

视点
事件

第二届上海国际光影节徐汇分会场闭幕 你给这场光影节打几分?

文 / 记者 姚丽敏 范彦萍 (青年报) 图 / 殷志军

第二届上海国际光影节徐汇分会场于9月19日与市节同步开启,9月19日至10月8日,每晚18:00—23:00燃动徐汇街区,吸引市民朋友争相打卡。10月8日晚,数千架无人机在徐汇滨江的夜空中翩然升起。这场光与影的视觉盛宴,不仅点亮了夜空,更将徐汇的过去、现在与未来编织成一幅璀璨的画卷,为本次第二届上海国际光影节徐汇分会场画上了最闪耀的句号。记者专访了徐汇分会场总策划李炎,他给今年的光影节打99分。

沉浸式体验激光装置加强互动环节 让光影变成“剧抛脸”

回顾今年的第二届上海国际光影节徐汇分会场的亮点,李炎的话顿时多了起来。他介绍说,随着免签政策开放,国际游客多了起来,上海的目标是打造国际化的旅游目的地。但对于国际游客来说,他们熟知的传统景点无非是外滩、静安寺等,西岸作为艺术和科技高地,对他们而言是相对陌生的。因此,今年的徐汇光影节在国际性上做了文章。

李炎告诉记者,“今年的光影节联动了海内外的艺术家,创作手法较去年更突出了国际性。比如我们和具有国际背景的巴西团队合作,光影内容有热带雨林文化、有当地的图腾,又比如我们观察到国内外的观众都更喜欢装置的互动性。去年光影节的时候观众只能在临街面观赏油罐的投影秀,今年油罐的后侧是可以走进去的,我们在那里安装了可以反射的闪光灯球,观众可以拥有与光影共舞的体验。去年没有修缮好的砵仓,今年也得到了焕新升级,观众可以乘坐电梯到砵仓上方,和投影面产生交互,在砵仓下方空间还设置了沉浸式体验激光装置,当观众的手触碰到激光的时候,会产生奇妙的感觉。”

今年徐汇光影节和去年相比,最大的亮点是设置了互动环节。李炎在做调研后发现,现在国内外有不少光影节,仅上海不少区都在做光影节,如何避免同质化,就要在创意上做文章。更何况,随着互联网广泛传播,大家对光影装置已经有点审美疲劳,为了调动观众情绪,就要有更刺激的装置。“也许有的观众会认为,光影美则美矣,但和我产生不了关联,我们设置的感应装置更多的是基于大家对情感互动的需求。”

李炎介绍说,以《光之翼》为例,该装置结合徐汇滨江“生态优先”的规划理念,以“蝴蝶”这一自然意象为灵感,将互动装置融入城市休憩空间。既满足市民Citywalk时的松弛需求,唤起美

好体验,又巧妙延长用户在梦中心的停留时间——停留越久,越容易发现周边商业的精彩,从而间接促进消费转化。在这里,功能性与艺术性不再割裂,而是共同诠释“徐汇式理想生活”的松弛感。“坐上秋千后,随着游客的摇摆,蝴蝶仿佛会扇动翅膀,非常适合情侣和亲子家庭体验。”

此外,今年策划团队还新增了植物的气膜。气膜里藏着“梦幻森林”,不同形态的自然奇境随光影流转;繁星洒落草坪,闪光灯球旋转出细碎光芒,耳畔舒缓的白噪音盖过城市喧嚣,仿佛置身静谧的夜间“光影花园”。在这里,工业的硬朗与自然的柔软碰撞,恰如徐汇滨江“生态优先、科创主导”的发展理念,让每一位访客都能在繁华闹市中找到治愈角落。李炎给这套装置也打了高分,“这些会发光的装置尤其深受亲子家庭的喜爱。”

人气高也意味背后付出更多努力 让人流带动商业

不管是今年还是去年,船坞光影剧场那里永远是人流最多的打卡点,今年的《数字潮涌》设置了每晚三场的船坞真人现代舞表演,吸引了成千上万的观众趋之若鹜。

活动开幕之际,一名七八十岁全程拍摄演出、和年轻人一起挤在最佳观赏点的老爷爷引起了李炎的关注。一问之下,原来这位爷爷是专程从杨浦赶到徐汇的。对方自称是一名博主,拥有近万粉丝,自己会亲自拍摄、剪辑光影节素材。这让李炎感到很欣慰,“光影节真的老少咸宜,让各个年龄段的人活力满满。”

要办好光影如织的光影节,背后要付出诸多努力。李炎举例介绍说,比如今年国庆节遇上中秋节,人流量大得惊人,需要多方筹划。又如考虑到去年有观众反馈激光直射会对手机产生影响,破坏手机镜头。为此,在每个媒体内容播放前都会通过指示牌、广播喇叭做好提示。再则《数字潮涌》装置每次虽说只有短短几分钟,但船坞每次播放水幕投影前需要蓄水很久。且考虑到黄浦江的水泥沙比较多,播放效果不佳,所以只能由水泵蓄水。

光影节终于闭幕了,李炎悬着的心也定了下来。他介绍说,今年的光影节不光给观众留下了美好的回忆,为了展示城市更新的成果,主办方也将一些固定化建设点位保留下来。比如在油罐、小砵仓架设的投影机,在船坞架设的水帘设备等,未来就可以和梦中心的商业捆绑,为广告招商预留空



间,为城市持续赋能。

而此次光影节与商业的联动效应也让李炎和团队成员刮目相看。“我们将去年的网红点位做了升级,光影节从西岸辐射到了徐家汇、衡复风貌区、元宇宙街区等。此次不仅有一些社会品牌参与到光影节,还吸引到了社会资源,联合光影节推出消费券,就连 Gucci 这样的国际大牌也纳入光影节的版图里。今年的光影节恰逢梦中心开业一周年,他们在线上官方平台做了推文,还在官方一周年的海报上带上了光影节 LOGO。事实证明,光影节的确可以让客流在商圈的停留时长更长。”