

入口即隐喻： 《梦幻之门》与澳门城市形象的艺术装置化重塑

邹琪

(澳门城市大学人文社科学院, 澳门 999078)

【摘要】在当今全球化浪潮中，提升城市的文化软实力已成为公认的提高当地居民幸福指数和城市凝聚力最重要的途径之一，而城市形象的塑造就是城市竞争力的外部显现。基于此，本文以2026年3月落成的澳门新濠天地度假村入口处的艺术装置作品《梦幻之门》为分析对象，结合城市意象理论、游客凝视理论和体验经济理论研究城市艺术装置和城市形象塑造之间的关联。通过研究发现，当代大型艺术装置往往通过在地化、象征化和景观化融入到城市的形象塑造中；艺术装置不是在改变或创造全新的城市形象，而是将城市现有的或者未被挖掘的深层次的内涵加以凝练和显化。因此，《梦幻之门》以“入口”和“迷宫”为隐喻，让游客进入澳门，体验澳门，从而构建出澳门的具有高级审美的当代艺术城市形象。这一案例揭示了艺术装置作为一种新型的融合商业资本和艺术审美的特殊“载体”，提供城市形象重塑的科学性和可能性。

【关键词】《梦幻之门》；澳门；艺术装置；城市形象；游客凝视；城市意象

The entrance symbolizes: "The Dream Gate" and the artistic re-creation of the urban image of Macau through installations

ZOU Qi

(School of Humanities and Social Sciences, Macau City University, Macau)

[Abstract] In the current globalized era, enhancing a city's cultural soft power has been recognized as one of the most important ways to increase the happiness index of local residents and the cohesion of the city. The shaping of a city's image is the external manifestation of its competitiveness. Based on this, this article takes the artistic installation work "The Dream Gate" at the entrance of the New濠 Tai Resort in Macau, which was completed in March 2026, as the analysis object. It combines urban imagery theory, tourist gaze theory, and experience economy theory to study the relationship between urban art installations and the shaping of a city's image. Through the research, it is found that contemporary large-scale art installations often integrate into the shaping of a city's image through localization, symbolism, and landscapeization; art installations do not create or change a completely new city image, but rather condense and manifest the existing or unexploited deep connotations of the city. Therefore, "The Dream Gate" uses "entrance" and "maze" as metaphors to allow tourists to enter Macau, experience Macau, and thereby construct a contemporary art city image of Macau with

作者简介：邹琪，女，澳门城市大学人文社科学院硕士研究生，研究方向为文化产业、艺术管理。

advanced aesthetics. This case reveals that art installations, as a special "carrier" that integrates commercial capital and artistic aesthetics, provide scientificity and possibility for the reshaping of a city's image.

[Keywords] "The Dream Gate"; Macau; Art Installation; Urban Image; Tourist Gaze; Urban Imagery

一、引言

近期,经过连贯公路的澳门居民或游客一定会被一座富有艺术气息的现代“雕塑”所吸引。它纯净的色彩和丰富线条,让人们第一时间想到的就是“哲学”“思考”“爱意”等带有文艺气息的词语。这两颗“蓝色的脑袋”就是当代先锋艺术家丹尼尔·阿尔轩(Daniel Arsham)为新濠天地量身定制的大型艺术装置《梦幻之门》。2026年3月,此项作品在澳门金光大道入口正式揭幕,即刻便吸引了大批游客前来拍照打卡。作品以两座相对而立的浅蓝绿色巨型镂空人头雕塑为主体,头骨的内部被精细雕琢为错综盘旋的楼梯,两颗头颅用巧妙的连廊触碰链接,像是思想的碰撞与共情,形成一座现实与虚拟的“心灵迷宫”。

因此,本文采用案例研究法作为主要研究方法,以《梦幻之门》为核心案例进行深度剖析,附加一些对澳门城市品牌政策的文本分析,同时结合了部分现有文献和媒体报道,力求在这个案例中挖掘艺术装置塑造城市形象这一议题的独特性与普遍性的平衡。

