

【本期话题:携手文化演艺,扩大旅游影响力】

【一线报告】YIXIAN BAOGAO

文化演艺业:期待一部代表城市的“洛阳制作”

路在脚下

提升旅游产业,加快名城建设



掷地有声

近年,我国旅游文化演艺市场欣欣向荣,演出规模稳步扩大,演出水平不断提升,资本和优秀人才不断聚集,形成了百花竞放的崭新局面。

文化的优势是内涵,旅游的优势是市场。《印象·刘三姐》的成功,是文化演出与热门旅游目的地的完美结合。

《印象·丽江》演出不是要去表现演员唱得多好听,跳得多好看,有一个多么曲折回味的故事,我们只是想表达一种最直接、最真实的情感。

旅游文化演艺的一大特点,就是受众是随时更新的,这种不断变化的受众面给宋城景区输入了持续的新鲜血液。

河洛回音

西安为什么能留游客过夜?《梦回大唐》《长恨歌》等大型旅游演艺节目功不可没。我们要学习外地的成功经验,打造洛阳特色的旅游演艺项目,让来洛游客不再“白天看庙,晚上睡觉”。

让外面的文化团体、旅游组织机构、专家参与进来,深挖洛阳的旅游资源!一定要出精品!

洛阳旅游潜力无限,要巧打文化牌,利用现代传媒技术,像深圳民族民俗文化村和世界之窗那样,打造一个展示洛阳五千年文化底蕴的演出大平台。

洛阳的旅游景区非常多,但是都没有MV的歌曲文化,建议景区可以通过唱景区的方式,提高景区的视觉凝聚力。

如果您有自己的意见和建议,可登录新浪微博@路在脚下话旅游,发表高见;也可登录洛阳网洛阳社区(bbs.lyd.com.cn),进入《路在脚下——提升旅游产业,加快名城建设》板块畅所欲言;还可拨打66778866一吐为快。

作为城市旅游业的重要“补充”,文化演艺业有着不可替代的留客、“吸金”作用。我市文化演艺业如何才能绝处逢生、破茧成蝶?

【困惑】有文化没演艺,最大“短板”待补齐

这是一个不争的事实:洛阳历史文化资源不可谓不丰富,却始终没有为广大游客奉上一个个经久不衰、与时俱进的文化演艺项目。

“有文化没演艺,已成为我市旅游业发展的最大‘短板’。”市文广新局有关负责人坦陈,作为十三朝古都和中华文明“原点”的洛阳,经过数千年的人文积淀,拥有得天独厚的历史文化资源。

一位业内人士在深入调查后,一针见血地指出我市文化演艺业的发展现状——虽具备了支撑一场大型演出的条件,但优势并不明显,存在一些不确定因素。

“近年来,随着我市旅游业的不断发展,来洛游客逐年增加,但过夜游客数量始终没超过60万。”该业内人士表示,“没有游客就没有消费者,没有消费者就赔钱,就不能长久经营下去。”

与此同时,缺乏代表城市文化、城市标志性的剧目,知名商业演出未能常态化,不善于宣传和包装,好的剧目始终“窝”在家里不为人知……这些难题亟待破解。

【溯源】市场化水平低,剧目“叫好不叫座儿”

为彻底改变这一尴尬现状,近年,市文化部门做了不少努力。2003年,大型乐舞《河洛风》正式推出。该剧选取了洛阳历史长河中动人心魄和富有情趣的素材,充分展现了洛阳的古老厚重、灿烂辉煌与鲜活美丽,给人以强烈的视觉冲击力和巨大的艺术感染力。

“叫好不叫座儿”的文化演艺项目,还包括《洛神》《武皇十万宫延乐舞》等。“之所以‘叫好不叫座儿’,根本原因在于我市文化演艺业市场化水平不高。”市文广新局有关负责人表示,虽然经过多年的培育,但我市文化演艺市场仍处于起步阶段,还存在许多不很成熟、不很规范的问题。

