

国际范儿——国内音乐节新特色

本报记者 杨浩鹏

近年来,国内的音乐节市场日益壮大,5月俨然成了乐迷的“朝圣”时节——迷笛、草莓、热波、大爬梯、乐谷、花田……诸多新老音乐节轮番出击,既为乐迷带来了视听享受,也为国内演出市场和音乐产业带来了新契机和新挑战。

当现场音乐业已成为当前全球音乐产业中收入规模最大的一块时,各界也都将目光投向了这块巨大的蛋糕。据不完全统计,2007年中国只有4个音乐节,到2011年,已有近100个。竞争中的洗牌不可避免,毕竟,谁能在众多音乐节中办出自己的特色,谁才能笑到最后。

音乐节能否成为北京的城市名片?

音乐节作为近几年新兴的产业模式,已成为多个城市最新追求的城市名片。在各地地方政府的扶持培育下,音乐产业从2009年开始进入井喷时代。据不完全统计,仅2010年,2011年两年时间,全国各地户外音乐节总计超过70场,总产值超过20亿元。2012年更是百花齐放,北京、上海、广东、成都、杭州、厦门均有品牌性音乐节开启。

从2009年开始,音乐节开始出现了扎堆的现象,尤其是每到“五一”“十一”,各种音乐节便蜂拥而至。作为中国音乐节起始地的北京,在前不久的“五一”小长假,北京音乐节的三大传统势力:顺义奥林匹克水上公园迷笛音乐节、通州运河广场草莓音乐节、朝阳体育场大爬梯音乐节争奇斗艳,努力维持北京音乐节市场上三足鼎立的格局。但从去年才开始举办的中国乐谷·北京国际流行音乐季,虽然今年只是第二届,已经以其高端路线引起了各界的注意。

哪家音乐节能够成为北京的名片?目前尚未有定论。作为乐谷音乐季的执行承办方,北京歌华莱恩文化公司总经理魏明表示,北京需要一台能够与其国际化大都市的城市目标相适应的音

乐节,这台音乐节辐射的市场不仅仅是国内,还应包括亚太地区。“乐谷音乐季从创办之初便以此为目标,这也与平谷区打造中国乐谷的目标不谋而合,双方互为推动。”他说。

当然,音乐节作为音乐产业链的末端组成部分,还需要艺人经纪、场地管理、唱票销售、巡回演出等前面多个环节的支撑,因此,国内诸多音乐节因为音乐产业链的不完善或者某个环节的薄弱,在发展过程中都或多或少受到各方面因素的制约。因此,当乐谷音乐季纳入莱恩全球150多家音乐节体系中时,这也为其提供了相对于竞争对手更高的起点和更大的平台。据介绍,北京歌华莱恩文化公司由北京歌华文化发展集团与国际知名的演唱会推手美国莱恩公司共同出资组建,借助双方的合作优势,近年来成功运作过许巍《越VISA越动听》北京、上海演唱会,苏打绿《日光狂热》北京演唱会,鲍勃·迪伦北京、上海演唱会,2012年艾薇儿广州、北京演唱会等众多大型项目。近年来,美国莱恩公司不断在亚太地区的音乐节市场的扩张,不但在韩国兴建了基地,还收购了日本和澳大利亚最大的音乐节主办权,这些资源优势,也都为未来乐谷音乐季提供了更加广阔的国际平台。

打造一台国际范儿的音乐节

不管是国内还是国外,诸多音乐节举办的动机已不完全是从纯音乐的角度,而是结合旅游与经济效益等方面综合考虑。世界著名的音乐节,诸如萨尔茨堡音乐节、拜鲁伊特音乐节、爱丁堡音乐节等,皆以其较高的演出水准为举办地带来了来自全世界的乐迷,不仅充实了票房,也为当地带来了旅游经济效益。因此,演出阵容的质量决定了音乐节的成败。

然而,当国内近百台音乐节集中在同一时期举办,而优秀的国内歌手和乐队屈指可数,海外乐队资源难以利用时,带来的直接后果就是音乐节节目的同质化

乃至质量的良莠不齐。诸多音乐节以办成年轻人的音乐狂欢聚会为目标,却只是成为了一个家庭和朋友的聚会场所,甚至有媒体评论说,一些户外音乐节已被商业绑架沦为郊区农家乐。

