

创意光影为城市品牌建设赋彩

Enriching Urban Branding through Creative Light and Shadow

冯乔 温希 Feng Qiao Wen Xi

摘要：城市是人类文化精神的集中体现，城市文化是当代人类文明的重要组成部分，也是一个城市的底蕴和韵味，反映了一个城市的文化自觉和文化自信。文化学者刘易斯·芒福德说，“文化，是城市的生命”^[1]。在现代化城市中，灯光节已成为一种展示城市视觉文化的重要平台，对于提升城市形象、吸引游客、促进文化旅游等方面都有着积极的作用，是推动城市品牌建设的有效手段。本文以广州国际灯光节为主要背景，结合其他优秀案例，从场景、交互、共情、共创、交流等五个维度分析灯光节的创意需求，探讨灯光节如何通过艺术与科技的结合，承载和反映城市的生活方式和人文精神，为城市品牌建设赋彩。

关键词：灯光节，城市品牌建设，场景，交互，共情，共创，交流

引言

随着全球化和城市化的发展，城市之间的竞争日益激烈，如何塑造独特而有吸引力的城市形象，成为了许多城市面临的挑战。在这一背景下，越来越多的城市选择通过举办灯光节等公共艺术活动来展示自身的文化魅力，吸引游客和媒体的关注，突出城市的历史和文化遗产，提升城市声誉和知名度，促进经济和社会发展。灯光节作为一种集视觉、声音、空间等多元元素于一体的综合艺术形式，利用科技手段将灯光与建筑、景观、雕塑等结合，创造出独特而富有表现力的灯光艺术作品，为城市增添了色彩和活力。然而，在国内举办的各类灯光节中，也存在着一些问题和不足，如同质化严重、缺乏创意和特色、过于追求视觉效果而忽视艺术性和人文性等。这些问题不仅影响了灯光节本身的艺术价值和社会意义，也削弱了灯光节对于城市品牌建设的作用。因此，如何在当代城市品牌建设背景下，提高灯光节的

Abstract: Cities embody the concentrated expression of human cultural spirit, and urban culture constitutes a pivotal component of contemporary human civilization. It not only represents a city's historical heritage and allure but also mirrors its cultural consciousness and self-confidence. As Cultural scholar Lewis Mumford aptly noted, "Culture is the lifeblood of the city"^[1]. In modernized urban settings, light festivals have evolved into essential platforms for showcasing a city's visual culture. They play a constructive role in enhancing a city's image, attracting tourists, and promoting cultural tourism. Light festivals have become an effective means for urban brand development. This paper primarily focuses on the Guangzhou International Light Festival while incorporating insights from other exemplary cases. It conducts a comprehensive analysis of the creative requirements of light festivals across five key dimensions: ambiance, interaction, empathy, co-creation, and communication. This paper explores how light festivals, through the amalgamation of art and technology, serve as vessels that encapsulate and reflect the lifestyle and human spirit of a city, thus bestowing a spectrum of colors upon the urban canvas.

Keywords: light festivals, urban branding, ambiance, interaction, empathy, co-creation, communication

创意水平和艺术质量，使之能够真正反映和承载城市的生活方式和人文精神，成为了一个值得探讨的课题。本文将以广州国际灯光节为主要背景，结合其他优秀案例，从场景、交互、共情、共创、交流五个维度分析灯光节的创意需求，探讨灯光节如何通过艺术与科技的结合，为城市品牌建设赋彩。

一、场景

光影艺术是视觉科技的体现，也是城市个性的展示。灯光节作为一种公共艺术活动，能够有效地介入城市品牌形象的塑造和传播，推动公共艺术与城市建设、城市景观、城市文化品牌的结合，促进城市规划从单纯的功能和效率目标走向人性化和美学的综合设计，打造具有文化内涵的“城市名片”，积极包装和推广城市形象，凸显城市特色，强化城市品牌竞争力，为城市决策者提供参考。这应该成为未来灯光艺术节组织策划的核心。

以广州国际灯光节为例，自2010年广州亚运会后，广州市政府在全国首创推出了国际灯光节。至今已连续举办十二届，2015年正式入选联合国教科文组织“国际光年”的特别推荐活动，与法国里昂国际灯光节、悉尼灯光音乐节并称世界三大灯光节，每年吸引数以百万的观众参与体验，是一张代表广州城市形象的新名片，极大提升了广州的国际影响力。

