



川渝灯会 一盏灯 照亮两座城

园博园灯会有区别于其他城市的独特灵魂

“禧欢霓”园博园大型水上灯会现场

各美其美

千年匠心与雄奇山水的双峰并立

自贡灯会，是一部流淌千年的光之史诗。

自贡灯会的灵魂，在于工匠精神的极致化：在材料上，可谓“万物皆可成灯”——瓷器、稻草、药瓶、辣椒、泡沫，在匠人手中皆能涅槃成艺术生命；在工艺上，形成“高大新奇特、形色声光动、华丽工巧美”的独特美学体系。更重要的是，自贡成功地将文化符号转化为了产业实力。

从1988年北海公园灯会开启对外展出先河，到2010年发力海外市场，自贡彩灯完成了从“展”到“业”的一跃。如今，自贡已形成从设计、制作到展出、服务的全产业链，拥有规模以上企业38家，从业人员超15万人，年产值逾60亿元，在国内外灯展市场占有率分别高达85%和92%，成为国家文化出口基地和国家对外文化贸易基地。自贡灯会，已不仅是一场节庆展演，更是一个蜚声国际的文化IP和对外交流名片。

与自贡的产业实力和文化输出不同，重庆灯会更侧重于场景营造与本土表达。正如赵雨阳所言：“对重庆来讲，灯会不是简单的灯光装饰，而是刻在人们心中的年味记忆。”这种记忆，根植于山城的两江四岸、街巷梯坎。

重庆灯会的核心竞争力，在于山水之城的场景——它依托独特的山水肌理，将灯光与地理空间深度融合，打造了“灯在水中漂、人在画中游”的沉浸式体验。灯光、水影、山形、建筑交相辉映，这是平原城市无法复制的视觉盛宴。在内容上，重庆灯会强调整合创新与年轻化表达。

大胆吸收国潮、动漫、电竞等元素，让传统灯会变成可玩可感的大型实景互动游戏场。同时，深度挖掘本土文化IP，如耗时一个多月雕琢的《巾帼良玉》灯组，就是以明末女将秦良玉为原型，以现代视觉语言进行二次创作的女将军形象，增强了文化的在地性与认同感。在运作模式上，重庆展现出强大的市场活力与资源整合能力。云阳张飞庙灯会创新性地成为全国首例不由政府及景区出钱，全由市场主体出资和市场化运作的项目。重庆日报报业集团主办的“禧欢霓”灯会，则是“媒体+文旅”融合转型的探索。

至此，一幅双峰并立的图景已然清晰：自贡是灯会产业

的源头工厂，以标准化、规模化的产业能力见长；重庆是灯会消费的梦幻场景，以市场化、在地化的创新体验为佳。

美美与共

技术流与创意流的双向奔赴

川渝灯会的“美美与共”，绝非简单的产品买卖或劳务输出，而是基于产业的深度协同，是人才、技术、创意、市场等多要素的有机融合与双向赋能。

2026年的新春灯会，便是这种融合的集中体现。“粗略估计，春节前后，有近13万自贡人在全国乃至海外从事彩灯工作。整个重庆地区，也有数以千计的自贡人在从事彩灯行业。”自贡彩灯行业协会秘书长卢小英的这句话，描绘出自贡彩灯匠人的迁移路线。

在璧山，自贡龙灯文化艺术有限公司负责人钟山，带着62名工人在当地租下4000平方米的厂房，为璧山玉泉湖迎春灯会赶制灯组。这场灯会的美术总监邓健也来自自贡，工人们按美工放样、钳工制作、电工穿灯、分色裱糊等标准工序忙碌。1月上旬施工一结束，团队又立即转战山东、河北、山西等地。在重庆园博园，专家带领团队攻坚水上灯组，直言“水上灯组的难度，远超陆地”，全靠自贡带来的精湛技艺解决浮力、稳定等难题。

这种流动是双向的。自贡的标准化生产流程和骨干工匠确保了灯组的艺术品质与生产效率，而重庆庞大的山地、水域布展项目，又反过来锤炼和提升了自贡匠人应对特殊场景的技术能力。

57岁的自贡彩灯传统制作工艺市级非遗代表性传承人万松涛作为多次赴渝的老师傅，其经验已成两地行业共享的财富。工匠们的迁徙，织就了一张覆盖川渝、辐射全国的彩灯网络，让彩灯产能得以在旺季高效配置。

更深层次的合作，在创意设计与文化表达的层面。这不再是你制作，我摆放，而是共同创作，联合表达。

《巾帼良玉》灯组，本身就是一场川渝创意的接力赛：重庆团队负责挖掘本土文化IP，选定秦良玉这一极具重庆辨识度的历史人物；自贡团队则凭借数十年的人物造型经验，参与虚拟人物形象打磨。3D建模师武国强三易其稿，将面部从温婉闺秀调整为沙场统帅，并巧妙设计眼部电机，让眼神“活”起来。自贡匠人再用铁丝为骨、彩布为裳，以手工锻造出铠甲的锋芒与衣袂的飘逸。

