由西泠印社知名篆刻家进行篆刻，未来还将制作一套站名章复制品，放在各个站点供市民乘客“打卡”集章。在上海，14号线用紫砂制成的站名墙，设计理念也取自于传统书画艺术。在香港，港岛线地铁站，全线最有特色的是除了杏花邨站及柴湾站外，站牌都是书法字体。它们都出自前议员区杰棠笔下，区杰棠写的第一个站名是“金钟”，“看着就像一幅画，仿佛还能听到钟声。”据说是因为港岛线的月台大多都是比较窄的，为了让月台的乘客舒缓紧张情绪专门进行了这样的设计。

地铁衍生的艺术文创

随着地铁空间的发展，地铁衍生品及文创，也逐步成为地铁艺术的一种形式。

李龙是收藏地铁卡的行家。从1996年开始关注并收藏地铁卡到1999年自己创建中国地铁卡网，一直与地铁卡有着不解之缘。之前收藏的地铁卡相对单一，比如，生肖卡、拜年卡。近年来，上海地铁开始跨界创新，与大耳狗、胖虎、天文馆等各类IP联名，在建党百年、冬奥会等重大节日推出纪念卡等。

在梁伟杰看来，除了地铁票卡，“可阅读”的地铁站以及车厢，也是重要的地铁文创载体。

特别是在人民广场站建成“上海地铁音乐角”“地铁文化长廊”“中央展台”核心文化圈，形成了以人民广场站为核心，4号线环线则为文化环线，文化列车、车站建筑艺术、地铁票卡、

虚拟空间等为展陈形式的地铁公共文化体系。

网络一片赞扬声中，同样有质疑的声音。“地铁站就是运人用的，如此搞地铁艺术，值得吗？”地铁中人流量大，步履匆匆，能停下来仔细观摩艺术品的人少之又少，“地铁公共艺术”对公众审美能否产生有效作用？”

对此，有专家回应：公共场合的色彩、设计对社会的影响是潜意识层面的，无意中看到的东西会慢慢影响大众的审美趣味与人文情怀。

广州市社会科学院文化产业研究中心副主任柳立子认为，一个城市在地铁网线达到500公里之后，地铁对于城市的功能和意义就会开始变化，转而承载产业方面的诸多功能。

当今中国，地铁在承担市民出行和城市文化形象的同时，同样创造着产业价值，甚至可以改变城市格局。这反过来要求城市管理者，在地铁建设的过程中，不仅仅考虑到通行性、安全性和经济性，还要通盘考虑，站在整个地区综合经济体的高度上，全面考量和提升其价值。

薛峰认为，地铁艺术作为稳定场域的公共艺术，要根据不同的地方、环境去构思，规划。媒介出来以后，需要表达公共艺术的集群介入。比如，豫园路站由建筑师、室内设计师、做新媒体的艺术家等组成，不同专业的人共同打造这样的空间，跨界合作也让地铁艺术更精彩。

目前，中国地铁公共艺术发展需要有稳定的资金投入和保障机制，也需要有运营负责地铁公共艺术展览和活动，以及文创产品开发的主体单位，才能得到长期可持续的发展繁荣。地铁是“十年建设、百年运营”，地铁公共艺术更是“百年运营”中重要的一笔。■