广州国际灯光节秉持地域性与当代性原则，重视对在地历史文脉和当代精神的挖掘，在使用新技术的同时，以广州的城市文脉和历史特色作为主题基调，保持着浓郁的岭南地域特色。同时，努力填补现代城市发展规划留下的空间空白，通过表现性灯光这种新媒体让千年古城成为新的文化发生地，成为一座有温度的城市。

首先，善用地理优势，挖掘场地潜力。广州国际灯光节活动地点设立在珠江新城的花城广场，属于广州地标性位置，毗邻珠



1. 《时空·共生》（来源：https://www.sohu.com/na/432754294_132336）

2. 《广州塔创意激光秀》（来源：<https://www.meipian.cn/12tbpooi>）

江、空间开阔，且交通便利、可达性强。这有利于以城市夜间光影艺术的设计和展示为主要内容，将艺术美引入公共领域和公共空间，塑造共享的公共空间，形成文化福利和审美民主。花城广场为提升广州及周边城市增添了文化美学的维度，为市民营造了新型的城市艺术化公共体验空间。每年邀请艺术家以花城广场的各个景点、建筑、水体、步行天桥等公共设施作为创作背景，以光影为元素，展开想象。整个展区弥漫迷幻色彩，相互辉映。这为市民和游客提供了一场可观赏、可参与、可传播的光影盛宴。使这片被誉为广州城市客厅的花城广场变得华灯闪烁、流光溢彩。同时，利用广州城市一江两岸的特殊布局，把横跨珠江的九座桥梁变成画布，以光影创意演绎广州故事。这些基于城市发展与文化创作的作品，更加贴近民众生活，容易使观众产生共鸣。

其次，彰显历史文脉和当代精神，应用创意与科技手段，将岭南传统文化元素与现代艺术相结合，呈现出独特的文化创意作品，向公众传递当地的历史和传统，促进城市文化遗产的保护和再利用。通过灯光节载体使社会记忆在城市实体中绵延，并在城市文化品牌形象的隐喻性上体现城市气质。如2020年的广州国际灯光节，由广州美术学院冯峰教授带领的师生团队共同制作完成的、具有岭南文化色彩的作品《时空·共

生》（图1），以岭南建筑构件组合为造型，加入声光电技术，意在营造一个剧场化的展示空间，并融入灯光与观众互动。当屏幕开始播放时，由广州塔射来的一束激光将屏幕启动，屏幕开始展演四季更替景象，呈现时空流动之美，展现城市活力之感。犹如一个奇妙的时空盒子，以独特的脉动、共感的光彩，讲述广州从过往到今天、从今天到未来的无数故事，传达广州积极进取的城市精神，使城市气质跃然眼前。又如，广州塔作为广州面向未来的城市新象征，常常被各国艺术家塑造成创意激光秀的特殊载体（图2）。这座高达500米的钢铁巨构通过激光束在以广州塔为中轴线的高层建筑之间来回穿梭，寻找建筑之间的联系，建构建筑间的对话，在高空形成一定的图案交织，将建筑紧密联系于一体，形成绚丽壮观的城市空间景象。变幻莫测的声光电效果把大片宽阔空域变成令人震撼的超视野的沉浸式展演现场，进一步彰显广州城市的独特文化魅力。

二、交互

灯光节活动成为展示城市文化和艺术创意的重要平台，其中最大的特色是通过观众与作品之间的互动来传达信息和情感。这些以交互技术支撑艺术创意的作品，展现了各种令人惊叹的视觉效果与体验感受，让每位观众通过参与体验获得共创快乐。互动体验

也是科技创新在灯光节中的重要应用之一，通过精心设计和编程，可以利用科技创新在灯光节中加入互动元素，通过手机应用程序与观众互动，让观众参与到灯光秀中，增加活动的趣味性和参与度，从而获得更为深刻的共创体验感受。国际新媒体艺术先驱罗伊·阿斯科特认为“新媒体艺术最鲜明的特征是连接性与互动性”^[2]。“连接性”是指观众与作品连接到一起，也就是要观众全身心地投入其中与其零距离接触；“互动性”是让观众与作品产生交互。传统意义的互动主要表现在知觉感受上：艺术家通过创作出的艺术品与观看者之间进行知觉与意识层面的交流，观者则通过观赏艺术品获得自己的思考，并体会艺术家的创作意图。^[3]在互联网背景下，互动形式变成观众主动介入艺术家设定的互动方式与装置产生互动，观众获得的是视觉、听觉、触觉等多感官的直接体验，同时完成作品的最后环节，构成完整的作品。

