

## 附件 4

### 【申报材料参考模板】

# 文化引领 科技创新 豫园灯会的全球化发展之路

## 一、内容简介

豫园民俗艺术灯会（以下简称豫园灯会）自 1995 年由豫园股份公司在豫园地区举办以来，已连续成功举办 29 届。同时，“元宵节(豫园灯会)”于 2011 年被列入第三批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，成为城市级地标文化项目，也是非遗项目“破圈”的成功案例。在上海市各政府部门，尤其是在黄浦区政府的支持指导下，豫园灯会自诞生伊始，逐渐发展成为具有全国性影响力的非遗艺术灯会之一。

2024 年，在中法建交 60 周年之际，豫园灯会成功“出海”，首站落地巴黎，点亮巴黎风情园，实现了法国巴黎、中国上海“双园双城”联动。

近年来，豫园灯会还不断加强数字化实践，打造豫园灯会元宇宙，通过数字人点灯、线上云游、AR 扫码等方式实现线上线下灯会有机互联，为游园观灯游客提供了更多玩法。

每年新春佳节，豫园灯会都会在上海城市文旅地标——大豫园片区与公众见面，每年吸引超 400 万国内外游客赏灯游览，让

游客体验非遗魅力、感受中国文化，成为新春期间公众在上海感受传统年味与东方美学交融的最佳体验场域，并通过打造虚实交互的新商业、新文旅和新娱乐，让新老商业模式通过元宇宙相结合，建立了新的消费场景。



图 1-1：“云游山海奇豫记”小程序

## 二、项目背景

豫园，始建于明代嘉靖、万历年间，已有 400 余年历史，同始建于明代永乐年间的上海城隍庙及周边繁荣的商业市场一道，形成了上海老城厢“园、市、庙”共存的独特城市场景，诞生于此的豫园灯会同样历史悠久。

1990 年，豫园股份公司的前身豫园商场在上海证券交易所挂牌上市，被誉为“中华商业第一股”。豫园、城隍庙一带因此进入崭新发展阶段，并于 1994 年对商业地块进行整体改建扩建，

逐渐成为一个集历史、文化、珠宝、饮食、健康、创意于一体的豫园商城。

1995年，完成改建后的第一年，豫园股份搭建了灯会筹备班子，配备专职人员，开始了一年一度的豫园民俗艺术灯会举办历程，在每年新春与元宵期间举办灯会。十二生肖文化与新春年俗之间有着密切联系，因此豫园灯会在2023年癸卯兔年之前基本都以生肖作为每年的展灯主题和布局格调。

自2023年起，豫园灯会开始更加注重主题性、体验感、仪式感和平台化的打造——以中国传统神话《山海经》为蓝本，以“山海奇豫记”为主题，集非遗艺术灯彩、沉浸式国风体验、线上数字化技术、线上线下趣味互动于一体，呈现一场文化大美的神话游历奇“豫”。2023年底，豫园股份将这一主题IP灯会带向海外，法国豫园灯会以“山海有灵”为主题，利用数字化手段呈现中国文化，与同期亮灯的2024上海豫园灯会遥相呼应。



图 2-1：1995—2023 年豫园灯会



图 2-2：2024 年中法豫园灯会

### 三、效益分析

#### （一）社会效益

##### 1. “走出去”“引进来”，展现大国外交缩影

2023 年、2024 年连续两届豫园灯会都迎来了大批驻沪领事官员及国际友人游园赏灯。2023 年兔年豫园灯会期间，来自 51 个国家 80 多位驻沪领事官员和海外企业家代表前往观灯。2024 年龙年豫园灯会举办法国主宾日及豫园游园春赏活动，活动邀请近 40 家驻沪领馆的领事官员及外籍友好人士，共计百余位嘉宾共游豫园商城。另外，法国豫园灯会举办期间，中国驻法国大使卢沙野、法国外交部前部长于贝尔·韦德里纳多次出席游览法国豫园灯会并讲话，同时在现场参与点灯仪式。