据一位知情人士透露,去年牡丹文化节期间,作为“文化部推荐优秀剧目(洛阳)展演月”活动中最后登场的精彩剧目,由郑州歌舞剧院倾力打造的大型原创舞



近日,新版《武皇十万宫延乐舞》成功首演 记者 陈占举 摄

剧《水月洛神》在洛阳歌剧院与市民见面,并获得一致好评。“你猜有多少张票是真正卖出去的?两张!”说起这场演出的票房情况,该知情人士痛心疾首地表示。

该知情人士表示,发展文化演艺市场,政府有关部门应充分放手,通过市场机制,积极培育市场,以实现文化演艺市场跨越发展。

【突围】借力厚重历史文化,多推精品剧目

洛阳文化演艺业及演艺产品的出路在哪里?答案是:借力洛阳厚重的历史文化资源,多推精品剧目,积极培育市场,奋起直追。

市文广新局局长马奎元表示,为打造具有浓郁地方特色的豫剧、曲剧、唐乐、杂技等精品演艺项目,必须大力实施演艺项目带动战略:一是推动湖南红太阳集团田汉梦幻剧场项目早日落户洛阳;二是精心打磨舞台百戏剧《洛神》,做好豫剧《北魏孝文帝》和大型园林景观秀《武则天》等项目,将其打造成为展示地方文化风采、富有时代气息和良好社会影响的演艺精品;三是鼓励引导栾川县等旅游资源大县,因地制宜,引进打造多场富有特色、富有艺术感染力的演出,弥补我市旅游景区“夜生活”较为贫乏的短板。

“问渠那得清如许,为有源头活水来。”培育文化演艺市场,还要着力发展壮大民营演艺团体,继续深化演艺体制改革,鼓励组建多种所有制形式、面向市场、适应市场的各类文艺表演团体或演艺企业;推动洛阳歌舞剧院演艺公司、洛阳豫剧院等已转企改制的文化企业走向市场,在做好公益性演出的同时,扩大经营性演出规模;筹备成立洛阳市演艺业协会,组织培养一批民营演艺中介机构,经常性参加全国和国际性的演出交易会,加强交流,互通信息,繁荣我市演出市场。

马奎元说,为扩大演艺市场规模,还应大力推进文化精品进基层、进学校、进军营等,提高群众文化消费意识,培育新的消费热点;积极鼓励非公资本进入

演艺领域,培育一批知名民营演艺公司等;积极组织参加国家重点支持的文化会展活动,支持具有地方特色的音乐舞蹈、经典剧目、杂技等文化产品的发展,开拓国外演出市场。

【扶持】发展公共文化事业,“扶上马再送一程”

文化事业是基,文化事业是本。发展文化演艺业,还应大力发展文化事业,完善公共文化服务设施,将文化演艺业“扶上马再送一程”。

为完善公共文化服务设施,今年,我市将继续推进洛阳科技馆、洛阳广电中心、栾川县文化艺术中心等项目建设,加紧实施洛阳市群众艺术馆、洛阳科技馆以及伊川县文化中心、孟津县文化中心、汝阳县文化中心、洛宁县文化中心等一批重大文化设施项目;继续推进文化信息资源共享、数字图书馆推广、公共电子阅览室建设等三大数字文化惠民工程;积极推进县级城市数字影院建设,实施好全市2013年度广播电视“村村通”工程。

“繁荣文化演艺市场,还应尽快建立政府扶持机制。”市文史专家、市文化产业研究院院长蔡运章建议:一是探索激励机制,对坚持常年深入基层演出的,采取以奖代补形式给予扶持;二是强化社会引导,调动民营演出团体增加演出场次,丰富演出内容;三是创新政府购买服务“送戏下乡”活动形式,繁荣农村演艺市场。

高素质的演艺人才是文化演艺业繁荣的根本。河南科技大学科研处处长朱选功建议,要依托洛阳现有高校的广播电视编导、播音主持、戏剧影视文学、音乐、舞蹈等专业,培养高素质演艺专业人才和策划管理人才;要扶持市文化艺术学校以及县级艺术学校发展,开设戏曲、舞蹈、模特、播音主持、电视编导等课程;鼓励各类艺术培训机构提高培训质量,扩大培训范围,丰富培训内容,为演艺业发展储备和提供更多人才等。

本报记者 姜春晖

打破“魔咒”期待“大戏”

有一个“魔咒”,困扰洛阳旅游多年。这个“魔咒”,名字叫文化演艺。1982年,陕西省歌舞剧院推出国内首个文化演艺项目《仿唐乐舞》,拉开了中国文化演艺业发展的序幕。30年后的今天,洛阳文化演艺业的序幕仍未真正拉开。

这30年时间,洛阳旅游错过了什么?至2011年年底,中国文化演艺发展到230台,年收入达27.8亿元,我们错过的是中国文化演艺产业发展的一趟趟快车!