与此相对应,中国乐迷自费去海外看音乐节也已成风潮,美国的柯契拉音乐节、罗拉帕罗扎音乐节,英国的格拉斯顿堡音乐节,日本的富士摇滚音乐祭等,到处都有中国乐迷“朝圣”的身影。然而,这两年来,在竞争与洗牌的过程中,随着几大音乐节的阵容日益强大,不出国门便能在音乐节上见到国际巨星不再是梦,甚至出现了海外乐迷来中国“朝圣”的现象。

2011年的首届乐谷音乐季中,艾薇儿等欧美大牌音乐人在两天内的集中空降让中国乐迷大饱耳福眼福。再加上演出现场与欧美顶级户外演出接轨的舞台灯光音响制作,使得乐谷音乐季的“国际气质”深入人心。今年乐谷音乐季更是推出了诸如英伦摇滚开山鼻祖级乐队the Jesus and Mary Chain、英国灵歌天后Joss Stone、英国当红摇滚新军White Lies、美国梦幻摇滚年度黑马School of Seven Bells等重头戏,这不仅驱动着国内各地的乐迷纷纷前往位于北京东北角的平谷。据魏明介绍,大量日韩乃至世界其他地区的摇滚乐迷成为本届音乐季的重要购票人群。

此外,在参与模式上,国内的音乐节也不断寻求与国际接轨。记者注意到,国内音乐节纷纷效仿

国外,在举办场地划出一片露营地,乐谷音乐季还专门开辟出一块房车基地供乐迷使用。

音乐节发展模式的探寻

即使是迷笛和草莓这类音乐节中的传统势力,以及歌华莱恩这种站在巨人肩上的新兴音乐节操盘方,在面对音乐节盈利模式和发展结构上,也都是极为慎重。毕竟,相对于国外音乐节市场来说,中国的音乐节市场虽然潜力无限,但仍处于培育期。

从总体上来说,地方政府的投入目前依然是多数音乐节的资金来源,但是几家大型音乐节开始依靠商业化的方式寻求盈利,自负盈亏。据了解,门票和企业赞助成为了几大音乐节最主要的收入来源,而衍生品开发以及现场餐饮等服务的消费也逐渐被主办方重视起来。

此次迷笛与草莓音乐节举办期间,乐迷们很容易就能看到各大赞助品牌的广告牌。魏明表示,虽然都是现场音乐演出,但音乐节相对于专门的演唱会项目来说,能够给予赞助企业更多的自主权,实现更高的赞助企业与演出体验的结合度。

记者注意到,在票价方面,对比之下,虽然只是第二届,但乐谷音乐季的票价却是几家最高的。对此,魏明表示,这是由乐谷音乐季的演出质量决定的。“乐谷音乐季从一开始就走高端路线,面对

的也是一个独特的消费群体。”此次音乐季尚未开始前,便有在华外企等向他们咨询订票事宜。

而在演出阵容方面,随着乐迷的品位不断提升,传统的老面孔已经不能满足乐迷的胃口,甚至有乐迷们开始厌倦音乐节上每年都是那么老几位。这也给一些音乐节主办方以思考的方向:能否将音乐节打造成为一个推广新人的平台?

在国外,不少乐队因在音乐节上表现出众而一举成名。在国内,传统的几大音乐节主办方也纷纷大打新人牌,比如摩登天空音乐节从创办之初就以打造新人乐队“最佳出发平台”标榜自己。而草莓和迷笛也纷纷在近两年的音乐节中推出了一些新人乐队,比如“清舞台”为迷笛音乐节首次设立,据迷笛创始人张帆介绍,该平台旨在发掘摇滚新人,帮助众多优秀的年轻乐队登上迷笛音乐节的舞台。

乐谷音乐季也把推广新人作为音乐节的一项重要目标。魏明表示:“乐谷音乐季引起了海外演出采购商的重视。”据了解,在去年的首届乐谷音乐季中,作为压轴演出的刚刚年满17岁的萨克斯手李高阳及乐队的硬波爵士乐演出一亮相便引起了海外演出商的关注,演出结束后便有演出商与其签订了海外巡演的合同。魏明表示,未来的一个重要目标就是要将乐谷音乐季打造成为优秀华语艺人的推广平台。



5月12日,中国湖南省杂技团与加拿大基奇纳—滑铁卢交响乐团联袂在加拿大多伦多索尼艺术表演中心同台演出,这种创新的表演形式受到观众的热烈欢迎。图为表演球技的杂技演员(前)与交响乐团同台演出。

新华社发(邹峰 摄)

演艺论语

主旋律音乐剧会好看吗?