二、《梦幻之门》的在地化叙事与象征建构

(一) 艺术家谱系:丹尼尔·阿尔轩的“侵蚀美学”

艺术家丹尼尔·阿尔轩于1980年出生于美国俄亥俄州,美籍黎巴嫩裔,以其独特的“虚构考古”风格闻名于世,是一位非常具有个人艺术风格的当代艺术家。他的作品常以白色、灰色和蓝色方解石等材料呈现,将现代流行文化符号(如卡通角色、日常用品)通过特殊处理,刻意营造出一种“被时间侵蚀”后的沧桑感,有一种令观赏者感觉自己仿佛来自遥远的未来,正站在未来看世界,考古着当下这个时代的“物件儿”。这一点在贝浩登画廊举办的阿尔轩个展“circa 2345(约2345年)”中表现的非常明显,这一未来时间点引导观众想象自己以“未来人”的身份回望当下,形成一种时间上的距离感,促使对当前时代进行反思,阿尔轩希望观看作品的人们能通过这种设定打破单一的线性时间观,跳出当下的时间局限,以更宏观的时空视角重新理解人类物质文化的价值。

阿尔轩的创作媒介虽跨越雕塑、绘画、建筑和现场表演,但却有着贯穿其所有作品的一条主线,那就是对“空间认知”的持续颠覆。他擅长利用结构的转换使观众对熟悉的空间关系产生陌生感从而引发他们的思考。在早年的装置作品中,阿尔轩曾创作过一系列“迷宫雕塑”,其中楼梯在空间中折叠回环,内部空间如同“被困在介质中的记忆”。很显然,这一母题在《梦幻之门》中得到了延续和升华,只不过这一次的迷宫不再以建筑形态独立存在,而是被嵌入到人像雕塑的内部,成为某种“心灵的迷宫”。

很有意思的一点是阿尔轩近年来对中国文化元素表现出了浓厚的兴趣。2020年,他为INNERSECT国际潮流文化展创作了《被侵蚀的青铜·發》和《被侵蚀的麻将》,将“麻将”这一中国传统文化符号融入其标志性的“侵蚀”风格,力求在全球化语境下用当代艺术语言重述东方元素。他的这一创作轨迹为

理解他在 BAZAAR ART 的采访中对《梦幻之门》“融汇东西方美学符号”“马的元素”的表述提供了重要线索。阿尔轩并非以一种“猎奇式”的姿态使用东方元素，而是将其纳入自己一贯的“时间考古”框架中——东西方的相遇不是在差异中被夸大，而是在时间的冲刷下呈现为共同的“遗迹”。目前，他的作品一般是与奢侈品牌、动画 IP 的合作系列，也有大型装置艺术，都是兼具视觉冲击力与哲学思考的呈现，在全球当代艺术领域保持着较高的关注度。因此，这次新濠天地的全新起航邀请阿尔轩来做这座艺术装置的创作者是有着艺术家本身的品味、影响力和话题度的考量。

（二）装置的象征结构：“入口”与“迷宫”的双重隐喻

《梦幻之门》的核心象征结构可以从两个相互嵌套的隐喻来理解：其一，作为“入口”的装置；其二，作为“迷宫”的装置。

“入口”这层概念怎么理解呢？一方面是作为新濠天地的入口。作品的名称“Dream Entrance”本身非常直接的揭示了入口这一隐喻，Entrance 既是字面意义上的“入口”，也暗示着进入梦境与想象，进入各种可能性的通道。作品以两座相对而立的巨型头像为主体，两座头像之间形成一个类似拱门的空间，游客想要完整的观看这座作品，就需要从连廊下方穿行而过，绕场而行。这一空间操作使游客从“旁观者”变成了“参与者”，作为游客，你无法仅仅站在装置外面凝视它，必须在它的“注视”之下穿过才能正式进入度假村的内部空间。在这个意义上，这个艺术装置不只是一个“地标”，也是一条必经之路，更是一个仪式性的“阈限空间”。穿过它，进入它，标志着新世界的大门敞开了，游客从日常到了一个梦幻的度假世界。另一方面从城市地理位置的选择上来分析。装置位于金光大道入口处，这是澳门路氹城最核心的旅游轴线，两侧汇集了多家综合度假村和各类地标性建筑，是几乎所有游客的来澳必经之地，这一选址无疑强化了“入口”的象征意义。将《梦幻之门》置于这一门户位置上，既在其余度假村标志性建筑中找到属于新濠自己的一席之地，也相当于在游客进入度假村之前，先“进入”了一次艺术体验，有效提升了度假村的艺术价值。这是一种精心设计的心理前置，在游客还没真正抵达目的地的时候就已经开始有了“这是一次不同寻常的旅程”的心理暗示。

