

在位于郑州繁华闹市的紫荆山路上,有两座被深灰与大红装饰着的相对而立的建筑,庄重大方之外又透着动感与时尚。不过是五层的建筑,却因为醒目而显得高耸,常常引来路人注目。楼顶上,舞剧《风中少林》和《云水洛神》的巨幅海报很远处就能看到,给这条喧闹的大街平添了几分艺术气息。这两栋楼,一座是老楼,一座是今年新盖的。这两座建筑物环抱成的院落,属于国内最年轻的歌舞剧院——郑州歌舞剧院。

今年3月16日,“郑歌”迎来了5岁生日,院里郑重其事地搞了庆典活动。在“郑歌”宽敞整洁的餐厅里,陈列着建院5周年的图片展,院里的演员们准备了一些小节目,临时安装的大屏幕上播放着一些5年来有纪念意义的视频和幻灯片,简朴却气氛热烈。河南省、郑州市的领导照例被请来了,他们中有河南省委常委、郑州市委书记王文超,郑州市委副书记、市长赵建才,河南省文化厅厅长杨丽萍,郑州市委常委、宣传部长丁世显等。但他们显然不是来撑场面的,尽管也讲话,但多半没有稿子,因为他们与“郑歌”5年来的成长息息相关,想说的话都在他们心里。他们的讲话不时被打断——被掌声,间或是插话。领导们也端着酒杯到各桌与院里的演职人员们碰杯敬酒,但他们很松弛,一点儿都不用端着“架子”,因为他们与演职人员们都太熟了。你很难说这是一个庆典,在气氛上,它更像是一个温暖的家庭式聚会。因为,“郑歌”的5年,他们一起走过。

三驾马车强力带动 五岁“神童”创造佳绩

河南省委常委、常务副省长李克,因公务繁忙未能参加这一家庭聚会,但发来了热情洋溢的贺电。他在贺电中说,郑州歌舞剧院是文化体制机制创新的产物,短短5年来,一个中国最年轻的歌舞剧院,在中国最古老的土地上先后打造出《风中少林》、《云水洛神》、《清明上河图》青春版3个剧目。他希望在郑州市委、市政府的正确领导下,在歌舞剧院全体演职人员的不断努力下,郑州歌舞剧院取得更加辉煌的成就。贺电宣读后,全场响起的热烈掌声并不是礼节性的,而是对这位被人称为“郑歌助产士”的前郑州市委书记的衷心感谢,大概只有“郑歌”人才知道李克副省长当年为剧院的诞生与发展付出了多少心血。

2004年3月诞生的郑州歌舞剧院,作为一个新生的专业艺术创作及表演团体,以蓬勃的朝气和创新的精神,登上了中国舞剧艺术的大舞台。先后创编的三部舞剧,以辉煌的中原文明为背景,展现了中国民族歌舞剧独特的艺术魅力。最先出现在舞台上的“郑歌长子”《风中少林》,巡演海内外40多个城市,赢得好评如潮。“郑歌”诞生伊始,就建立了灵活的机制、规范的管理和市场化运作模式,在这“三驾马车”的强力带动下,在努力实现“中国最具活力的艺术团体”的目标过程中,编织出了属于自己的动人画卷。

回顾剧院创办5年来的发展历程,河南省文化厅厅长杨丽萍深有感触,和其他参加聚会的领导们一样,说起“郑歌”,就像是说起自己的孩子:“这个团的剧目诞生于这个剧院正式成立之前。当时,在河南省委‘郑汴洛文艺精品工程’推动下,为了打造《风中少林》这个剧目,郑州市委迅速组建了来自全国十几个省的演员队伍,同时聘请了一流的主创人员,从剧本的创作,到舞台样式的体现,包括音乐、编舞、主演,再加上来自嵩山脚下武院的武术演员们,剧目生产就这样开始了。‘郑歌’是在没有一个演员、没有一寸土地、没有一点固定资产的情况下白手起家创立起来的,它的出现是河南文化对它的需求和呼唤。”

“郑歌”没让河南人失望。短短5年,“郑歌”完成了从建院到创精品、树品牌和走市场、求效益的两个目标,在文化产品生产、衍生产品开发



河南省委常委、郑州市委书记王文超(右一)看望《风中少林》的小演员们。



郑州市市长赵建才(中)在《云水洛神》彩排现场指导工作。



在堪培拉演出结束后,河南省文化厅厅长杨丽萍上台慰问演员。

郑州歌舞剧院 以精品开拓演出市场

林瑞华



舞剧《风中少林》最具标志性的剧照。

及其产业化链条的形成过程中,探索出了一条适合自身发展的市场化、产业化道路,在促进艺术创作的同时,也实现了经济效益和社会效益的双丰收。难怪河南省委常委、郑州市委书记王文超在与“郑歌”员工的聚会上抑制不住激动的心情,对大家说:“我们5岁的歌舞剧院是个‘神童’,在5年的时间里取得这样的成绩,是

