低空融媒与音乐配乐赋能城市 IP 研究

厉宇倩，滕梦天
南京艺术学院，江苏 南京 210013
DOI:10.61369/HASS.2026060005

摘　　要： 低空经济规范化发展与融媒体传播迭代升级，推动低空光影展演、空中实景传播等低空融媒形态成为城市文化宣传新载体。区别于传统平面、短视频宣传模式，低空融媒以三维天空为传播场域，具备沉浸式、话题性、全域性传播优势，而现代音乐配乐通过地域曲风、方言元素、民乐改编实现城市文化的听觉符号固化。二者形成“视觉叙事 +听觉锚定”的视听协同机制，能够有效挖掘、活化与传播城市文化符号，塑造差异化城市 IP。本文采用文献研究法与案例分析法，阐释低空融媒与现代音乐配乐赋能城市 IP 建构的内在逻辑，分析当前视听融合传播存在的内容同质化、音画协同度低、长效运营缺失、复合型人才不足等现实问题，并从内容深耕、视听协同、长效运营、人才技术升级四个维度提出优化路径，为新时代城市文化传播、文旅品牌升级与城市软实力建设提供理论参考与实践范式。

关 键 词： 低空融媒；现代音乐配乐；城市 IP；文化符号；视听传播；城市形象

Research on Empowering Urban IP with Low altitude Integrated Media and Music Music Score

Li Yuqian, Teng Mengtian
Nanjing University of the Arts, Nanjing, Jiangsu 210013

Abstract: The standardized development of low altitude economy and the iterative upgrading of integrated media communication have promoted low altitude integrated media forms such as low altitude light and shadow performances and aerial reality communication to become new carriers of urban cultural propaganda. Different from traditional flat and short video promotion models, low altitude integrated media uses a three-dimensional sky as the communication field, which has the advantages of immersive, topical, and global dissemination. Modern music music music achieves the solidification of auditory symbols of urban culture through regional music styles, dialect elements, and folk music adaptations. The two form an audio-visual collaborative mechanism of "visual narrative+auditory anchoring", which can effectively explore, activate and disseminate urban cultural symbols, and shape differentiated urban IP. This article uses literature research and case analysis methods to explain the internal logic of low altitude integrated media and modern music music music empowering urban IP construction. It analyzes the current practical problems of content homogenization, low degree of audio-visual collaboration, lack of long-term operation, and insufficient composite talents in audio-visual integrated communication, and proposes optimization paths from four dimensions: content deepening, audio-visual collaboration, long-term operation, and talent technology upgrading, providing theoretical references and practical paradigms for urban cultural communication, cultural tourism brand upgrading, and urban soft power construction in the new era.

Keywords: low altitude integrated media; modern music score; urban IP; cultural symbols; audiovisual communication; city image

引言

随着我国低空经济政策持续落地、空域管理持续优化，无人机智能编队、低空光影秀、空中实景直播等低空融媒业态快速普及，成为继传统媒体、移动新媒体之后的新型城市传播赛道。相较于单一视觉传播仅能形成碎片化的短期印象，具备情感穿透性的听觉符号更易塑造受众的持久记忆。现代音乐配乐作为承载城市历史文脉、地域气质与人文精神的听觉符号载体 [1]，能够与低空视觉展演形成互补赋能的传播关系。城市 IP 与城市文化符号是城市核心竞争力的具象表达，也是一座城市区别于其他城市的核心文化标识。其中，低空融媒承担着视觉破圈、场景引流的功能，现代音乐配乐则承担着文化解码、情感沉淀的作用，二者的视听融合能够搭建起完整的城市文化

作者简介：厉宇倩，南京艺术学院 现代音乐与科技学院，学生，研究方向：流行演唱。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

符号传播体系，强化大众对城市IP的认知与情感认同。基于这一传播逻辑，本文聚焦低空融媒与现代音乐配乐的协同赋能机制，进一步探究二者在城市IP打造与文化符号传播过程中的应用价值、现实困境与优化策略。