##### 2. 以文化兴交流，向世界讲好中国故事

法国豫园灯会是庆祝中法建交 60 周年暨中法文旅年开幕活动，也被列为 2024 年中法双边合作中精品系列活动。同时，在上海市人民政府新闻办公室的支持下，法国豫园灯会也是 2024 年上海城市形象推广项目“奔流：从上海出发——全球人文对话”巴黎场预热活动，借用“奔流计划”这一平台，进一步推动上海城市形象海外宣传，共同推动中华文化“走出去”，扩大影响力，实现乘数效应。豫园灯会也多次获得各级殊荣，2024 法国豫园灯会入选 2023 年上海市“中华文化走出去”专项扶持资金项目，并获得上海市委宣传部颁发的 2023 年上海市“银鸽奖”最佳活动/案例。

### **3. 以品质获口碑，传播声量不断提升**

2023 年、2024 年两届豫园灯会（包含法国豫园灯会）11 次获央视《新闻联播》报道，并连续 2 次在央视元宵晚会与观众见面。登上各类新媒体热搜 100 余次，被海内外媒体报道数量超 2 万篇；吸引外交部发言人、国家外宣平台、驻外机构和国内外主流媒体集体发声推荐，成为中国非遗海外“出圈”、向世界讲好中国故事的生动样板，成为代表“上海文化”的经典案例。2023 年豫园灯会传播声量超 38 亿，2024 年中法豫园灯会全球传播声量超 65 亿。

### **4. 以绿色创减排，深入贯彻环保理念**

近年来，豫园灯会装置全部采用 LED 灯制成，在兼具灯彩艺术性和观赏性的同时，有效节约能源消耗，践行节能减排，打造

绿色灯会。此外，豫园灯会联手蚂蚁森林，共同推出“碳中和绿色灯会”，利用现代科技为传统亮灯仪式注入环保内核，彰显文化传承与创新共融的魅力。

## （二）经济效益

2023年、2024年两届豫园灯会全球游客到访量超820万人次。其中，为期72天的法国豫园灯会共吸引了法国当地观灯者近20万人次，并创造约200万欧元销售佳绩。高峰时期，公园迎来了每小时4000人的超大流量，不得不启动限流措施，法方园长直呼：“很多年没有见过这么大的客流！”两届本土的上海豫园灯会分别为期52天、40天，门票及品牌赞助总计收获近9000万元，2024年豫园灯会期间更带动豫园商圈GMV（商品交易总额）超5亿元，同比提升超50%。

## 四、案例解析

### （一）目标及思路

第一，深度挖掘民俗文化、江南文化、海派文化，持续传承国家级非遗项目，将豫园灯会打造成为文、商、旅融合的城市文旅地标项目。

第二，延续豫园灯会“出海”，向世界传递东方生活美学魅力，让豫园灯会引领中华优秀传统文化“走出去”的道路，使豫园灯会品牌更具国际影响力。

第三，夯实自主设计能力，不断融合现代数字技术，持续打造豫园灯会“山海奇豫记”IP，加强内容品质提升。

第四，满足现代游客多元化需求，提供更为沉浸式、更具文化性、更有可玩度的豫园灯会，丰富游客体验，提升口碑。

## （二）应用技术

豫园灯会持续投入元宇宙超级场景的建设，通过 AR、数字藏品、AIGC、裸眼 3D 等创新科技，打造虚实交互的新商业、新文旅和新娱乐模式，为用户带来更丰富、更具个性化的消费体验。

