

羊城八景

文史哲

2025年,在越秀公园的广州新春灯会上,走马灯区域用画作形式,重现了历代“羊城八景”,将千年城脉凝于光影流转。早在1963年,《羊城晚报》发起了新中国成立后第一次羊城八景评选,开创市民选八景先河,并于2011年承办目前最新的“羊城新八景”评选。本期羊城晚报文史周刊,将以三篇专文共探八景深意:梁凤莲梳理宋元至当代八景变迁,展现城市文脉的赓续与创新;周建平复盘2011年“羊城新八景”评选,解析传统媒体如何以品牌为核、全媒为翼,激活全民文化认同;饶原生提出“打包策略”,以“城脉千年”“琶洲虹影”等整合古今地标,勾画未来图景。八景不仅是山水印记,更是城市精神的共筑,它承载历史回响,也将在全民共创与技术赋能中,续写更多传奇。

专题统筹:温建敏
专题执行:潘玮倩 谢小婉



树立城市发展的 人文里程碑

□ 梁凤莲

越秀公园,木棉花在镇海楼前绽放
图/视觉中国

壹

珠江之滨的这座城市历史悠久、容颜不老。

羊城八景是城市容颜的年轮,它刻画着城市面貌的变化变迁。广州作为历史文化名城,很早就开始了羊城八景的评选。根据清康熙年间《南海县志》、乾隆年间《广州府志》记载,宋代就有了羊城八景的认定,那时的羊城八景为扶胥浴日、石门返照、海山晓雾、珠江秋月、西湖云影、蒲润濂泉、光孝菩提、大通烟雨。

到了元代,羊城八景变为扶胥浴日、石门返照、大通烟雨、蒲润濂泉、粤台秋月、景泰僧归、白水晚望、灵洲鳌负,与宋代相比,入选的景点有一半发生了变化。

与宋元相比,明代的羊城八景几乎全部更新,据《羊城古钞》引《明志》及清宣统庚戌版《南海县志》记载,明代羊城八景为秀峰连嶂、碧洲砥柱、五仙霞洞、孤兀禺山、镇海层楼、浮丘丹井、西樵云瀑、东海水珠。

到了清代,羊城八景出现琶洲、西樵的踪影,明初落成的镇海楼此时已经是脍炙人口的景点。清代羊城八景为秀峰连嶂、琶洲砥柱、五仙霞洞、孤兀禺山、镇海层楼、浮丘丹井、西樵云瀑、东海水珠。

羊城八景是多元传统文化的集成。这其中,宗教文化既有佛教的“景泰僧归”,也有道教的“五仙霞洞”;农耕文化中,既有“象山歌”,也有“荔湾渔唱”;人文建筑中,既有“粤台秋月”,也有“镇海层楼”,尽管象岗山、荔枝湾到了今天早已看不见樵夫、听不到渔歌,不过,宋元明清连续四个朝代的羊城八景,绝大部分在今天的广州,依旧可以寻觅踪影,千年羊城,文脉不断,今天的广州城市文化保留了传统文化的精髓,从羊城八景便可发现传统文化得到完善的保护。

从羊城八景,我们可以看见漫长的演进中,城市经济社会沿着发展主线在保留特色的同时发生了变迁。广州是海上丝路的发祥地,宋嘉祐年间,海山楼建成,雄伟壮观,被誉为“百越第一楼”。海山楼下为市舶亭,是外国商船停泊验关的地点。端午时节,珠江之上,龙舟百舸争流,官员在海山楼宴请外商,大家把酒临风、相谈甚欢、意气风发,“海山晓雾”得以排名羊城八景前三,是沾了广州海上丝路东方大港的光。

乾隆二十二年(1757),清政府关闭了闽、浙、江三个海关,独保留粤海关,开启了广州“一口通商”的序幕。当时来中国贸易的外来商船,一律停在“琶洲砥柱”东侧的黄埔锚地,桅帆林立,场面同样极为壮观。明末清初学者顾祖禹在地理典籍《读史方舆纪要》中说“闽浙舟楫入广者多泊于此”。从宋代的“海山晓雾”,到清代的“琶洲砥柱”,“羊城八景”的变迁是广州海上贸易持续稳定、持续繁荣的佐证。

