

沧州邮政、通信、保险、房地产业

缘何联手办戏曲名家展演

本报记者 隗瑞艳

当很多文艺院团正在用心琢磨如何获得更多企业支持以拓展演出市场的时候，一些企业也开始积极向演出业伸出橄榄枝以扩大企业品牌影响力。8月20日，由河北省沧州市邮政局、民建沧州市委、中国移动通信集团河北有限公司沧州分公司主办的“中华五大戏曲名家展演系列活动”在沧州高调推出。该市几大班子领导和4000余名观众观看了尚长荣、谷文月、李维康、耿其昌、于魁智、李胜素、蒋建国、吴琼、陈春等京剧、评剧、河北梆子、豫剧、黄梅戏名家的精彩演出，戏剧界和文学界的专家学者还在高端论坛上针对戏曲的传承与发展等问题进行了广泛而深入的研讨。

文化传承是共同的命题

沧州市邮政局局长任炳怀是该活动的重要策划人，他说，沧州邮政局正在用多维的创新思路推进“文化兴邮”“项目兴邮”战略，以更加多元的业态，更好地服务于沧州经济、服务于沧州百姓。文化传承是大家共同的命题，邮政企业对于文化传承同样有着勇敢担当的责任感，作为扎根地方、依托于全网的服务性企业，沧州邮政局在对接外部优秀文化、完善丰富本土文化的过程中，乐于发挥积极推动作用。而举办这次活动旨在对接全国高端文化资源，丰富当地群众日益增长的文化需求，探讨传统文化艺术在当代经济语境下的发展与传承。

在中华五大戏曲高端论坛上，与会专家、学者各抒己见。中国戏剧家协会分党组书记、秘书长李国平认为，戏剧的一大核心问题还是如何更好地传承和发



李胜素和于魁智在演唱京剧

展，怎么不断推新人和推剧目，现在戏剧较为直接的表现是观众不看戏，而且戏迷也不仅满足于那些老戏。随着现代文明对传统文化的侵蚀，戏剧剧种只有强化自己的风格和韵味，展示独门功夫和魅力，才有存在价值。

著名京剧表演艺术家尚长荣说，无论是新创剧目还是传统剧目，都要注重当代社会审美需求，戏曲院团要考虑“激活传统”。

央视著名主持人白燕升直言，现在戏曲界的“团结起来单干”现象令人担忧，会上交流时你好我好大家好，回去以后各干各的。同时，他认为传统艺术不应该只在非物质文化遗产名录里求生存，更要在人民群众喜闻乐见中求发展。

企业搭台唱的不单是戏曲

“中华五大戏曲名家展演系列活动”汇聚了邮政、通信、保险、房地产等跨界的多家企业参与，台上的名家演出可圈可点，观众

叫好声不断，而台下多家企业也精心策划了营销大戏，借机宣传企业文化理念及产品。

记者了解到，在演职人员及受邀嘉宾所住的酒店大堂内，一些参与活动的企业工作人员适时地进行着产品展卖。翻开两个版本的演出宣传册，除了演职人员、剧目和剧种的介绍外，上面还插入了房地产、邮政、通信、保险、家具、酒等企业产品的宣传页面。细看系列活动的单项活动，也可看出多家企业打的是分工合作的“组合拳”：戏曲高峰论坛挂的是“邮政杯”，戏曲名家展演打的是东塑房地产“颐和杯”，环渤海经济文化高峰论坛加了“中国移动全球通”前缀。多种资源的整合，让该项活动在当地声势颇大，吸引了相当多的眼球。

一位企业的工作人员说，这次演出入场票卖得很火，一周前就销售一空。而借助受关注度较高的演出等文化艺术活动来宣传企业，树立良好的企业形象、提

演艺营销

每逢换季的商家打折促销，似乎总给消费者以清理库存的印象；但在文艺演出领域，“折扣”的存在非但不同此意，更是一种市场营销和培育观众群体的科学手段。在国外演出界，“明折明扣”长年存在，并且成为一个运转良好的系统，从交响、歌剧、芭蕾到音乐剧、话剧，几乎无演不折。然而，“折让”在国内剧院还是被作为某场演出出票告急，或是面临市场景气度不佳时的应变手

高企业知名度很有帮助。过去常说“企业搭台、文化唱戏”，其实，现在很多企业意识到在担当社会文化责任的同时，也要唱好自己的营销戏，取得双赢乃至多赢的效果。

“沧州地方不算大，经济也不算发达，但能集多家跨界企业积极策划这样的文化活动，对演出业及文化界的人士来说，无疑传达了利好的信息，也对演出业如何整合社会资源有一定启示意义。人家非文化类的企业对演出活动感兴趣，那么演出业人士应该拿出更好的艺术产品乃至更好的营销策划，来共同推动演出业的繁荣发展。我想跨界合作有一定知名度和实力的企业，尤其需要高端的优秀产品，不然沧州的多家企业干嘛要名家展演呢？”一位演出商跟记者交流时说。