**AR** 通过手机摄像头识别现实场景，叠加虚拟花灯、动画角色等元素，结合 SLAM 定位与光线追踪实现虚实光影融合。

**实时互动 3D 技术** 基于 WebGL 或游戏引擎，用户可在线旋转、拆解灯谜模型，触发动态特效与数据反馈，同步联动线下 AR 点位，形成跨端沉浸式交互，同时通过扫码打卡、虚拟奖励等机制驱动用户参与消费链路。

**数字藏品** 基于区块链技术生成唯一 NFT 凭证，确保所有权与稀缺性；3D 建模结合动态渲染技术构建高精度数字资产，并嵌入智能合约实现自动发行与交易。加密算法保障数据安全，分布式存储确保持续可访问，支撑高并发秒级交易。

**裸眼 3D 技术** 通过光栅、视差屏障或柱状透镜等光学元件，将左右眼图像分离并精准投射至双眼，无需佩戴眼镜即可呈现立体效果。在活动现场设立电子屏幕，投影各类影像物料增强现场游客互动体验。

**AIGC** 通过深度学习模型为灯会生成图像、视频等内容，作为物料在活动过程中投放使用。

### （三）具体做法

#### 1. 连续2年打造线上灯会，线上线下深度融合

将AR技术、实时互动3D灯谜等引入灯会，通过“云游山海奇豫记”小程序带来线上赏灯、虚实结合的用户体验。在线下，游客还可以在特定点位，通过AR扫码，体验虚拟与现实交融的灯会奇境。这也成为灯会期间各类文化内容的展示平台，各类营销活动的承载平台，提升各类营销活动的用户体验、提高客户转化率。2年来，灯会期间AR慢直播总观看量超1.4亿人次，其中支付宝直播观看量达8300万人次，通过央广、央视、新华社全球平台转播观看量达6000万人次，通过元宇宙技术，达到了较好的传播效果。



图 4-1：线下 AR 扫码场景模拟

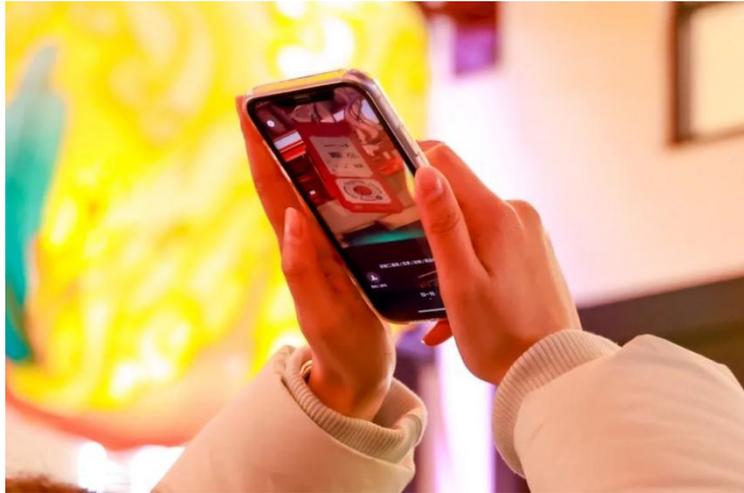


图 4-2：互动 3D 灯谜

## 2. 持续开发数字藏品

与鲸探数字藏品平台合作发行灯会《山海经》IP 的 2023 年“祥瑞白鹿”数字藏品及 2024 年“灵龙”数字藏品。2023 年，数字藏品 2 小时售罄，发行 1 万份，是当期鲸探销售最快的数字藏品。

## 3. 2024 上海豫园灯会联合支付宝，呈现数字人点灯

通过亚运会开幕式同款数字人，呈现豫园灯会史上首个数字人亮灯。数字人突破物理空间，实现线上线下全面融合，彰显了数字时代与传统仪式的完美交融，整个活动还原了豫园灯会亮灯仪式的场景，让不在场的朋友可以线上“实景”体验点灯的乐趣。自 2024 年 1 月 15 日豫园灯会数字人点亮龙灯祈福活动开启以来，超百万人次通过支付宝点亮龙灯祈福、用 AR 扫码体验虚实结合的“山海奇豫”。



图 4-3：支付宝数字人点灯

#### 4. 法国豫园灯会融合数字科技与东方美学

通过裸眼 3D 数字巨屏、AR 技术、H5（超文本标记语言）导览、AICG 作品等为参观者展现了一幅幅超越时空、如梦似幻、栩栩如生的上古东方画卷。文化与科技的相融共生，无疑将催生数字文化新表达：法国豫园灯会向世界展示了中国科技创新成果，同时让海外民众更直观地感受到中国文化的源远流长。



图 4-4：法国豫园灯会神兽裸眼 3D 巨屏

#### （四）资金情况

豫园股份公司出资完成豫园灯会项目的整体运营，包含设计规划及实施运营全阶段工作费用成本。2023 年豫园灯会项目总投资超 3000 万元人民币；2024 年上海豫园灯会总投资超 3500 万元人民币，法国豫园灯会的总体成本超 1000 万元人民币。

### 五、创新点

#### （一）内容创新

传承文化遗产，构建豫园灯会 IP。近 30 年来，豫园灯会在继承传统灯会的基础上力求创新，使传统节庆焕发出新光彩，既是对珍贵传统的继承，更为重建城市文化脉络、整合历史文化精神提供了一个新平台。自 2023 年开始，豫园灯会秉承上海老城