貳

笔墨当随时代,风景亦然。

1963年版的羊城八景为白云松涛、罗岗香雪、越秀远眺、珠海丹心、红陵旭日、双桥烟雨、鹅潭夜月、东湖春晓。城市建设的新事物进入羊城八景,羊城八景展示的城市画卷中,除了白云山、鹅潭湾、东湖、罗岗这样的好山好水之外,还多了钢铁大桥这样的现代化雄伟建筑。

海珠桥是广州珠江两岸同步发展、文化交融进步的重要里程碑,1963年,海珠桥以“珠海丹心”入选羊城八景。从建成到现在,海珠桥是广州唯一经历战火洗礼的跨江大桥,是广州现当代城建史名副其实的见证者。

1963年版的羊城八景,共有两座跨江大桥入选,除了被修复的海珠桥之外,还有新建的珠江大桥。珠江大桥动工于1958年10月19日,1960年10月1日正式通车,因其独特的东桥与西桥设计,被人们亲切地称为“双桥”,也就有了“双桥烟雨”。

在古代,时间是城市容颜的化妆师,它静静地守候着山城田海在斗转星移之间沧海桑田,慢慢地落笔描绘。在当今,时代是城市面貌的雕塑师,它大刀阔斧、日新月异地改换人间,因此,在崭新的21世纪,评选羊城八景的速度和频率都大大加快。

2002年,新世纪羊城八景出炉,分别是云山叠翠、珠水夜韵、越秀新晖、天河飘绢、古祠留芳、五环晨曦、黄花皓月、莲峰观海。

2011年,《羊城晚报》又评选出“羊城新八景”,分别为塔耀新城、珠水流光、云山叠翠、越秀风华、古祠流芳、荔湾胜境、科城锦绣、湿地唱晚。

在2002年、2011年的羊城八景中,“新”是最为显著的特征,新世纪羊城八景之新表现为城市范围的扩大,老城区“越秀新晖”之越秀区、“荔湾胜境”之荔湾区依然地位牢固,新的城区如“天河飘绢”之天河区、“科城锦绣”之科学城、“湿地唱晚”之南沙区已经进入市民生活。新世纪羊城八景之新也表现为城市生态的创新,“五环晨曦”背后的体育赛事是城市影响力创新,“塔耀新城”则是城市中轴线、国际化的创新。

叁

羊城八景是造化恩赐与人间奋斗的结晶。

千年古城、世代家园,总有亘古不变的风流,那是自然的恩赐,造化的福祉。今天我们称广州为山水城市,古人并不会这样枯燥地定义,诗人登上“镇海层楼”,满目“粤秀连峰”“珠江晴澜”,他们选择用诗词直抒胸臆:“直上天南海上楼,海天一色望天收。不知沧海连天阔,只觉青山与海浮”。

从古至今,“羊城八景”都有纯自然山水和人文景观,不过比例不同而已,一直没有改变的是云山珠水的地位,从宋代的“珠江秋月”、元代的“白云晚望”一直到2011年的“珠水流光”“云山叠翠”,山、

海、江、湖特别是白云山、珠江在广州人的心目中,有着至高无上、无可撼动的地位,对于自然的热爱是广州人的生活理念,这种理念不仅投射到云山珠水,也覆盖了身边的草木泉石。

“羊城八景”是在整个广州范围内寻找知名文化品牌的过场,两千多年来,广州的地域范围不断扩大,包容进入的山山水水越来越多,近在菊湖、禺山,远至“西樵山瀑布”“莲峰观海”。千百年来,广州山环水绕的自然环境没有变,人们对于广州山水的热爱与日俱增,从未曾辜负造化对于羊城的偏爱。

羊城八景是城市文脉延续与锐意创新的结晶。

从公元前214年建城至今,代代相传一以贯之的是广州人对于广州城的热爱,羊城八景从宋代问世至今已经成为广州文脉的一部分,与自然山水文化、宗教信仰文化、商业贸易文化、书院教育文化等一起,绵延百世、千秋赓续。