值得肯定、值得祝贺的。”
**《风中少林》雄浑阳刚
《云水洛神》唯美阴柔**

郑州歌舞剧院成立之初,就把精英人才视为剧目创作能否成功的决定性因素,从而面向全国遴选人才,组建了一支由国内一流艺术家组成的高素质创作、表演团队。在

剧目创作策划前期,他们就针对新剧目的艺术风格和样式、目标市场进行明确定位,力争打造出充满中原文化特征的长演不衰的经典舞剧。没有老牌剧团的光环,也正好让他们摒弃包袱,轻装前进。领导和专家满意固然重要,但他们最看重的还是观众满意、市场接受。没有观众的所谓精品,对“郑歌”来说没有存在的意义,他们以自己的创作实践,诠释着“精品”的全新内涵。

先于剧院诞生的大型原创舞剧《风中少林》,融少林武术的力度于现代审美之中,对“舞”与“武”的处理做出了成功探索,他们要借助少林禅武文化的世界影响力,将《风中少林》打造成一部能够为世界各国不同民族、不同文化背景的人所接纳、热爱的舞剧,以国际化的舞蹈语汇诠释最具民族特色和民族精神内核的文化产品,搭建起一座中国文化与世界文化沟通、交流的桥梁。因此,从剧本的写作、音乐元素的建构到舞蹈语汇的编排,以及舞美、灯光的设计,无不围绕这个目标进行。在创作之初,以冯双白为首的主创

人员进行了大量的资料收集、整理,对河南省尤其是郑州登封的文化资源进行了全方位的考察、走访和观摩。4年多来,《风中少林》在国内演出市场持续走俏,目前演出200余场,演出收入近2000万元。

谈到当初创作《风中少林》的感受,郑州歌舞剧院首任院长、前郑州市文化局局长齐岸青说:“现在的剧目生产,都容易做得很大,这种‘大’,会带来震撼力、感染力,但是市场的适应能力就可能削弱。《风中少林》从它的剧本结构,到它整个的舞台呈现,再到它的演出适应性考虑,我们做过多次调整。《风中少林》当时的定位就是海外,它不仅要在大‘殿堂’里表演,比如北京人民大会堂,也可以做得很小,比如今年春节期间在澳大利亚的悉尼。舞台小了好几倍,但一样有感染力。说到底,这其实就是一个市场意识问题。”

即将于4月21日在北京国家大剧院上演的“郑歌”第二部大型原创舞剧《云水洛神》,取材于中国家喻户晓的“洛神赋”这一历史、神话题材,以独特的视角赋予剧中人

物强烈的个性,对这一爱情故事、神话传说进行了全新的艺术阐释,艺术化地揭示了中原地域丰厚的文化积淀。《云水洛神》的唯美阴柔与《风中少林》的雄浑阳刚形成鲜明的对比,两部完全不同风格样式的舞剧姊妹篇,为“郑歌”的长远发展打下了良好的基础,同时,这也是剧院对自身演艺产品市场布局的大胆尝试。

为落实河南省委、省政府“郑汴融城”精神,郑州歌舞剧院与开封歌舞剧院先行开展文化对接,将歌舞剧《清明上河图》按照省委宣传部“主创本土化、演员本土化、演出市场化”的思路进行改版。该剧由汴两地优秀青年演员担任主演,艺术再现了北宋东京汴梁的繁华盛景。剧目一经推出,就以其清新的舞美灯光设计、青春靓丽的表演阵容、高亢华丽的唱腔演绎赢得了社会各界的广泛好评,市场也是一路走高。

改革开启动力之源 创新成就市场之路

齐岸青坦言,创精品固然是一个艺术团体的生存之本,但对当初刚刚上任的他来说,最大的压力还是来自于市场。齐岸青说:“机制的调整应



新加坡街头的《风中少林》海报。

郑州歌舞剧院现任院长张向荣对记者表示。体制创新带动了经营机制的创新,通过大型原创舞剧《风中少林》的生产,“郑歌”摸索出一套机制创新模式:实行投资主体股份制,项目创作委约制,主创(演)职员签约制,优秀人才合同制,演职人员聘用制,市场运营代理制。