厢文化和历史脉络，以《山海经》为蓝本，以“山海奇豫记”为主题，集非遗灯彩、沉浸式国风体验、线上线下趣味互动于一体，打造一场文化大美的新春灯会。同时，豫园灯会充分融合了民俗文化、海派文化、江南文化，以独树一帜的创新灯会模式，刷新市民游客对于非遗灯彩艺术的认知和体验。

## （二）玩法创新

契合年轻群体感受，注重活动体验。豫园灯会通过内容形式的整体包装，推出极具中华优秀传统文化特色的节日互动活动，为游客打造沉浸式游园体验。通过设置灯组与游客交互内容，场域内设置扫码体验点、NPC（非玩家角色）现场互动、亮灯仪式等，让市民游客不仅体验灯彩艺术带来的视觉享受，还能享受全方位、沉浸式国风互动体验，尤其引发年轻人对中华优秀传统文化的喜爱。

## （三）合作创新

IP 跨界联动，搭建文旅融合大平台。豫园灯会还肩负“文化平台搭建”的责任，携手各大文旅 IP 进行跨界合作，共襄盛举。2023 年豫园灯会期间，豫园股份公司与上海博物馆这一文化 IP 联袂，打造出让文博“活起来”的生动案例。此外，豫园股份公司更将眼光瞄准年轻人喜闻乐见的 IP，多次与上海迪士尼合作，特色灯组获得市民游客一致好评。

## （四）技术创新

加强数字化实践，豫园灯会元宇宙雏形渐显。2023 年豫园灯会首次尝试同时举办线上线下灯会，并在 2024 年沿用这一形

式，通过 AR 等数字化手段实现豫园灯会智慧化转型。2024 年豫园灯会所含的数字技术手段更加丰富，数字人点灯、中法两地线下场景中的 AR 扫码、裸眼 3D 等技术手段将有趣的文化内容更好地表现出来。

### （五）形式创新

2024 年豫园灯会首次“出海”，实现法国巴黎、中国上海“双园双城”联袂互动，持续升级豫园灯会品牌的全球影响力。这是豫园灯会第一次走出国门，走向世界舞台。为期 72 天的法国豫园灯会，以“山海有灵”为题，山海相会于巴黎，中国故事实现文化“出海”，与上海豫园灯会形成呼应。九曲桥、湖心亭等也“惊现”巴黎，在巴黎风情园内上演了一场东西方美学交融的视觉与文化盛宴。春节期间，豫园灯会在上海和巴黎两地进行联动，共同欢庆中国年。

## 六、实操注意事项

### （一）文化“出海”的意识形态管理

由于文化“出海”的特殊性及敏感性，在法国豫园灯会筹办期间，主办团队多次拜访文化和旅游部、上海市委宣传部等相关党政部门，为顺利获得在海外开展机会并得到较好的国内外社会反响打下了坚实的基础。

### （二）灯组设计及内容创作

近年来，豫园灯会持续以《山海经》为故事蓝本，融合多元中华文化，积极以不同主题呈现豫园灯会故事。与此同时，自主

设计覆盖 80%的设计任务，并外协解决辅助性设计及深化设计需求。

### （三）数字化技术应用

豫园灯会持续与支付宝的数字人、AR等创新技术合作；AR线下体验进一步优化，加强到店引流互动方式及权益；持续尝试新技术应用，如裸眼 3D、AIGC 等。

### （四）大客流应对

豫园灯会期间，豫园商城内实时在园人数最多高达 7 万人，针对豫园商城国内外游客数量多、人群属性杂、交通繁忙的特征，每年豫园灯会都会设计最优观众动线，并提前培训工作人员、志愿者和安保队伍，做到对场地灯组和文化演出的最佳保护。

### （五）运营及宣传

为了保障市民朋友安全和舒适的观灯游园体验，豫园灯会采取分时段售票入园方式。宣传方面，国内与海外同时发力，针对政府端、企业端、消费者端不同传播对象，分别设计不同侧重点的传播方案。

申报单位：XXXXXXX

联系人：XXX

联系电话：XXX-XXXXXXXX

（全文字数：5036 字）