广州的城市文化经过两千多年的演变,发展至今已经非常丰富与多元,以时间来划分,不仅有古代文化,也有现代文化、当代文化。广州不仅是海上丝绸之路发祥地、岭南文化中心地,也是近现代革命策源地、改革开发前沿地。新中国成立之后,红色文化就未曾缺席过羊城八景,1963年版的羊城八景有纪念广州起义的“红陵旭日”,2002年版的新世纪羊城八景有纪念旧民主主义革命的“黄花皓月”,广州城市文化的多彩不仅有碧水蓝天的绿色,也有血染的红色文化风采。

羊城八景是广州这座城市与市民热切互动的结晶。

从任嚣、赵佗、步骘等广州草创者的初始营造,到今天来自天南地北、五湖四海千万广州建设者的呕心沥血,在岁月长河中熠熠生辉的羊城八景,记录着人们对于家园的无限热爱,无比认同。

盛世昌明,八景涌现。

如果,心存期望,适逢其时羊城八景又要再评选的话,进入21世纪后,每隔10年,羊城八景就要翻新一次。一方面,城市建设进入一个高质量、快速度的周期,面貌的更新令人目不暇接;另一方面,文以化之,热爱是认同的基础,读懂羊城八景,便看清了广州的文脉、商脉、城脉,理解了城市的来龙去脉,也就读懂了广州。

《羊城晚报》是羊城八景评选的热心倡导者,她邀请了一代又一代羊城市民加入热爱广州、传播广州的行列,成为羊城八景评选的参与者,成为我们身处轰轰烈烈新时代的见证者。

每一个广州人都有自己心目中的羊城八景,我们现在还不知道,未来,新的、更新的羊城八景都有哪些?但是,我们知道它们一定承载着城市的记忆,标记着城市的步伐,彰显着对城市的热爱,展示着对文化的认同,也将在广州2200多年的发展之路上建立起新的八个里程碑,记录下我们共同深爱的城市又一轮令人欣喜的成长。

[作者是享受国务院特殊津贴专家,广州市社会科学院研究员(专技二级)、一级作家,广东省政府文史研究馆馆员]

从“羊城八景”谈历史回响与时代新韵

□ 饶原生

山水为骨、人文为魂,从宋代的“羊城八景”开始,我们可以清晰看到,人们一直在持续编织着广州城市历史的美学地图。宋时“珠江秋色”静美,清代“琶洲砥柱”雄浑,十数年前的“云山叠翠”则至今脍炙人口。每一景都镌刻着时代的烙印,也凝聚着一代代人对这座城的深情凝望。如今,或许到了让我们静下心来,看看过去、想想未来之时——在历史与现实的交织中,羊城八景始终是那根串联千年文脉的金线。

1963年,由《羊城晚报》发起的新中国成立后第一次羊城八景评选,开创市民选八景先河,堪称里程碑。彼时广州正厉工业化浪潮,海珠桥被赋予“珠海丹心”之名,珠江大桥化身为“双桥烟雨”。钢铁被注入诗意灵魂,而文化审美

更与市井烟火交融。当时我尚年幼,却清晰记得粤剧名伶红线女等人,以蜿蜒唱腔,将八景传唱至街头巷尾。1963年版的成功,印证着羊城八景的本质:汇聚城市景观,容纳集体记忆。

多年倏忽而过,随着时代发展,若因缘际会,天时地利人和之下,再有羊城“新”八景之评,那么,新挑战也显而易见:知名景点如繁星涌现,需审慎区分其文化价值;各区特色分布不均,平衡之道更需智慧。而就总体而言,遴选过程要从“大广州”概念出发,既确保所选景点能全面深刻代表城市精髓,且兼顾各区特色,又能从历史文化的深度、新近落成的地标性建筑乃至未来规划中的新兴景点等种种维度向社会交出完美答案。

早期的羊城八景评选,往往聚焦单个景点的魅力,呈现为一个个“点”。而今日广州,历经两千多年沉淀,早已从“点”延伸出“片”与“线”——珠江新

城的摩天大楼群、永庆坊的骑楼街巷,都是区域连贯共生的产物。再拘泥于“点状思维”,恐怕难以承载这座城的恢弘气象。若要破局,不妨尝试“打包策略”——以文化主题或地理脉络整合多个景观,让自然、建筑、人文乃至新兴业态共治一炉。