在市场和品牌层面，川渝形成了稳固的互为腹地、互为平台关系。

对自贡而言，重庆是一个至关重要的彩灯目标市场和高级展示平台。在重庆成功举办大型灯会，其辐射效应和口碑传播，也是对自贡彩灯品牌的一种背书。

对重庆而言，自贡则是不可或缺的产业支柱和品质保障。举办一场如“禧欢霓”这般超千亩规模的水上灯会，涉及10万盏节能灯、8万米灯带、300吨钢材、近10万米布匹，以及2000余件大部件灯组的制作安装，这背后需要极其成熟的产业

体系支撑。“自贡提供的不仅是工匠，更是经过数十年锤炼的、可靠的整体解决方案。与自贡合作，意味着活动有了坚实的技术底座和品质承诺。”赵雨阳认为。

此外，双方在对外传播上也形成了合力。“自贡灯会”作为国际品牌，其出海经验和国家文化出口基地招牌，可以为川渝灯会文化“走出去”提供支撑。而重庆作为国际大都市和网红城市，其强大的流量和关注度，又能为包括自贡彩灯在内的川渝文旅IP提供曝光舞台。

光影同频

协同创新升级业态唱响品牌

“川渝灯会的深度互动，超越了单一的文化活动合作，它为我们观察成渝地区双城经济圈建设中的文化维度，提供了一个生动而深刻的微观样本。”重庆市文旅委专家库专家黄昌琪认为，这种协同正从项目合作走向生态共建，其意义远在于光影之外。

在璧山，玉泉湖首届迎春灯会在6.5万平方米的区域内展示了32组灯组。这些灯组既融合了璧山本土文旅特色，也嵌入了当地近年来着力打造电竞元素。通过合理的动线设计，将互动巡游、音乐集市、无人机研学及儿童游乐设施有机串联，为璧山及周边游客提供了不低于1小时的沉浸式环湖体验。

在云阳，一场完全由市场化运作的灯会即将呈现。张飞庙马年灯会总导演付官春透露，他们将在张飞庙景区内布置近100组灯会场景，这场灯会从宋代文化切入，融合了云阳的恐龙文化、三国文化、盐文化等元素。为吸引客流，灯会不仅发起全网短视频大赛，还在灯会期间安排开城仪式、非遗表演、武术戏曲等沉浸式演艺，希望通过一系列“组合拳”激活夜间经济。

在铜梁，铜梁第十二届龙灯艺术节主会场，奇彩梦园将以“龙韵新灯 醉美铜梁”为主题进行升级，龙灯规模较去年翻倍，呈现4组大型主题花灯与43组中型特色灯组。花灯设计师贺志龙介绍，这场灯会致力于为不同年龄阶段人群打造相应灯组与打卡点，让人们在沉浸式光影空间中，感受中华龙文化的魅力。

这种协同模式，将直接推动文旅产业的深度融合与消费提振。

春节期间，以各类灯会为引爆点的文旅营销，将有效激活区域消费市场。同时，灯会设计与制作融合了新材料、新工艺、数字建模、AI交互等科技元素，也带动了传统制造业与科技、创意的融合创新。在文化层面，共赏灯海、共享年味，则极大地增强了川渝公众的文化认同与情感纽带。

展望未来，川渝灯会的合作仍有广阔空间。黄昌琪建议，双方可以共建川渝彩灯产业协同创新中心，在人才培养、技术研发、标准制定、版权保护方面开展更高层次合作；也可联合策划“川渝灯会主题年”进行巡回展出，打造世界级节庆文化品牌；还可利用数字技术，打造“线上川渝灯会元宇宙”，让两地灯景突破物理限制，实现永续绽放和全球共赏。

新重庆-重庆日报记者 刘翰书



2026年新春将至，巴蜀大地灯火璀璨。自贡“天下第一灯”跨越千年，以非遗技艺描绘华夏史诗；重庆“水上灯会”依山傍水，以光影互动演绎城市精神。

这不仅是两场精妙绝伦的展演，更是成渝地区双城经济圈建设背景下，一次深度的文化互动与产业协同。自贡的传统技艺与产业链条，重庆的场景营造和创新表达，正交织成一幅“各美其美，美美与共”的绚丽画卷。

从匠人流动到创意融合，从品牌输出到模式共创，川渝灯会正超越行政边界，用一盏灯，照亮两座城。

1月23日晚，自贡中华彩灯大世界火树银花，拉开了第32届自贡国际恐龙灯会暨四川省迎春文旅促消费活动的序幕。另一边，2026年重庆市新春灯会——“禧欢霓”园博园大型水上灯会（以下简称“禧欢霓”灯会）的创意总监赵雨阳，正指挥着自贡、重庆两地的400余名匠人并肩赶工，铺设2.8公里环湖光影长廊。

自贡的“技”与重庆的“景”，自贡的传承与重庆的创新，将在2026年新春夜色中深度融合。

铜梁第十二届龙灯艺术节现场，市民与《龙马精神》灯组合影。

光影盛宴