一、核心概念与理论基础

（一）核心概念界定

低空融媒是依托无人机编队、各类低空飞行设备，结合5G低延迟传输、AI智能建模、数字光影特效等技术，整合空中展演、低空直播、新媒体二次分发传播形成的新型融媒体形态。其核心特征体现为空间立体化、场景沉浸式与传播裂变式，能够动态演绎城市地标、非遗纹样、地方历史故事，实现城市文化符号的可视化、动态化传播，目前已经被学界与业界视为城市文化传播的新型空中基础设施[1-4]。

本文所讨论的适配城市宣传场景的现代音乐配乐，是指以流行、电子编曲为创作基底，融合地方民乐、戏曲唱腔、方言元素、地域特色乐器进行创作的原创音乐类型。这类音乐创作兼具艺术性、流行性与文化性，能够将抽象模糊的城市气质转化为可感知、可传唱、可二次传播的听觉符号，进而实现城市文化的轻量化、常态化传播[5-8]。

城市文化符号涵盖了地标建筑、民俗非遗、历史典故、地域风物、人文精神等多个层面，既包括具象的物质标识，也包括抽象的精神标识；而城市IP则是城市文化符号经过系统化整理、品牌化运营后形成的综合城市形象，具备高辨识度、高共情度、高传播度的品牌属性[9-11]。

（二）理论支撑

从视听传播理论的视角来看，视觉与听觉是受众接收城市文化信息最为核心的两种感官渠道，单一感官传播往往存在记忆碎片化的缺陷，而低空展演的视觉冲击搭配现代配乐的听觉渲染，能够为受众形成双重感官记忆，大幅提升城市文化传播的穿透力与记忆留存度。从符号互动理论的视角分析，低空光影展演将抽象的文化符号转化为可视化的具象形态，音乐旋律则将深层的文化内涵转化为可感知的听觉表达，受众在沉浸式的视听体验中完成与城市文化的情感互动，最终实现从被动接受到主动认同的观念转变。从场景传播理论来看，低空融媒开辟出天空这一全新的传播场景，而现代音乐配乐能够精准适配场景氛围，二者结合共同构建出沉浸式的城市文化体验场域，得以最大化释放城市文化符号的传播价值。

二、低空融媒与现代音乐配乐赋能城市IP的价值逻辑

（一）低空融媒：实现城市文化符号的视觉升维传播

传统城市文化宣传多依赖地面户外大屏、静态图文短视频、线下宣传展板等形式，不仅空间覆盖面有限，也普遍存在形式同质化严重的问题。而低空融媒以广袤夜空为创作画布，通过千架级无人机编队的动态造型变换，能够灵活演绎城市地标、非遗纹样、历史图腾与民俗场景，将原本静态、固化的文化符号转化为动态、具备叙事性的视觉故事[2, 3]。相较于传统宣传形式，低空展演本身具备极强的话题属性与内容稀缺性，极易引发现场市民自发拍摄、社交平台短视频刷屏、主流媒体二次转载，进而形成全网裂变式传播，快速放大城市的品牌曝光度。此外，低空展演还可以结合各类节日、文旅活动、城市庆典常态化开展，持续输出城市视觉名片，不断重塑大众对城市风貌的文化认知。

（二）现代音乐配乐：完成城市文化符号的听觉定格沉淀

如果说低空融媒主要实现了城市文化的“破圈引流”，那么现代音乐配乐则完成了城市文化的“走心留存”。音乐本身天然具备情感共情能力与跨圈层传播优势，定制化的原创城市配乐通过融入本土乐器、方言唱腔、传统诗词元素、地方特色故事，能够深度解码城市独有的文化基因。不同于通用背景音乐，定制化城市配乐能够精准匹配城市的独特气质：江南水乡城市适配温婉悠扬的民乐风格，山地山城城市适配开阔豪迈的曲风，科创型城市则可以搭配潮流感的电子编曲，这种适配性让抽象的城市精神转化为可被受众感知的听觉符号[12, 13]。与此同时，城市原创配乐还可以适配短视频BGM、景区背景音、城市宣传片、公共空间广播等多元传播场景，实现城市文化符号的常态化渗透，长久固化城市的专属听觉IP。