若再选八景,且允许我由疆思绪片刻,作些抛砖引玉式的“打包”推荐:例如,在北京路中轴线片区,从南越王宫署遗址到宋代八景之“海山晓雾”,再到当代商业街,层层叠压的各朝古道与现代地砖并存,如同一本摊开的历史大书。这何尝不可叫做“城脉千年”?两千年建城史,在步行可达范围内徐徐展开,纵翻阅千遍也让人乐在其中。

又如,在琶洲片区,“打包”亦显必要。广交会展馆的玻璃幕墙,映照着琶洲古塔这一清代八景所折射的晨光;人工智能园区的数据,里面有就有

新的海上丝绸之路交易盛景。更有该地块的黄埔古港,铭记着对外贸易的辉煌一页。我提出“琶洲虹影”一名,以为可将商贸传统、现代会展与未来产业融为一体。

对白鹅潭我则是有执念的,在此提出“鹅潭印月”一名。这既是对1963年“鹅潭夜月”的诗意回应,更渲染鹅潭三畔之“印”迹。1963版“鹅潭夜月”以沙面绿瓦亭(今白天鹅旁边)为基准点,其历史建筑群与古树名木长年共生的当下美景,委实值得推介。相信很多人都曾有这种印象,沙面建筑穹顶与江心月影交织,古时月照今时景,刹那美印证发美。

“塔耀新城”应当保留,广州塔是地标象征,且不妨升级为“三塔星汇”,连同东塔、西塔等栋栋高厦,是广州城市建设的卓越见证,塔影入云邀星相汇处,亦是广州人“敢为天下先”的精神写照。

而“云山花海”一名,是我在传统意象上对自然景观注入的当代生态意识。我曾在白云山暴雨初歇时,见花海从山腰倾泻至湿地,这不禁让人联想到宋代“菊湖云影”。广州有花城的美誉,而每一片花瓣,都诉说着历史的厚重,更承载着当下“绿水青山”的生态追求。

既触摸时代新节点、展示社会新发展,又能体现变化中的自然风貌以及不变的城市文化底蕴,毋忘向历史八景表达敬意,这就是我对“新新羊城八景”的期望所在。羊城八景从来不只是八个地名,当我们谈起它,就是开启一场跨越千年的对话——关于一座城,关于我们如何既不忘来路,又向新而生。

(作者是知名广府文化学者,广州大学广州发展研究院聘研究员、广州民俗文化研究所所长)

羊城晚报与羊城新八景: 全民参与下的城市形象重塑

□ 周建平

2010年11月,亚运的璀璨焰火仍灼灼燃于市民幕之上,珠江新城的天际线已经刷新,老城区的骑楼洗去灰霾,广州塔成了全球瞩目的“小蛮腰”。当物理空间的蜕变已成定局,一个更深刻命题浮出水面:如何让这场城市更新,持续升华为文化认同?羊城晚报报业集团给出了一个漂亮的答案:重启千年IP“羊城八景”。

2010年11月16日至2011年5月18日,亚运会后的城市蝶变,催生了由羊城晚报报业集团主导的“羊城新八景”评选。这场文化盛事不仅是城市形象的重塑工程,更成为传统媒体在全媒体时代突围的经典案例。

传统品牌巨大的公信力与号召力,借由前瞻性的策划创意、聚合战略的高效执行,在全媒体传播的催化下,迸发出穿透时空的传播势能,并与绵延千年的文化基因,振荡出深层共鸣。

跨越千年的城市叙事,如今全民参与

羊城八景的评选,本质是一场跨越千年的城市叙事接力。宋代人评“珠江秋月”,看的是江上明月;清代人选“琶洲砥柱”,标记的是千里航道。到了1963年,《羊城晚报》发起了新中国成立后第一次羊城八景评选活动,首次打破文人叙事藩篱,把海珠桥、珠江大桥等现代建筑编入八