2018年新加坡ILIGHT灯光节，日本创意团队Teamlab为新加坡艺术与科学博物馆创作了一件互动投影作品（图3），通过下载APP，观众可以在手机上选择自己喜欢的文字并投向投影画面，画面上会显现观众所选择的文字所对应的图案，并且每个图案之间会产生相互的影响与关联。观众所选择的文字与他人选择的文字产生持续的互动，



3. 《互动投影》（来源：<https://www.teamlab.artwvlbw-artsciencemuseum/>）

不断影响着对方，从而创造出新的图案，实现多人实时互动。

曾参加里昂灯光节的艺术家阿涅斯说：“是观众的参与赋予了这些新媒体装置以生命”。这类型的灯光创作往往与前沿科技相结合，艺术创造与科技碰撞产生了奇妙的火花。譬如2012年里昂市政厅前的“奇幻魔方”装置（图4）。该装置由三排自行车组成，当观众在自行车上踩踏时，频率的快慢影响着灯光的明暗，因而产生一种“人力发电”的效果。如果观众竭力蹬踏自行车，最后会出现火花四溅的“短路”效果，这种鼓励性的互动方式有利于刺激现场气氛。这种结合的能量将创建一系列抽象的彩色图像，这些图像随每个序列而变化，并以独特的方式照亮路易十四的雕像。现场仿佛变成了一个大型的具有奇幻和创造力氛围的互动游戏^[4]。

通过AR技术与现实世界中的灯光装置进行互动，创造出更具沉浸感和交互性的特别体验。例如，2022年广州国际灯光节打破传统，首次尝试数字灯光节，以“粤韵光彩·未来创想”为主题（图5、图6），通过灯光艺术传递岭南文化，让城市灯光有生活温度，有科技亮度，以新技术、新场景、新想象呈现国际都会的时代华彩与未来图景^[5]。通过数字科技手段，设置数字分会

场、广州塔AR灯光展示与虚拟主持人的引导，结合多种互动模式，让千万用户云赏灯光盛典，相聚城市数字盛会。让市民游客可以感受到虚拟与现实交错带来的沉浸式互动视觉体验。AR、VR等各种技术手段的介入极大丰富艺术体验的维度。这种数字化展示形式不仅丰富了灯光节的内容和形式，也为未来灯光艺术的发展提供了新的思路方向。

三、共情

灯光节作为一种大型公共艺术活动，必须考虑到广大观众的情感和感受，理解并尊重不同群体的文化，确保活动的文化包容性和社会代表性。通过艺术创意的方式传达城市的情感、氛围、特点和个性，成为城市文化的一部分。观众在欣赏灯光节的过程中会将这些体验与城市联系在一起，更能深刻地理解和感知城市的多面性。同时，通过一些特别主题的策划引发观众的情感共鸣和对城市理念的认同感。2016年新加坡灯光节为观众提供了独特的视觉体验，作品《Plastic Whale》（图7）使用充气装置描绘了鲸鱼在塑料垃圾海洋中挣扎的场景，并让观众直接走入鱼腹观看挂在腔内的各种塑料制品震惊场面，以此提醒人们关注海洋污染问题，使人们更深入地了解海洋生物的生存状况，

通过互动性和共情性的创意设计吸引了更多人关注、理解和参与环保。

灯光节的举办不仅仅由城市政府或组织者独立完成，还需要得到城市居民的支持和参与。居民可以通过提供意见和建议，参与活动的策划、设计和组织，为灯光节的成功贡献自己的力量，增强了对城市的认同感和自豪感。他们会更加关注城市的形象和发展，愿意为城市发展做出积极贡献。例如，德国的科隆灯光节鼓励居民参与到灯光设计和表演中，使他们能够与灯光节活动产生共鸣。居民的参与增强了他们对科隆的认同感，并促使他们更积极地参与到城市事务中。

此外，灯光节作为一个集体性和社交性的活动，通常会集中在城市的特定区域或社区，能够加强市民与游客之间的互动与交流。人们在欣赏灯光节的过程中会自然而然地聚集在一起，分享心情和交流感受，增进彼此之间的友谊和社交联结，从而加强市民的凝聚力和社会和谐。同时，广州国际灯光节每年都吸引了大量全国各地游客在这里不期而遇，参与体验，分享心得，促进城市之间的文化交流，传播广州城市的友好形象。