（三）视听融合：构建城市IP差异化传播体系

低空视觉展演与现代音乐配乐的协同融合，能够形成“形神兼备”的传播效果：视觉画面呈现文化符号之“形”，音乐旋律传递城市文化之“神”。二者通过节奏同步、主题统一、内涵呼应的创作设计，能够有效弥补单一视觉传播缺乏情感内核、单一音乐传播缺乏场景支撑的固有短板。这种视听双重赋能可以构建立体、饱满、独特的城市品牌形象[14]，有效破解当前城市宣传普遍存在的同质化难题，强化城市IP的专属辨识度与大众情感认同，最终实现流量曝光向文化价值、文旅效益的落地转化。

三、当前视听融合赋能城市文化传播的现实困境

（一）文化挖掘浅表，内容同质化严重

从当前实践来看，多数城市的低空融媒展演内容趋于同质化，创作大多聚焦城市高楼、地标建筑等具象景观，普遍缺乏对地方历史典故、非遗技艺、民俗文化、当代城市精神的深度叙事，整体文化表达呈现浅层化、模板化的特征。在音乐创作层面，多数城市宣传配乐存在文化元素堆砌、曲风千篇一律、内容内涵空洞的问题，往往只是简单拼接传统民乐元素与流行编曲，未能真正结合本土文化特质进行定制化创作，因此难以形成独属于城市的专属视听标识，也无法为差异化城市IP建设提供有效内容支撑。

（二）视听协同度不足，传播效果割裂

视听融合的核心优势在于节奏与主题的高度统一，但目前多数城市的低空光影秀与配乐搭配存在明显的脱节问题。部分展演的光影变换节奏、编队切换速度与音乐的鼓点、旋律氛围不匹配，甚至出现画面主题与音乐风格冲突的情况，典型如“古典历史画面配突兀电子乐、现代发展场景配不协调传统曲”的内容割

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

裂问题。音画不同步、主题不契合的问题直接破坏了受众的沉浸式观赏体验，弱化了城市文化符号的整体性表达，最终导致视听协同的传播优势无法得到充分发挥。

（三）运营模式短期化，IP长效沉淀不足

现阶段国内多数城市的低空视听宣传活动多集中在春节、国庆等重大节日节点，以一次性短期展演、事件营销为主要模式，普遍缺乏常态化、体系化的运营机制。这类宣传活动过度依赖短期线上流量刷屏，缺少与地方景区、商圈、文创产业、城市公共文化服务的深度联动，因此内容热度的生命周期极短。短期爆发的流量无法顺利转化为持久的城市品牌价值，城市文化符号也难以实现持续沉淀，最终无法形成稳定、长效的城市IP影响力。

（四）技术与人才短板制约融合质量

技术层面，部分城市受资金投入限制，低空编队的定位精度不足、光影特效形式单一、5G传输存在一定延迟，最终导致音画同步度偏低，直接影响了整体展演的质感。人才层面，当前行业极度缺乏兼具低空技术把控、本土文化挖掘、现代音乐创作、融媒体传播策划能力的跨领域复合型人才。多数创作团队要么擅长技术研发、不懂本土文化内涵，要么精通音乐创作、不懂低空传播的场景适配，最终导致创意落地质量偏低、内容打磨粗糙，制约了视听融合的整体品质。

四、低空融媒与现代音乐配乐协同赋能的优化策略

（一）深耕本土文脉，打造差异化视听内容体系

针对内容同质化问题，城市首先需要系统梳理本土历史文脉、非遗资源、民俗风情与当代城市精神，提炼出独一无二的核心文化符号，彻底摒弃模板化的创作路径。低空融媒创作应当跳出单一地标展示的惯性思维，以地方历史故事、非遗传承脉络、城市发展历程为核心叙事主线，针对性设计动态编队造型，实现城市文化叙事的可视化表达。音乐配乐创作应当坚持定制化方向，结合本土方言、传统乐器、地域戏曲等本土文化元素，适配城市气质打造专属曲风，避免文化元素堆砌与曲风同质化问题，最终构建专属于一座城市的视听文化标识。