再说“迷宫”这个第二层的意义。“迷宫”是阿尔轩作品中反复出现的一个主题。在《梦幻之门》中，两座头像内部被精细镂空为错综复杂的楼梯结构，两个性别的面庞持久的相对无言，形成了视觉和心理意义上的“迷宫”。官方描述中写道，作品“邀请观赏者从其所构筑的意象入口，凝视心灵的迷宫，在坚固形态之下感受思想的暗流涌动，体会一场持续的艺术对话”。这一描述同时揭示了装置的第二层象征：迷宫象征着人的意识本身就是错综复杂难以穷尽而且充满未知的海洋。有趣的是，游客其实是无法真正“走入”这座迷宫的，因为头像的“窗口”镂空结构仅仅是视觉上的透视，不是真正意义上的物理进入。

因此，“入口”和“迷宫”这两层含义的解读，对应着两座头像相对而立的构图，进一步丰富了作品的象征意义。从这个意义上来说，《梦幻之门》不仅是一个静态建筑，更是一个“社会关系”装置，构建起不同意义上的深度链接。

（三）从定制化到在地化：澳门身份的装置化表达

《梦幻之门》是一件度假村的“定制化”作品，这就意味着它的主题、形式和语言都与新濠天地集

团本身及澳门这一地点有着紧密的关联。理解这一关联，我们需要从品牌诉求与在地身份两个层面展开。

首先，从品牌诉求来看。新濠天地一直以“Dream Beyond”为品牌理念，致力于“打造一个集奢华、未来主义艺术与创新于一体的综合旅游休闲度假村”。《梦幻之门》正是这一品牌理念的具象化表达。

“梦想”一词是品牌的核心关键词，而装置名称直接包含“Dream”一词，呼应品牌打造“梦想之城”的理念，迷宫般的内部结构则暗示着“超越想象”的可能性。在这个意义上，装置是新濠天地品牌叙事的一部分，它向游客传递的信息是：这里不是一个普通的度假村，而是一个关于“可能性”的梦幻场所。

其次，在服务于品牌商业诉求的同时，与澳门这座城市产生更深层的身份共鸣。澳门自开埠以来就是东西方文明交汇的前沿，16世纪葡萄牙人抵达后逐渐形成了以中华文化为主流、葡语文化为重要组成部分的独特格局。《粤港澳大湾区发展规划纲要》明确将澳门定位为“以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地”。在这样的定位中，“交流”和“共存”是关键点，不是一种文化取代另一种文化，而是要多种文化在持续的交互中形成一种动态平衡。《梦幻之门》中的“两座头像相对而立”，恰好可视作这一“对话”关系的视觉隐喻。

最后，猜测《梦幻之门》的“迷宫”意象也与澳门城市的空间特征产生有一种有趣的呼应。被评为世界非物质文化遗产的澳门老城区以狭窄蜿蜒的街巷著称，游客在历史城区中穿行时，常常有一种“迷宫”的感觉。这是一种愉快且带着点惊喜与神秘的体验，是一种充满发现的柳暗花明，甚至每一条小巷都可能通向一座教堂、一座庙宇或一座广场，每一处都散发着文化交汇的神奇共生。澳门本身就是一座让人在探索中不断发现惊喜的“迷宫”，联想到《梦幻之门》内部的迷宫结构，亦是可以被解读为对这种城市空间体验的致敬或缩印。

