

# 国家艺术院团创作生产繁荣发展

## 中国国家京剧院

### 新创、保留、传统剧目来相会

吕慧军

中国国家京剧院近年来积极参与公共文化服务体系建设,充分发挥国家院团“导向性、代表性、示范性”的作用,以人事制度改革、分配制度改革和以目标管理为主要内容的管理机制建设为支点,狠抓剧目建设、人才建设、市场开发、关注民生四项重点工作,各项工作取得了长足的进展。

#### 立足国家水准、民族特色、中国气派

国家京剧院确立了以创排新剧目、新排优秀保留剧目、继承传统经典剧目三位一体的剧目创排格局,使剧院的艺术创作进入了良性发展轨道。

国家京剧院在剧目创作中,坚持民族化、大众化、精品化的创作取向,2010年以来,新排和创排了一批面向群众、面向市场,思想性、艺术性、观赏性相结合的优秀作品,受到热烈欢迎。新排剧目《满江红》、《柳荫记》、《文姬归汉》、《强项令》分别荣获国家艺术院团优秀剧目展演优秀演出奖和演出奖。2010年创排的新编历史剧《慈禧与德龄》荣获2010年国家艺术院团优秀剧目展演剧目奖后,又在第12届中国戏剧节上荣获优秀剧目奖、优秀表演奖和优秀音乐奖。2011年创排的新编历史剧《大漠苏武》荣获2011年国家艺术院团优秀剧目展演优秀剧目奖之后,又在第6届中国京剧艺术节上荣获一等奖。2012年5月1日,该剧还与澳门中乐团合作,成为第23届澳门国际艺术节开幕式演出剧目。

#### 创新人才培养方式

在人才培养上,在研究了全

国京剧院团的人才状况后,针对国家京剧院的人才现状,院长宋官林提出了“延长当红艺术家的舞台青春,缩短青年人才的成长周期”的战略。2011年5月,聘请各行当的专家对全院40岁以下中青年演员进行了对口交流考核,严格检验和梳理了全院中青年演员的业务水平。对在考核中脱颖而出的优秀人才,利用剧院畅和园剧场,举办了17场“畅和园之夏、之秋”——优秀青年演员展演活动。在此基础上,聘请名家一对一地进行传授并进一步筛选,于2012年3月在梅兰芳大剧院举办了“年轻的朋友来相会”优秀青年演员展演活动,50余名青年演员共计演出17场,取得了良好的社会效益和经济效益。

#### 公益经营两手抓,强化品牌经营策略

此外,国家京剧院积极投身公共文化服务体系建设,把社会效益放在首位。自2006年以来,每年坚持公益性演出近百场,先后赴辽宁、甘肃、青海等地慰问演出,并坚持把每年的第一场演出奉献给建设北京的农民工。在“文化下乡”的同时,积极参与“高雅艺术进校园”活动,从2006年起至2011年,剧院3个团分批次分次行动,已走遍四川、安徽、湖北等省区市的近百所院校进行京剧知识讲座,演出传统戏、现代戏近150场。同时,剧院积极吸纳社会力量资助公益演出,连续两年举办“春平爱心行动”,在北京郊区演出31场,丰富了北京郊区群众的文化生活。

2012年4月,为落实中央和文化部关于“走转改”的指示精神,国



《满江红》剧照

家京剧院与山东鲁东京剧文化促进会合作建立基层基地,以实际行动积极参与公共文化服务体系建设。

#### “借船”与“造船”并举,推进京剧“走出去”

国家京剧院坚持公益、经营两手抓,立足北京,面向全国,推进品牌战略。作为国家艺术院团,不仅立足北京,更要放眼全国。首先,不断强化在北京举办的以经营性为主的三大“演出季”的演出主题,以“传统·经典·高雅·时尚”为主题的“新春演出季”,以“新作·经典·名家·新秀”为主题的“五一演出季”和以“经典彰显国粹风采,流派营造百花争艳”为主题的“金秋演出季”。其次,强强联合,借助演出公司运作优势,打造“中华行”国家京剧全国巡演品牌。2008年至2011年,共商演900余场,演出收入4000余万元,取得了良好的经济效益,在全国京剧演出市场逐步形成了品牌优势。

在推动京剧文化“走出去”方面,国家京剧院“借船”与“造船”

并举,2007年以来,剧院以参加政府项目、慰问侨胞、文化交流等形式派出20个团组赴美国、俄罗斯、波兰等20个国家及我国港澳台地区,为传播中华文化、弘扬京剧艺术做出了积极贡献。为了加强两岸文化交流,剧院从1993年起,连续15次赴台湾地区演出,以经典的剧目、强大的阵容,在岛内形成了“国家京剧院”的演出品牌,为沟通两岸人民的感情做出了积极的贡献。