（二）强化视听协同，构建沉浸式融合传播范式

要提升视听融合质量，首先需要建立“音乐先行、画面适配”的创作逻辑，根据配乐的旋律、节奏、情绪、段落划分，精准匹配无人机的队形变换、光影流转、画面切换节奏，最终实现鼓点对应造型变化、旋律起伏对应场景氛围、歌词内涵对应画面主题的协同效果。同时要统一视听叙事内核，围绕同一核心文化符号同步设计画面内容与词曲内容，真正做到画面传形、音乐传神，实现深度的视听共振，最大化提升沉浸式传播效果，强化受众对城市文化符号的整体认知。

（三）构建长效运营机制，实现IP价值持续沉淀

要实现城市IP的长效沉淀，需要构建可持续的长效运营机制：首先将低空视听展演纳入城市公共文化服务体系，设立固定场地、固定周期的常态化展演，打造城市专属的“空中文化名片”。其次推动视听内容的全场景落地，将城市原创配乐广泛应用于景区、城市公交、户外大屏、文旅活动等各类公共场景，同时将低空展演与文旅引流、文创开发、城市品牌营销进行深度绑定。同时依托各类全媒体平台发起城市视听文化话题，鼓励普通用户进行二次创作与自发传播，最终构建起“展演引流、线上传播、产业落地、品牌沉淀”的长效运营闭环，实现流量向IP价值、城市经济价值的顺利转化。

五、结语

低空融媒与现代音乐配乐的视听融合模式，是数字时代推进城市文化传播、建构城市IP的重要创新路径。其中，低空融媒凭借三维空间传播优势实现了城市文化符号的视觉升维传播，现代音乐配乐凭借情感共情优势完成了城市文化符号的听觉定格沉淀，二者的协同赋能，能够有效破解传统城市宣传同质化、浅层化、短效化的共性难题。未来各城市需要立足本土文化内核，深耕差异化视听内容，强化音画协同传播，健全长效运营体系，补齐技术与人才短板，持续发挥视听融合的传播优势，打造高辨识度、高影响力的特色城市IP，活化城市文化符号，最终持续提升城市文化软实力与文旅核心竞争力。

参考文献

[1]张媛 . 艺术赋能城市文化软实力提升路径研究——以音乐艺术为例 [J]. 河北民族师范学院学报，2026,46(1)：58-62.

[2]黄振，李政，施程，等 . 低空融媒如何拓宽内容产业新赛道——以温州市新闻传媒中心低空融媒项目为例 [J]. 传媒评论，2025(09)：57-58.

[3]管洪 . “天空媒体”赋能超大城市现代化治理的创新实践——以“魅力重庆”无人机灯光秀展演为例 [J]. 中国记者，2025(08)：44-48.

[4]柯哲人 . 温州为何能成为“天空之城”[N]. 温州日报，2025-11-30.

[5]束崑，何中国 . 跨文化传播下“新国潮”动画电影的配乐选择与文化表征 [J]. 电影文学，2025(20)：141-145.

[6]杨雅茗 . 贺绿汀 . 从中国传统音乐到电影音乐的创新之路 [J]. 中国民族博览，2024(24)：131-133.

[7]王宇扬，伍润华 . 现代电影音乐技法探析 [J]. 电影文学，2012(08)：119-120.

[8]邱鑫 . 简约而不简单——久石让动画配乐中的和声特色研究 [J]. 龙岩学院学报，2012,30(01)：124-128.

[9]张玉，王语桐 . 空间与符号：电视剧《繁花》中的城市文化身份建构研究 [J]. 建筑与文化，2026(03)：260-262.

[10]戴春雪 . 城市文化符号在文创设计中的转化路径探索 [J]. 上海包装，2025(11)：201-203.

[11]马传明 .《城市文化符号的地标效应》[J]. 新闻爱好者，2025(10)：107.

[12]罗洪 . 成都城市文化的符号表达与形象建构——以成都大运会开幕式为例 [J]. 新闻传播，2024(17)：80-82.

[13]仲宇，李光安 . 城市文化符号的传统性与当代性 [J]. 山西财经大学学报，2022,44(S2)：230-232.

[14]张龙 . 唢呐在现代音乐表演中的演变与应用研究 [J]. 名家名作，2024(18)：88-90.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.