总之，灯光节的举办提供了公共聚集的机会、创造了特殊的氛围以及展示了共同的文化和价值观，促进了城市居民的参与与认同感，加强了社区互动与社交联结，以及促进了城市形象传播，带来了积极的公众参与和社会效益。这些效益不仅提升了社会凝聚力和城市形象，也为城市的可持续发展和居民的幸福做出了贡献。

四、共创

灯光节需要不断创新来吸引游客和公众的关注。如何在创意、内容和活动上持续保持创新性，推动城市品牌建设，通常需要大量有创意的灯光艺术作品来支撑。但是随着作品数量和观众参与需求的增加，要获得许多优秀创意作品不再是一件容易的事情。且不少作品因缺乏艺科融合系统支持而难以实现交互或更多体验功能，无法满足观众的参与需求。因此需要拓宽视野，扩大选材范围，从社会层面整合多个领域的交叉融合，创作更多有创意的作品。

于灯光节而言，作品本身的质量毫无疑问是所有考量因素中最为本质和核心的部



4. 《奇幻魔方》（来源：<https://www.fetedeslumieres.lyon.fr/en/oeuvre/magic-cube?edition=350>）

分。当前的灯光艺术设计与其他艺术门类一样，早已进入多元跨界的组合式发展阶段。为保证作品的“艺术性”，设计师必须在对时代、行业进行详明审悉的同时，以“艺术与科技”广泛深入结合的形式，做出各类探索与实践，以期使作品在反映当下人们生活方式和思维方式的前提下，对未来进行合理的推断和想象，从而使灯光艺术作为公共艺术的哲学观和价值观得以真正体现。灯光节作为公共艺术活动创作的平台，其最大的特点是让艺术创造与科技创新碰撞出奇妙的火花。不管是灯光雕塑、互动装置、机动装置、投影表演、真人灯光秀，都经过各种软硬件技术的融合，使之变成可操作的互动方式，让观众得到真切体验。也就是说，观众的参与赋予了灯光艺术作品生命。但是，由于作品涉及数字多媒体、声、光、电等技

术，还要提供参与交互功能，单凭一家机构或设计团队的研究力量无法解决问题，必须通过资源整合的方式，联合电子设备、材料、编程、软件、网络等工程技术人员参与创作，这种协同作战也是当下艺术设计的创作方式。早在20世纪60年代，法国“视觉艺术探索小组”的小组宣言就强调了团队合作的必要性：“为了实现表现整体环境的目的，必须对艺术家个人的创作活动有一定的制约。在我们的创作活动中，艺术家个人的努力、才能和新发现必须符合和反映小组整体的意志。”^[6]这一表述突显共创在艺术创作中的重要作用。因此，需要艺术家积极选择与科技公司、研究机构等合作，创新技术应用，增加灯光艺术作品的参与度和体验感。或者与当地的艺术、设计、建筑等不同领域的专家合作创作出具有跨界特色的灯光

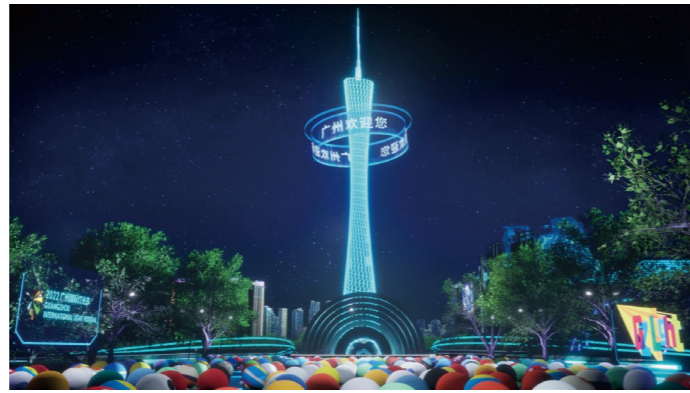
艺术作品，这样可以吸引更多不同领域的人群参与，提升作品的多样性和质量。用科技手段来打破艺术藩篱，更真实地呈现人、科技、创造和未来的关系。对艺术家和技术人员而言，必须用共创的观念突破个体的局限性，相互沟通、密切配合，才能使灯光艺术创作朝着融合集体智慧、合作与协调的方向良性发展^[7]。跨界共创也将为灯光节带来更多的选择。