为走出专业艺术表演团体的演出由政府“统包统揽”,不演不赔、少演少赔、多演多赔的怪圈,“郑歌”的剧目由公司进行市场化运作,走产业化、专业化的市场营销之路,适应不断变化的市场环境 and 艺术经营环境,为剧目培育市场、创建市场、开拓市场、占领市场。在具体经营运作中,利用其专业经纪公司的触角,广泛联系,采取媒介参与、企业赞助、机构运作等方式,形成良性互动,实现利益共赢。

郑州市文化局局长阎铁成说:“我们要按照现代企业的管理模式,来发展我们的剧院,在资源上放开视野,通过签约模式来打造我们的队伍。过去我们剧团的一个包袱就是养人的问题,这条老路现在肯定是行不通的。要把最优秀的演艺人才汇集起来,为我所用,需要用市场的方法来操作,而不是过去靠行政、财政的办法包起来。”

全方位开发演艺产品的衍生产品,拉长其产业链条,是演艺产品走文化产业之路的重要环节。“郑歌”在这方面从一开始就走在了全国剧团的前列。

禅武结合名扬海外 精湛演出赢得票房

河南省委常委、郑州市委书记王文超曾说:“有了郑州歌舞剧院,郑州的文化产业就有了一条驶向世界的船。”郑州市市长赵建才在剧院院舍改造时,对剧院提供了强力支持。他认为,一个城市之所以能够延续和发展,繁荣和昌盛,最重要的是它的文化底蕴。郑州歌舞剧院从创建以来,一方面以改革创新促艺术创作,另一方面致力于中华文化在海内外的传承与发扬。赵建才说:“郑州歌舞剧院是我们国际文化交流的一个友谊使者。”早在成立之初,郑州歌舞剧院就定下了要借助少林禅武文化的世界影响力,开拓海外市场,探索可持续发展之路的目标。

2006年2月,《风中少林》赴台湾演出。这是祖国大陆迄今到台湾进行文化交流规模最大的团队之一,演出场次和观众均创历史之最,蓝绿阵营高层悉数观演,引起海外媒体的高度关注。2007年1月和9月,《风中少林》随“中原文化港澳行”活动两度赴香港演出,中原文化的深厚魅力深深打动了香港观众。2008年7月,《风中少林》成功赴新加坡演出并引起轰动,剧组还受到新加坡总统纳丹、国务资政吴作栋等的接见,同年9月,该剧赴澳大利亚阿德莱德参加澳大利亚艺术节的闭幕式演出,受到近20家当地主流媒体的高度关注。

2009年1月至3月,《风中少林》再度赴澳,先后在堪培拉、墨尔本和悉尼3个城市进行了33场商业性巡回演出,所到之处,激起空前的社会反响。澳大利亚主流媒体对该剧澳洲巡演进行了前所未有的积极回应和肯定,新闻媒体不再是一味关注中国功夫,而是对舞剧所体现的深厚的中国文化内涵,特别是舞蹈和功夫中蕴涵的禅、武、医精神,进行了全面报道和展示,表现出了当地主流社会的肯定与赞赏。《风中少林》的澳洲巡演,不但创下了国内精品剧目海外商演场次的高纪录,还赢得了令人满意的票房和口碑,该剧的海外实战演练,为国内演艺产品进一步打入海外市场积累了经验。

目前,郑州歌舞剧院以一院三剧的资源优势已跃居全国知名文艺团体行列,剧目生产和演出都取得了良好的业绩。2008年8月,剧院被评为河南省文化体制改革先进单位,同年10月,郑州中远演艺娱乐有限公司被文化部命名为全国文化产业示范基地。但是,“郑歌”人并没有满足现状,结合解放思想大讨论、河南建设文化大省、文化产业跨越式发展的新思路,他们正根据自身品牌优势和资源优势,大胆设想,谋求跨越式发展。目前,海外市场的开拓、驻演项目的洽谈、演艺产业的开发等,都在进一步向前推进。5年前,郑州歌舞剧院还是一棵小小的艺术幼苗,5年后,“郑歌”在“追求经典、创造美丽”的艺术实践中,逐渐成长为一棵可以筑巢引凤的大树。它的成长是在坚持深化改革,向管理要效益、向市场找出路,向管理要效益、向市场找出路的管理创新的力度以及艺术创作实力、经济实力和影响力的铸建中实现的。

(本版图片由郑州歌舞剧院提供)



2009年3月,《风中少林》剧组完成在澳洲的33场巡演后,演职人员在悉尼歌剧院及港湾大桥前留影。