综上所述，《梦幻之门》的象征意义是层层递进的，从最外层的品牌叙事，到文化对话的城市身份，到作品内涵的哲学意境，意味深长且意义深远。它能够同时满足品牌商业诉求、城市叙事和大众普遍审美体验，从而吸引不同层次和背景的观众与之产生共鸣，进而影响城市形象的塑造。

三、艺术装置塑造城市形象的路径分析

（一）作为“城市意象强化物”：从地标到精神坐标

所谓“强化物”，意味着装置并不创造全新的城市认知，而是将城市既有的、尚在萌发中的某些品质加以凝聚、放大和显影。说回《梦幻之门》，它对澳门城市意象的“强化”作用体现在三个层面：

第一，强化了“创新”意象。澳门长期以来被外界认知为“博彩之都”，这一形象给澳门带来了巨大的经济效益，也限制了人们对澳门其他可能性的想象，甚至某种程度上是带来了对城市形象的“偏见”。第二，强化了“对话”意象。相对而立的构图可视作东西方文化对话、传统与现代对话的视觉化表达，恰如其分地契合澳门对“多元共存”的独特本真与文化坚持。第三，用作品本身的独特艺术语言，抛开一切外物回归到艺术内涵本身上来，强化了艺术装置作为一件艺术品自身的价值。

（二）游客凝视的引导与体验场景的建构

作为一件出色的艺术作品，《梦幻之门》在“凝视引导”方面的设计尤为精巧。首先，装置的尺寸（巨型头像）和位置（金光大道入口）确保了它不可能被忽视，这绝对是一种“强制性凝视”，它会强势主动“闯入”游客视野的城市景观，你无法不被吸引和观看。其次，装置的镂空窗户结构和内部可以

进入的楼梯设计甚至盘根错节的纹路，这些都为游客营造了一种“多层次的凝视体验”。最后，装置在社交媒体时代具有天然的“可分享性”。在 Instagram、小红书等平台上，游客拍摄的《梦幻之门》照片和视频非常火爆，人们从不同的角度欣赏它，甚至很多人第一次开始改变对澳门的刻板印象就是因为社交媒体上这两颗蓝脑袋。活跃在多平台的颜值或艺术博主以及数不清的游客不仅记录了这一次的旅行，更将打开这里变成了一种社交资本。他们向观看者传递的信息是：“我去了一个有趣的地方，我看到了一件有趣的艺术品，所以我的品味非常高级”。这种“通过社交媒体的凝视”进一步放大了装置的影响范围。

然而，凝视理论的一个潜在局限在于它过于强调“视觉”在旅游体验中的主导地位而忽略了参与性，尤其是青年人群的参与度。当代消费者追求的不是被动的观看，而是主动的、全身心的沉浸感受，这正是“体验经济”理论所强调的核心。《梦幻之门》创造了一种“心理上的沉浸感”，参与体验的游客感到自己仿佛进入了某种对话，进入了某种想象的空间。这种介于“物理进入”与“心理进入”之间的阈限状态，正是当代艺术装置独特的魅力所在。

（三）艺术装置、综合度假村与城市品牌的协同效应

近年来，澳门特区政府在推动文化艺术发展方面投入了巨大的精力。吸引了累计约 500 万人次的观众的“艺文荟澳：澳门国际艺术双年展 2025”就是最好的体现，这个大型艺术活动无疑对这一年度的旅游版块有着极大的拉动作用。然而，政府的资源是有限的，很多展览多集中在一些特定的场馆或时间节点中，综合度假村艺术活动的介入恰好弥补了“公共艺术空间”的不足。当《梦幻之门》被置于金光大道入口，它所服务的不仅是新濠天地的品牌形象，也是整个澳门打造“文化艺术之城”的公共叙事。这种协同效应在多个层面发挥作用。