五、交流

随着灯光节的频繁举办，不免出现作品同质化现象，从而影响了活动的品质和声誉，降低了公众吸引力。因此除了加强跨界共创外，还需要通过组织国际灯光节交流活动，引入国际一流的灯光艺术作品和创意资源，拓宽国内灯光节参展者的视野，提升创



5. 广州灯光节数字分会场 (来源: <https://new.qq.com/rain/a/20221228A02XZV00>)



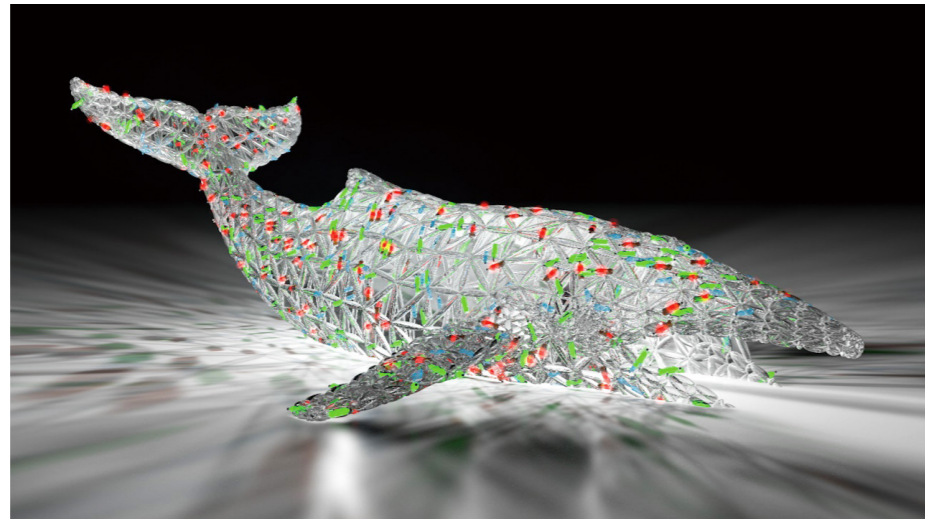
6. 广州塔AR灯光展示 (来源: <https://www.163.com/dy/article/HPKD2KJC0514R9KE.html>)

作水平。同时,加强不同国家、地区之间的文化交流,增强对全球灯光艺术趋势的把握。例如,可以邀请国外的灯光艺术家来参加国内的灯光节,让他们展示自己的作品和创意,并与本地的艺术家进行交流和合作。此外,也可以组织国内的灯光艺术家参加国外的灯光节,让他们学习和体验不同的文化和技术,提升自己的创作水平。2022中国重庆光影艺术节通过全球征集,共吸引近20个国家的艺术团队的百余件光影艺术作品参加,最终来自中国、意大利、法国、德国等16个国家的40个团队入围决赛。众多国家的艺术家参与,无疑增加了活动的国际性和多样性。不同国家的艺术家有着不同的创作理念和艺术风格,应理解和尊重不同文化背景下的艺术观念,通过互相学习,交流互鉴,推动了中国光影艺术的发展,并增进各国之间的文化交流和理解。当然,作为灯光节的主要表达方式,光影艺术的创作与呈现方式更有利于获得较高展播效应与社会影响。

《月亮》是一件大型灯光作品(图8),源自广州美术学院的毕业作品,在广州国际灯光节展出后,通过组委会推荐到2016年新加坡灯光节、2018以色列耶路撒冷国际灯光节(“Light In Jerusalem”)、2021韩国国立亚洲文化殿堂等多地展出,成为创意文化出海的交流典范。作者使用人工智能和机器学习算法,将新加坡天气记录以及其他环境统计数据中获得的公开数据,转化为移动灯光、颜色和

声音的惊人视觉效果,并以月亮为灵感,通过变幻的光影和音效,让观众感受到新加坡的气候变化,最终的目的是唤醒人们对气候问题的关注。同时,作品还蕴含“月是故乡明”思念之情,向海外游子表达来自祖国的问候与关切。

通过国际交流,不同国家的灯光艺术家可以分享经验、展示作品,并取得跨国合作的机会。灯光节逐步变成一个与全球城市进行合作的国际灯光艺术活动,多个国家的灯光节组委会相互联动,互相推荐,增加作品的展出机会,保证可持续发展。例如,广州灯光节为了有效组织和管理这样规模庞大的活动,专门成立了灯光节工作团队,并与全球艺术家、设计师、创意机构等合作,共同