书中做了详细记录,把当时羊晚集团的实践誉之为“飓风”行动,包括“摩天岭”“TNT”“喀秋莎”“新大陆交响”等为代号的12项计划。例如,先者为王,精准策划与执行创新是打胜仗的一些关键。《新快报》2010年11月16日的头版突袭,展现了羊晚集团的战术敏锐度。差异性竞争策略则包括“门槛设计”:比如限定为“八景”数量,避免同质化竞争(相较于同期如广州日报“百景”活动、南方日报“珠三角十大景观”活动),强化稀缺性与品牌价值;“节点爆破”:以“摩天岭计划”专访12位区(市)宣传部长,抢占舆论制高点;以“TNT计划”举办22场论坛,覆盖不同群体需求;还有深具特色的全媒体整合传播,特刊、视频、微博话题协同发力,实现“一次采集、多元生成、全网覆盖”,甚至包括在建设银行网点设置票箱,实现“线下活动—线上传播—实体触点”闭环。

在战略维度,则重点体现为品牌驱动全媒体转型。需要重要关注的是,品牌公信力的历史延续,是品牌价值重构路途中最重要的支撑点——品牌是重要的“牵引机”,我们要牢记带上传统“品牌”前行。

羊城晚报自1957年创刊以来,以“人文大报”定位深耕岭南文化,已形成独特的文化基因。根据世界品牌实验室发布的报告数据,羊城晚报2011年品牌价值为92.55亿元,到了2024年则已达到719.58亿元。

回望2011年的“羊城新八景”评选,我们观察到,于全媒体浪潮中,羊城晚报并未盲目追求“技术武装”,而是以品牌为核心,整合战斗力,激活历史资源,坚持内容为王,坚持深度报道与文化版面优势,对抗新媒体的碎片化传播。在全媒体平台,羊城晚报亮出的“重武器”仅举例二三:《羊城沧桑》专栏深挖八景千年史,和快餐新闻对看着;《大城之美》等画册用视觉史诗定格城市蜕变;书画摄影征文大赛让传统走进人们静思——做这么“重”的内容有人看?结果是特刊被一抢而空,画册卖到断货——深度,永远是制胜法宝之一。

如今,许多媒体都在谈宏观战略,谈集团发展的危机对谈,对全媒体的规划布局。加大投入和“全副武装”,更注重“新式武器”装备这当然重要,但在高度重视全媒体发展的同时,不要忽略报纸品牌的核心竞争力和品牌的大价值空间,特别是品牌对全媒体的牵动作用。

以品牌为舟,以内容为桨

时至今日,当年的羊城新八景评选仍给予我们重要启示。首先,须警惕技术崇拜与品牌遗忘。当前媒体转型多聚焦“全媒体武装”,但新八景评选案例表明:技术是手段,品牌才是内核,若无品牌公信力,单纯的技术投入易沦为“空心化”扩张。同时,传统媒体的不可替代性没有更改:纸质媒体的深度阅读、文化积淀与在地化连接,仍是维系受众情感的核心竞争力。

当然,我们要强化全媒体意识,通过“声频一视频一文字一图像”全渠道覆盖,满足细分受众需求。同时,品牌与技术协同共生,比如利用网络数据反哺内容生产,优化选题策划,形成“品牌号召—技术赋能—用户反馈”闭环。

在“内容—渠道—受众”的关系中,品牌既是历史积淀的“文化资本”,也是资源整合的“战略支点”,更是对抗技术异化的“价值锚点”。传统媒体应以品牌为舟,以内容为桨,在全媒体浪潮中破浪前行。

最后,在当下的融媒体时代,若再有类似评选,我的建议是:须突破传统景观定义,以“技术赋能文化、数据重构记忆、共创定义价值”为核心逻辑,打造一场全民参与的“城市觉醒运动”。比如,在审美之上加上科学度量:捕捉网红地标,通过AR技术复原历史场景叠加现实景观,例如可以开发“北京路宋代街景数字图层”等等。重视共创内容的生产:比如可以发起“百万人民镜头重构广州”计划,由市民上传短视频自动生成城市影像拼图,又或者让城中村涂鸦、菜市场方言等“非典型景观”参与评选,重新定义“羊城美学”。长效