第一，在空间层面。政府主导的展览多集中在澳门半岛的文化设施中，而综合度假村的艺术装置则分布在路氹城，两者共同构建了一个覆盖全城的“艺术地图”。第二，在受众层面。政府展览吸引的是专程前来的艺术爱好者，而综合度假村的艺术装置则触及了多年龄段更广泛的大众。那些原本只为度假而来的游客，来到这个城市被动的感受到了鲜明的艺术气息，并在无意中接触到了最先锋的当代艺术。第三，在叙事层面。政府的艺术活动强调“文化澳门”“多元共存”等宏观定位，而综合度假村的艺术装置则以更个人化、情感化的方式与之呼应。《梦幻之门》中的“梦想”主题，与“世界旅游休闲中心”的定位之间，并非割裂，而是互补。

澳门这种政府公共艺术投入与度假村的后天弥补共同构成城市艺术的框架其实并非个例。在拉斯维加斯、新加坡、迪拜、上海等超级城市，综合度假村与艺术装置的结合已经是一种日常普遍的模式，同时这种模式也正在成为一种全球性的趋势。综上，最以度假村为主导的公共艺术装置不是通过替代公共机构的角色服务于城市形象，而是通过与之形成协同效应来共同重塑。

四、从《梦幻之门》到“文化澳门”：城市品牌转型的装置化路径

（一）澳门的城市品牌困境与艺术突围

长期以来，博彩业在澳门经济中占比极高，以至于澳门一度被称为“全球最大的博彩市场”。这一产业格局虽然带来了经济繁荣，但也使澳门在文化上的多样性被博彩的光环所遮蔽。然而，澳门绝非只

有博彩——这座城市有400多年的中西文化交流史，有世界文化遗产“澳门历史城区”，有独特的土生葡人文化，还有近年来蓬勃发展的艺术生态。

澳门特区政府一直在突破“博彩之都”的单一形象方面做积极的努力。推出了建立“世界旅游休闲中心”为目标和建成“以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地”的战略定位成为目前的核心任务。这种策略的核心在于重视游客来澳门之后进行“旅游休闲”和“文化交流”活动，而非只有博彩本身这种行为活动。这种构想是非常美好的，但问题在于如何让游客和公众顺利接受这一新的定位？如何将政策层面的战略自然过渡为公众心中的城市形象？

正是在这个问题上，艺术装置显示出独特的价值。如果说博彩业塑造的是澳门作为“欲望之都”的形象，那么艺术装置则试图塑造澳门作为“梦想之都”的形象。从《梦幻之门》的名称到其内部的迷宫结构，从“Dream Beyond”的品牌理念到“心灵的迷宫”的艺术阐释，“梦想”与“可能性”构成了这一装置的核心叙事。这是一场精心设计的“品牌脱钩”——将城市形象从“博彩”转向“梦想”，不是否认博彩的存在，而是在博彩之外开辟另一个认知维度。

（二）文化政策驱动下的澳门艺术生态

近年来，澳门在文化艺术领域的投入力度空前，形成了一套多层次、多渠道的政策支持体系。

在顶层设计层面：澳门特区政府明确将“文化澳门”作为城市发展的核心愿景之一。澳门国际综合旅游文化区建设国际当代美术馆等三大场馆的规划被视为深化“世界旅游休闲中心”内涵、落实“文化澳门”愿景的关键举措。

在活动层面：以“艺文荟澳：澳门国际艺术双年展”是最具代表性的品牌活动。双年展以“嗨，你干甚么来了？”为主题，覆盖主场展、公共艺术展、城市馆、特展、本地策展计划、平行展六大板块，串联起了包括展馆和社区在内的近30场展览，汇聚了来自10多个国家和地区的前沿艺术家，同时还专门为澳门本土艺术家设立展区，意在托举澳门本土文化及艺术家的创作，搭建澳门人自己的发声平台。

（三）艺术装置在城市形象重塑中的价值

从游客角度看，暴露在城市户外场域的艺术装置比传统博物馆展览更具可触达性和视觉冲击力，又比临时性的艺术节更具持久性，同时比纯商业性的娱乐设施更具文化深度，可以说集优点于一身，具有独特的文化价值。艺术装置的这种特殊性成为连接精英艺术与大众消费审美的交汇点，也是文化理想与商业现实的具体实践。具体而言，艺术装置在澳门城市形象重塑中体现的价值主要在以下四个方面。