桂林于2004年推出中国首台大型实景演出《印象·刘三姐》,引发了国内大型实景演出的热潮,可洛阳大型文化演艺项目至今仍是空白。

这空白当中,洛阳旅游失去了什么?《印象·刘三姐》仅2009年就演出了497场,观众达130万人次,收入逾2.6亿元,我们失去的是不菲的文化演艺收入!

文化演艺,成为洛阳多年未解开的“心结”,也是至今未打破的“魔咒”。我们不是没有演艺节目,遗憾的是《河洛风》“吹”不进景区,《洛神》赢不了市场,《武皇十万宫延乐舞》留不住游客。试问,我们的节目足够优秀、魅力十足吗?我们不是没有观众需求,每年来洛的大批游客仍旧在“白天看庙,晚上睡觉”,

夜生活中缺乏一台“重头戏”成为遗憾。试问,我们的节目对接市场、吸引游客吗?文化厚重、活力无限的洛阳,30年搞不好“一台戏”,8年拿不出一部“大制作”。

我们不能服这个气,更不能信这个邪。打破“魔咒”,洛阳势在必行;上演“大戏”,洛阳志在必得!政府主导,政策支持,促进文化与旅游融合发展,鼓励对现有演艺资源进行整合利用,支持“资本+景区+演艺团体”的组合发展模式,吸引社会资本以投资、参股、控股、并购等方式进入文化旅游演出市场,让文化演艺点亮旅游市场。

创意为先,市场运作,从千年历史文化中汲取创意的灵感,“走出去、引进来”,大投入、大制作、高档次、出精品,重点突破,打造一个大型文化演艺项目,加快培育特色精品演艺项目,深度开发文化旅游演艺全产业链,构建洛阳旅游又一核心竞争力。“喊破嗓子不如甩开膀子。”发展洛阳文化演艺,该真正“甩开膀子”了!

洛平感言

【他山之石】TASHAN ZHISHI

长沙:天天有演出 日日见效益

没有留恋过长沙的夜,就不会懂得长沙这座城市。每当夜幕降临,华灯初上,歌厅、酒吧的门口人流如织,车水马龙,这已经成长沙市一道10余年不变的风光,也成就了著名的“长沙歌厅现象”。

始于20世纪80年代末的长沙娱乐

演艺业,在全国创造了“天天有演出”的神话。田汉大剧院“红太阳”歌厅近几年年均演出场次超过400场,新“琴岛”、港岛、欧阳胖胖和金色年华、魅力四射、水木年华等10多家大型歌厅和演艺酒吧每天都有演出。

长沙娱乐演艺业的兴旺局面如何得

来?原来,早在娱乐演艺市场开放之初,长沙市就形成了一个共识:发展娱乐文化业,增强长沙历史文化名城的吸引力。其中一个最主要的举措就是降低民营进入的门槛,使得一大批娱乐演艺新项目和设施入市经营。

正是在这种共识的引领下,长沙娱乐

演艺场所包容了最生动的民生百态、最宽容的娱乐情怀、最亲切的市井表达,走上了一条“亲民之路”。而且,经过数十年的市场淘洗,这些娱乐演艺场所从开放之初的多种所有制并存的局面转变为民企独领风骚的格局。

本报记者 姜春晖 整理

下期话题预告 旅游商品,怎样为洛阳“代言”

如果您有自己的意见和建议,可登录新浪微博@路在脚下话旅游,发表高见;也可登录洛阳网洛阳社区(bbs.lyd.com.cn),进入《路在脚下——提升旅游产业,加快名城建设》板块畅所欲言;还可拨打66778866一吐为快。