——赏音乐剧《告诉海》

本报记者 陈瑞艳

一部以跨海大桥为背景的大工业题材音乐剧《告诉海》,5月2日在浙江杭州剧院上演。该剧由浙江宁波市委宣传部、宁波市文化广电新闻出版局出品,不仅艺术地再现了世界上最长、建造难度最大的跨海大桥艰辛宏伟、惊心动魄的建设过程,而且展示了大桥建设者和亲人克服空间与心灵障碍,走向和谐美好生活的思路历程,生动地反映了当代青年的事业观和爱情观。对于类似宣传题材的剧目,不少观众会有一种“疏离感”,这样一个题材的音乐剧,能否做得好看?

故事情节真实感人

清末民初。东海上,一艘木船满载一群宁波商人,离开家乡,去闯世界。他们顽强地抗击惊涛,挑战命运,发出梦寐以求的呐喊……

当代。宁波,大桥零公里处,桥梁专业硕士洪海波毅然放弃赴美攻读博士机会,留在家乡,投身跨海大桥的建设。为此,他与在

美国定居的未婚妻宁宁以及身为民营企业家的父亲洪振江矛盾迭起……

剧中,已成为跨海大桥建设工程技术员的洪海波每当夜深人静思念远在美国的未婚妻时,喜欢在自己的工作日志上画下一朵玫瑰花。一天一朵,画了99朵,成就了一个美丽的99朵玫瑰的故事。在优美旋律的伴奏下,洪海波深情吟唱“每一次落笔,你知道为了谁。你可愿收下玫瑰,衬着浪花点缀,只为你妩媚”,着实让不少观众眼圈泛红。据了解,这个故事其实是有其原型的,当年一名建桥工人,每天画一朵玫瑰,他下桥的第一件事,就是把这99朵玫瑰交给了等着他的女朋友。

随着大桥建设的进程,洪海波经历了严峻的考验和磨砺,对青春和人生价值有了更深的感悟。宁宁也在情感波折中受到震撼和感动,大桥合龙之时,他俩也建起心灵之桥。

虽然该剧以大桥建设过程为背景,却选取了两个爱情故事贯

穿始终。主线是一对年轻情侣因为事业,曾有过分歧和争执,但最终理解了爱的真谛。而辅线是一对革命夫妻,丈夫牺牲了,妻子却一直坚守着爱情。

音乐旋律优美动听

音乐是音乐剧的灵魂,很大程度上决定着观众是否喜欢剧目。曾为中国残疾人艺术团编曲舞蹈《千手观音》、上海世博会创作主题歌《微笑的东方》的知名作曲家董乐弦的音乐创作,没有让《告诉海》的出品方失望。

该剧音乐制作由管弦乐合成,旋律优美,气势磅礴。唱腔设计有男女声独唱、二重唱、三重唱、四重唱和合唱,通俗与美声唱法有机结合,特别是有关爱情抉择的男、女声二重唱细腻、撩人,深深打动了观众。剧中共有28首歌曲,《心愿》充满了对人生与未来的憧憬,《我的爱人,我要和你一起看》则透露了人生的感伤与悲欢,《等你太久》带有心酸的无奈,《只要你好好的》缠绵悱恻,

5月11日,北京市政府与港中旅集团签署了《关于北京天坛演艺区项目战略合作协议》,这标志着筹备多年的天坛演艺区计划正式启动。根据合作协议,在从幸福大街到龙潭湖公园的大约一平方公里的土地上,将在5年内新建34座剧院、新增观众座席2万余个、总面积近百万平方米,成为一个园林式演艺聚集区。熟悉北京市地理环境的人都知道,这一平方公里的土地位于北京二环内,称得上是寸土寸金,在这里建设规模如此之大的演艺聚集区,其出发点和立足点是什么,值得探究。

有东方特色的演艺聚集区

未来建成的天坛演艺区会是个什么样的?这是许多人所好奇的。签约仪式当天,北京市市长郭金龙在致辞中表示,天坛演艺聚集区“在总体规划上将体现中国园林‘亲近自然、天人合一’的哲学与美学理念,突出中国特色、东方气派,打造中国园林式演艺聚集区”。