第一，视觉冲击力吸引天然的传播者。艺术装置，尤其是像《梦幻之门》这样的大型装置会以其尺度和形式天然地吸引注意力。在注意力成为稀缺资源的社交媒体时代，这种“自带流量”的特性弥足珍贵。当一个游客在金光大道拍下《梦幻之门》的照片并分享到社交媒体时，他在无意中成为澳门新形象的“传播者”。

第二，象征意义与观赏者产生共鸣。优秀的艺术装置往往能在简洁的视觉语言中凝聚丰富的象征意义。《梦幻之门》中的“两座头像相对而立”可以被游客解读为对话、融合、共存、对立统一等多种意涵，这种开放性使得不同文化背景的游客都能从中找到与自己产生共鸣的解读方式并让游客在解读中也感受到自己的艺术细胞被深刻觉醒，被艺术品本身赋予天然的满足感。

第三，阈限效应给予观赏者心理暗示。艺术装置设置在游客从“日常”进入“度假”的过渡空间中，它的存在本身就在暗示：你即将进入的不是一个普通的地方，而是一个需要以不同心态进入的“特殊空间”。这种“仪式感”或者心理前置效应对于塑造目的地形象具有特殊意义。游客在真正体验目的地之前，已经被装置说服了、震撼了。

第四，名人自身艺术价值带来背书效应。当国际知名艺术家为澳门创作定制装置，当这些装置成为城市地标并被媒体报道，艺术家也会现身说法加入其中，这就形成了一种权威的“第三方认证”。感兴趣的游客们通过这些信号确认澳门是一个“认真的”艺术目的地，而不是只在博彩的缝隙中搞一点“文化点缀”，做做样子。

以上这些对艺术装置的综合效应的总结，使得它们成为澳门城市形象从“博彩之都”向“世界旅游休闲中心”转型的重要媒介之一。

五、结论与展望

（一）研究发现

本文以澳门新濠天地大型艺术装置《梦幻之门》为切入点，结合城市意象理论、游客凝视理论与体验经济理论，系统分析了艺术装置参与城市形象塑造的机制与路径。研究得出以下主要发现：

第一，艺术装置作为“城市意象强化物”，并不创造全新的城市认知，而是将城市既有的、尚在萌芽中的某些品质加以凝聚、放大和彰显。

第二，艺术装置通过“游客凝视的引导”与“体验场景的建构”双重路径影响游客体验。

第三，在澳门“世界旅游休闲中心”和“以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地”的建设进程中，艺术装置与政府主导的文化政策之间形成了独特的协同效应。

第四，艺术装置在澳门品牌转型中的核心价值可概括为“入口式的隐喻”，为游客提供了一种进入澳门之前先“进入”想象的心理通道，从而为城市身份的重新讲述创造了条件。

（二）理论贡献

本文对城市形象研究领域做出了以下理论贡献。首先，提出“城市意象强化物”这一概念，拓展了林奇“地标”理论的分析维度，更好地解释了当代艺术装置这一类“非功能性”空间元素的作用机制。其次，将游客凝视理论与体验经济理论整合进公共艺术研究中，揭示了艺术装置从“被观看”到“被体验”再到“被传播”的多层次影响路径。最后，以澳门这一兼具特殊历史身份和产业转型压力的城市为案例，揭示了艺术装置在“品牌脱钩”过程中的特殊价值，为其他面临类似困境的城市提供了部分理论参照。

（三）研究局限与未来方向

首先，本文未能进行系统的游客调研和效果评估，对《梦幻之门》实际影响力的分析主要依赖媒体报道和理论推演，缺乏第一手的实证数据。未来的研究可以通过问卷调查、深度访谈、社交媒体大数据分析等方法，对艺术装置的实际传播效果进行量化评估。其次，本文只聚焦于一个特殊案例的深度分析，对于艺术装置塑造城市形象的普遍性规律探讨尚不够充分。未来的比较案例研究将更有助于提炼更具普遍性的理论结论。再次，艺术装置对居民而非游客的影响本文未作充分讨论。城市形象不仅关乎外界对