7. 《Plastic Whale》(来源:作者)

策划和推动活动的顺利进行。他们采用了先进的技术和多方沟通协作的方法,确保了活动的顺利进行和高质量的艺术表现。

结论

本文以灯光节为切入点,从五个维度探讨灯光节参与城市品牌建设的方式及意义,旨在为未来的活动策划和组织提供参考和建议。灯光节作为一种公共艺术活动,能够通过创意光影的展示,提升城市的美感、氛围和个性,传递城市的情感、理念和价值,增强城市的吸引力、影响力和竞争力。同时,灯光节也能够通过多种方式促进公众的参与和交流,增强公众的共情、共创和共享,提升公众的幸福感、认同感和凝聚力,为了实



8. 《月亮》(来源: www.ilightsingapore.gov.sg)

现这些目标,本文提出了以下几点建议:

1. 建立专业团队提高组织与管理水平。灯光节的成功举办需要有专业的策划、设计、执行、评估等环节,需要有专业的人员和机构来负责和协调。灯光节组织与管理团队应该具备艺术、技术、市场等多方面的知识和能力,能够有效地整合各种资源,保证活动的顺利进行和高质量的艺术表现。

2. 创新技术的应用与发展趋势。灯光节作为一种艺术与科技融合的活动,需要不断地探索和应用新的技术手段,以提供更丰富的灯光艺术体验。例如,虚拟现实、智能控制系统、人工智能等技术可以使灯光艺术作品更具互动性、沉浸感和创造力,让观众更深入地参与到作品中,感受到艺术与科技的魅力。

3. 公众参与与社会效益。鼓励公众参与灯光节的策划和组织,增加他们的参与感和归属感。确保活动的文化包容性和社会代表性,尊重各类人群的需求和意见。通过社交媒体和营销手段,传递正面的社会效益信息,加强公众对活动的认同感。为提高公众参与度,组织者需要通过各种渠道,如社交媒体、新闻媒体、线上平台等,进行广泛且有趣的宣传,同时要确保活动的信息透明

度,让公众了解活动的具体情况。

4. 跨领域合作与国际交流。灯光节作为一种跨界的活动,需要与不同领域的专家、机构、团体等进行合作,以创造更多有创意的作品。例如,可以与当地的艺术、设计、建筑等领域的专家合作创作出具有跨界特色的灯光艺术作品,也可以与科技公司、研究机构等合作开发新的技术应用。同时,也需要与国际上的灯光节组织进行合作,以引入国际一流的灯光艺术作品和创意资源,拓宽国内灯光节参展者的视野,提升创作水平。同时,也可以通过国际交流促进不同国家之间的文化交流和理解,传播中国城市的友好形象。

显然,艺术创意是提升灯光节活动吸引力的关键,而国际交流则是实现该目标的重要途径。本文希望通过一些建言能够为国内灯光节的发展提供一些启示和借鉴,让艺术与科技融合赋能城市品牌建设,让灯光艺术的流光溢彩丰富城市表情,展现全球化背景下新时代中国的新城市、新生活、新风貌。

本文为2021广东省高校教学改革项目《毕业设计策展人制度的初探与构建》阶段性成果,项目编号:6040321159。

作者简介:冯乔,广州美术学院副教授,研究方向:数字媒体艺术。

温滢,广州美术学院在读研究生,研究方向:数字媒体艺术。

注释:

- [1] 刘易思·芒福德:《城市文化》,宋俊岭等译,北京:中国建筑工业出版社,2009年。
- [2] [英]罗伊·阿斯科特:《未来就是现在——艺术、技术和意识》,袁小濛编,周凌、任爱凡译,北京:金城出版社,2012年。
- [3] 徐戈:《互动装置——公共艺术表现的新空间》,中国美术学院硕士论文,2010年。
- [4] 李光:《以法国里昂灯光节为例分析城市灯光节的创意与设计》,《照明工程学报》,2016年第4期,第70-75页。
- [5] 郎慧:《秀出科技范 广州首次推出“云赏灯”》,《南方日报》,2022年。
- [6] 罗旭君:《交互与融合——论新媒体艺术的交互语言特征》,《艺术科技》,2018年第10期,第82页。
- [7] 同上。