每逢换季的商家打折促销，似乎总给消费者以清理库存的印象；但在文艺演出领域，“折扣”的存在非但不同此意，更是一种市场营销和培育观众群体的科学手段。在国外演出界，“明折明扣”长年存在，并且成为一个运转良好的系统，从交响、歌剧、芭蕾到音乐剧、话剧，几乎无演不折。然而，“折让”在国内剧院还是被作为某场演出出票告急，或是面临市场景气度不佳时的应变手

国内剧院：缺少稳定折让制度

伍 斌

段。“给我们包掉一部分，给你八折。”诸如这类临时抱佛脚之举也经常能看到。一些业内人士认为，国内剧场的折让意识应该早日对接国际舞台，不妨变演出前削价为“明折明扣”的固定演出营销手段。

折让菜单与演出季不同步

在受众消费水准与国内相仿的俄罗斯马林斯基剧院，与每个演出季同时推出的预售折让规定，观众越早订票，票价优惠越多。从纽约卡内基音乐厅、柏林爱乐大厅到悉尼歌剧院，提前一

走了走在前列的京沪一些剧院建立了客户档案和会员制度，并提供一些折扣外，大多数还是演一场卖一场，既缺乏足够的提前预售时间，也没有相对稳定的折让制度。已有的会员折扣也多属于让“微利”，比如北方某知名剧院的演出票提前再多时间预订，也只能以95%至98%的价格拿到。海归的刘姓观众认为，折让菜单与演出季同步推出，其实有利于剧院测算和控制演出成本和票房回收情况，更有利于实实在在地提升演出的上座率，无论对剧院还是观众，都是一种实惠。

经典演出培育观众尤需折让

京沪一些剧院的演出季已可以跨年规划，这在国内剧院是一个不小的进步。但是，营销手段单一，票房销售缺少有层次的预售折让，也是掣肘一些海外名团在国内取得票房和上座率成功的因素之一。在国外，交响、歌剧、芭蕾如今也是需要年轻观众中推广的高雅艺术，因此，“明折明让”成为不少剧院吸引和培养年轻观众群的

“我们唱绿油油春天的禾苗，我们唱金灿灿秋天的稻香，我们唱红红火火今天的好日子，我们唱亮堂堂明天的希望，天蓝蓝，花艳艳，鸟儿飞向天……”由著名词作家乔羽作词、著名作曲家徐沛东作曲的一首原创歌曲《天蓝蓝》，8月17日回荡在中国歌剧舞剧院小剧场。被誉为“西部歌王”的原生态歌手高保利首张专辑《极域天音》的新闻发布会现场，他以明亮粗犷而高亢剔透、金属味道十足的嗓音令大人为赞叹：如此可以唱到高音HALHALC的高度，堪称目前中国乃至世界为数不多的超高音之一。

高保利的首张个人专辑《极域天音》是中国原生态与国际先锋流行音乐的完美结合，收录了多年来久唱不衰的《山丹丹开花红艳艳》、《桃花红杏花白》、《东山上点灯西山上月》、《圪梁梁》、《赶牲灵》、《想亲亲想在心眼儿上》及他的原创歌曲《天蓝蓝》、《吉祥安康》、《溜溜的情歌》和与老师王昆对唱的一首经典老歌《翻身道情》。王昆、徐沛东、姜昆、阎维



王昆与弟子高保利



徐沛东谆谆教诲高保利

“西部歌王”高保利唱出“中华魂”

姚 东

找专业老师上课，一个月就花费1200元，从家带来的钱花光了，连早餐也免了。

第二年，他首次参加了央视的“星光大道”，因过度紧张，在周赛中即被淘汰。

2005年一个偶然的机会，高保利凭借一首原创歌曲《仰望平型关》，在“纪念抗日战争胜利60周年红色旅游启动仪式平型关篇”的大型文艺演出中，被山西省委宣传部领导发现，机会开始渐渐眷顾高保利。此后一年当中，连续参加了中央电视台的“星光大道”、“华夏之根”山西民歌精品演唱会、“光耀太行”山西民歌演唱会、第四届中国民族文化博览会、2006年北京新春音乐会等。

艺术之路上，遇伯乐相助

2006年在高保利心中留有特殊记忆。他在某歌舞团招生面试时，为“苗条”些脱去了毛衣毛裤，以致冻得发烫到39.6度。当时正赶上禽流感，他被强制留院，还被发了病危通知单。而他为参加青歌赛而准备的一万元几天就报销了，最后只得悄悄离开医院……

然而，2006年也是高保利的丰收年。他被著名歌唱家王昆收为关门弟子。同年参加了第十二届全国青年歌手电视大奖赛，取得汉族歌手唯一独唱优秀奖，并得到评委专家的一致好评。

不鸣则已，一鸣惊人，看过他演出的观众无不被他那神奇的极限高音所震撼。眼睛是心灵的窗户，声音是情感的释放，在自然的流动中以超乎自然的高音演绎着一个个优美的音符。

中国音协分党组书记、副主席、著名作曲家徐沛东是高保利的伯乐，是他推介高保利进入了中国歌剧舞剧院，成为一名专业团体的歌手，接受专业团体的艺术熏陶。专辑《极域天音》的新闻发布会上，徐沛东对高保利的赏