城市的认知，也关乎居民对自身的认同。艺术装置如何影响澳门本地居民的城市认同和文化自信，是一个非常值得进一步探讨的问题。最后，随着AIGC等新技术的发展，艺术装置的形态和传播方式正在发生深刻变化。未来的研究可以多多关注数字艺术装置，尝试探讨现实艺术装置等新兴形式在城市形象塑造中的可能性和局限性。

（四）对澳门城市发展的启示

本研究对澳门的城市发展实践具有以下启示：

一是艺术装置的布局应更加注重系统性规划。目前澳门的艺术装置多集中在路氹城的综合度假村区域内，而澳门半岛和离岛地区相对匮乏。政府应当有意识地将艺术装置分散到城市的各个角落，使引导艺术真正渗透到居民的日常生活中。

二是政府可以建立更加制度化的公私合作机制，加强公共部门与私人机构在艺术领域的协同，鼓励综合度假村将艺术装置纳入公共文化服务体系。

三是应重视对艺术装置的阐释与传播。优秀的艺术装置需要配套的阐释系统（如导览手册、音频导览、数字互动等），帮助不同文化背景的游客理解作品的深层意涵，从而最大限度地发挥其城市形象塑造功能。

四是应将澳门本土艺术家的创作纳入大型艺术装置的委任体系。目前澳门的大型艺术装置多由国际知名艺术家创作，虽然这有助于提升澳门的国际艺术声誉，但本土艺术家的缺位可能导致艺术叙事与本地文化的脱节。未来应有意识地委托澳门本地艺术家创作大型装置，使艺术装置不仅服务于城市形象的“对外展示”，也服务于文化认同的“对内建构”。

因此，《梦幻之门》绝不是一个个案，而是一个开始。当越来越多的“梦幻之门”在澳门打开，这座城市将成为世界反复回味的文化记忆。

【参考文献】

- [1] Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge, MA: MIT Press.
- [2] Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- [3] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- [4] Dream Entrance | City of Dreams Macau. City of Dreams Macau 官网.
- [5] 凯文·林奇. (2017). *城市意象* (方益萍, 何晓军, 译). 北京: 华夏出版社.
- [6] 约翰·尤瑞. (2016). *游客凝视* (杨慧, 等译). 桂林: 广西师范大学出版社.
- [7] 国务院. (2019). *粤港澳大湾区发展规划纲要*. 北京: 人民出版社.
- [8] 澳门特别行政区政府. (2025). *澳门旅游业发展总体规划第二阶段检视研究*.
- [9] 澳门特别行政区政府文化局. (2025). *共建文化澳门 艺文荟澳聚集当代艺术力量*.
- [10] 澳门特别行政区政府. (2025). *澳门国际综合旅游文化区 即日起开展意见收集*.
- [11] 现代城市“以美为媒”发展理论嬗变研究. (2025). 汉斯出版社, 11(3).
- [12] 对话: 在公共艺术与城市个性之间. (2011). 学术界, (6).
- [13] 新濠天地“Be A Dreamer”品牌新章盛大启幕. (2026). 凤凰网时尚.
- [14] 澳门文旅转型样本: 新濠天地文化重造实验. (2026). 新浪网.
- [15] 华丽现场 新濠天地举办“Be A Dreamer”品牌新章启幕盛典. (2026). LUXE.CO.
- [16] 梦幻之门 新濠天地. City of Dreams Macau 官网.
- [17] 靚鑑賞. 旅途幾個藝思. (2026). Mnews.
- [18] 丹尼尔·阿尔轩. (2017). *创意设计*, 上海世博会博物馆官网.
- [19] 丹尼尔·阿尔轩新作“被侵蚀的麻将”. (2020). 周到上海.
- [20] “小城大世界”: 澳门走出特色文旅融合路. (2025). 中国新闻发布.