据项目实施方、港中旅集团旗下文化企业北京天创演艺公司总经理曹晓宁介绍,天坛演艺聚集区总用地面积约100万平方米,其中水面40万平方米,将成为世界唯一的“园林式演艺聚集区”。项目地段包括“一街”——幸福大街,总长1370米;“两园”——北京游乐园和龙潭湖公园;“三湖”——龙潭东湖、中湖、西湖,水面达40.5万平方米;“一广场”——幸福广场,拟在演艺区中心位置建设,占地3万余平方米。同时,西邻大栅栏、北接王府井、中有天坛公园的区位优势,也使得这一区域充满了独特的文化积淀。在这些得天独厚的地理位置和文化资源的支撑下,未来建成的天坛演艺聚集区将别具东方特色,而不仅仅是世界知名演艺聚集区的“中国版”。

为北京打造文化旅游制高点

伦敦西区 and 纽约百老汇,这两个世界闻名的演艺聚集区几乎是中国演出业的“朝圣”之地,因为它们用天天上演的剧目和川流不息的观众证明了演出业可以是一个很赚钱的产业。这两个演艺聚集区的繁华也揭示出了演艺聚集区的生存法则:既要有文化上的创造力,也要有观众人数的支撑。对于天坛演艺聚集区而言,这两点也是必须考虑的问题。

实际上,今天的北京已经成为一个国际化的旅游城市。数据显示,2010年北京接待国内外游客共计1.23亿人次,同期纽约和伦敦的游客量分别为4880万和2610万——北京的游客总量是纽约的2.5倍,伦敦的4.7倍。而在百老汇和伦敦西区,游客占观众数比例高达60%以上。因此,在积聚了北京旅游资源的核心地带打造一个演艺聚集区,其对北京丰富的游客资源的“野心”显而易见。

对此,曹晓宁表示,来北京的很多游客在白天欣赏完旅游景点后,其实晚上也希望能够看一些富有文化意味的演出,西区和百

「天创」推动天坛演艺区计划 北京打造「园林式演艺聚集区」

本报记者 曲晓燕

本报驻北京记者 王晓凤

老汇对游客有着巨大的吸引力,北京作为一个规模更大的旅游城市,理应有一个这样的聚集区能够满足游客的文化需求。而坐落在北京核心旅游区的天坛演艺聚集区正是希望能够承担起这样的任务,希望未来来北京的游客中的80%能选择到这里来进行文化消费,从而为北京打造出一个文化旅游的制高点。

中国特色的剧目荟萃

对于目前“不缺钱”的国人来说,建设剧院并不困难,但是剧院建成以后演什么、如何吸引人进入剧院则是一个很大的问题。有如此多剧院的天坛演艺聚集区未来演什么是很多人心头的问号。

对于这个问题,作为天坛演艺聚集区倡议者、发起者和参与者的天创演艺来说是一个早就在设想和规划中的问题。曹晓宁表示,天坛演艺聚集区的剧目将不会以音乐剧为主,而是根据中国游客的特点需求去定制。目前天创公司旗下已有全球上演超过5000场的品牌剧目《功夫传奇》,以及常态演出的《梦幻漓江》、《新白蛇传》、《喜玛拉雅》等。“天坛演艺区只有13个大剧院,如果全国各地都想来北京打造一台展示地方文化的常态剧目,10多个大剧院根本不够用。”曹晓宁充满自信。而这还不算作为一个国际级的演艺聚集区,这里将对国际优秀剧目产生的巨大吸引力。

海派舞剧《周璇》诠释“歌后”一生

本报讯 由东方上海国际文化出品、上海歌剧院演出的原创海派舞剧《周璇》,5月29日和30日将在国家大剧院上演。

作为海派艺术扛鼎之作的舞剧《周璇》,以上世纪30年代老上海特殊历史背景来表现主人公“金嗓子”周璇对艺术和人生的不懈追求,融合了各种艺术流派,综合体现了海派艺术兼收并蓄的艺术特点,表现形式新颖,艺术风格独特,剧中电影元素的添加、周璇经典歌曲的变奏都给舞剧另一种艺术美的活力,堪称当代海派艺术的代表作品之一。

原创舞剧《周璇》的总导演为2008年奥运会开、闭幕式执行总导演陈维亚,艺术总监为国内著名舞蹈艺术家周洁,女主角周璇的饰演者朱洁是桃李杯获奖者,男主角天涯的饰演者陈涵是日本琦玉创作舞蹈大赛的获奖者,强大的演出阵容使该剧更具艺术张力。

据悉,原创舞剧《周璇》诞生以来,曾在国内演出20余场,此次进京演出,为2012年全球巡演的修改版,以国家大剧院的演出为全球巡演的出发站,年底赴美国巡演,目前已有美国六大城市13场演出在接洽中。(李泓)