识和关爱溢于言表，他说，虽然高保利第一次在青歌赛的成绩并不理想，但他却被高保利的声音感动了……现在高保利已经成为职业歌手，但他希望高保利仍要坚持走自己的路，歌声始终要拥有“民族魂”——可以出新，但不要出新到别人不认识你了。

王昆老师眼中，弟子接“地气”

2008年，高保利第二次参加CCTV青年歌手电视大奖赛，夺得山西赛区金奖，全国总决赛铜奖，是历届CCTV青年歌手电视大奖赛原生态唱法首位获此殊荣的汉族歌手。

谈及弟子高保利，王昆的眼中流露着慈爱。她说，高保利是从中央电视台举办的第十三届青年歌手大奖赛中跳出一匹健壮的黑马。“我把覆盖在中国大地上的众多品种的戏曲、民歌音乐等都看作中国艺术的‘地气’。高保利幸亏没有进过什么音乐学院，所以在原生态唱法比赛中得到名次，他规规矩矩地作为演员，在山西梆子剧团及罗罗腔剧团里浸泡了12年，因此，我说他是充分地接过了‘地气’的人。罗罗腔和我老家河北省的‘老调戏’有共同的‘姻缘’，这两个戏曲的曲调之美及真假声的巧妙运用妙不可言，老百姓称它为‘勾魂戏’。当然，高保利在家乡的大山里的‘坎樵樵’上和山沟沟里的自由自在的歌唱也是在‘接地气’。没有接过中国传统的艺术‘地气’和大自然中的‘地气’，就没有高保利这样透亮的嗓音和他在舞台上那种与自然和谐的气质。”

王昆至今记得青歌赛中余秋雨为高保利出了一道素质考核题，即：在一分钟之内讲出一个和生日有关的故事。“高保利回答的多么精彩哟！他说：有一次我带娘去看病，应医生的要求，询问母亲的生日，才发现娘和自己的生日竟是同一天，于是才知娘已为

自己举办过了大小几十个生日了，而自己却不知娘的生日是哪一天，感到非常的羞愧。”

“高保利母亲的手我摸过，那是我从没见过的一双布满厚厚老茧的手。高保利父亲从18岁起在家乡被村民们选举为村支书，直至现在已做了40多年，却依然心甘情愿地做着义务支部书记，如今儿子在京城甚至全国都有了些名气了，父亲还要求儿子尽可能对村里的乡亲们做些贡献。难到这样的父母不是高保利吸吮过的‘道德地气’么？高保利就是吸吮着这种中华民族的优良文化传统、高尚的道德情操的各种‘地气’成长起来的。听他在台上唱歌，犹如沐浴了一降清新的春风，因为他的歌中有‘魂’，有‘中华魂’。”恩师王昆的一席话，让高保利泪水涟涟。他说，王昆老师至今没收他一分钱学费，还“赔”了好多次饭——一有好吃的就会给高保利打电话叫赶紧过来……

如果有机会，把民歌唱遍全世界

中国曲艺家协会分党组书记、相声表演艺术家姜昆曾几次带高保利出国演出，他说第一次听到高保利的“海豚音”就被震住了——那不是一般的“海豚音”，而是“母海豚生小海豚”的声音，非常有震撼力。

这些年，高保利参加了中央电视台的多台大型晚会、各个栏目的录像、北京电视台等多家卫视台的大型晚会、公安部春节文艺晚会、北京新春音乐会、全球华人新春音乐盛典、中国原生态十大歌王演唱会，都有他的身影。2008年他多次去汶川灾区慰问演出，2009年春节随文化部慰问团再次来到汶川灾区慰问演出10余场，并与灾



区的父老乡亲们共度新春佳节……他参加的演出已达3500多场。

高保利坦诚地说：“我就是个农家孩子，但是我希望把我的原生态民歌唱出国门，让那些外国的歌唱家也进一步了解我们的原生态民歌，学学我们中国的民歌。如果有机会，我要把我们中国的原生态民歌唱遍全世界……”

今年5月，他还和老乡阎维文、谭晶一起作为山西省三大形象大使，站在了世博会的舞台上。作为山西省大同市人大代表、文化部青联委员和中国扶贫形象大使的他，决心不断继承、发展原生态艺术，让原生态的歌曲唱出中国，唱响世界，尽展中国民族艺术的风采。

高保利对国家级非物质文化遗产“罗罗腔”一直钟情，为了保护这一小剧种并尽点微薄之力，他还准备出版一张“罗罗腔”的专辑，并将在今年年底举办个人首场音乐会。

高保利获奖情况

- 2008年参加第十三届全国青年歌手电视大奖赛，获全国总决赛铜奖。
- 2008年参加第十三届全国青年歌手电视大奖赛，获山西赛区金奖。
- 2006年参加第十二届全国青年歌手电视大奖赛全国总决赛，获优秀奖歌手奖。
- 2006年参加第十二届全国青年歌手电视大奖赛，获山西赛区银奖。
- 2005年参加第四届中国民族文化博览会，获民族歌手金奖。