除了上述“借船”形式外,剧院利用各方面资源,积极运作“造船”,从而更好地“走出去”。自2006年,在中国对外友好协会的积极协助下,剧院与日本民主音乐协会建立了稳定长期的合作关系。剧院根据日方的题材要求,量身打造适应日本观众欣赏要求的“对路”剧目,已两次成功赴日本30多个大中城市巡回演出,演出近130场。此外,剧院还积极拓展各种渠道,通过国外演出公司和热爱京剧艺术的外国友人,以商演的形式把国粹艺术传播到英国、德国、瑞士等国家,也取得了良好的效果。

党的十七大以来,国家话剧院这座属于百姓的剧院,沿着大会精神的指引,坚持以建设社会主义核心价值体系、弘扬主流戏剧文化为首要宗旨,创作出一系列反映社会现实的优秀作品,并且积极树立高度的文化自觉和文化自信,切实履行了国家话剧院作为“共和国戏剧长子”的重要社会职责。

近期,2012“国话之春”演出季如期而至,《西厢记外传》(原名《孙飞虎抢亲》)、《理查三世》、《笑面人》等新作相继在海外首次亮相,而下半年在“国话之秋”演出季将推出的《大宅门》、《红岩》、《活着》等剧目,也都进入创作阶段。加上经典的复排剧目,国话全年将有近30台剧目在全球50多个剧场上演,预计完成近千场演出。继“国话之春”

是2009年推出的由老演员雷恪生主演的《这是最后的斗争》,这部戏直指官场腐败,同时给人以希望;之二是2011年在国家大剧院首演的《问苍茫》,这部戏重点关注社会弱势群体,提倡自尊自强的精神;之三将以呼唤当今学术界“治学诚信”为题材,将矛头直指学术腐败,目前正在剧本创作阶段。

“良心三部曲”充分体现了国家话剧院对于戏剧艺术“凝魂聚气、引领风尚”这一重要社会功能的追求。2010年,国话首创“大陆创排、台湾首演”模式的话剧《四世同堂》在台湾首演,成为了两岸文化交流的重大事件,并创下众多纪录:一年内演出超过100场次、10万以上入场人数、3000万元人民币票房、演出地点遍及海峡两岸25座城市,先后获得多个舞台

上大放异彩。今年,国话将推出一批反映社会主义核心价值观的话剧及影视剧作品,例如话剧《大宅门》、《红岩》、《093号潜艇调查报告》以及电视剧《红岩》、《这是最后的斗争》等,通过褒扬真善美、贬斥假丑恶的鲜明导向,以引导全社会增进共识,树立信念。

在“文化下乡”慰问演出活动中,国家话剧院结合自身的演出资源与特点,创排了《信》主题综艺演出,该剧通过老百姓喜闻乐见、充满浓浓亲情的文艺节目,传达出信心、信念、信任等情感内涵。如今,这一主题演出已成为国话下乡演出的保留剧目,先后赴福建、广东等地的30多个市县,深入农村演出50余场,观众累计达到50余万人次。

自2009年起举办的“消夏戏

## 中国国家话剧院

### 创作“新现实主义”,演出“一长三多”

姚筱

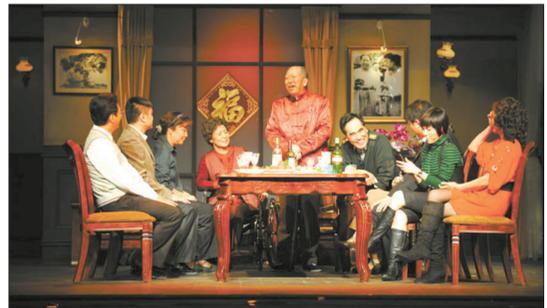
后,“消夏戏剧广场”“国际戏剧季”以及2012“国话之秋”也将陆续拉开序幕。

自党的十七大以来,特别是从2009年起,国家话剧院确立了“推崇社会理想、体现核心价值、反映现实生活”的创作理念,创作推出大量体现主流艺术发展方向的优秀剧目。其中,2009年至2011年剧院新创剧目共计17台,主题综艺演出4台,加上之前10余台保留剧目,在海内外近70座城市演出1979场,国话将“一长三多——长时段、多剧目、多场次、多场点”的演出运营模式贯彻到实处,创出了较好的社会效益和经济效益。

在创作承载着主流价值观的剧目上,国家话剧院以“国计民生”为选材的视角,推出了国话“良心三部曲”。“三部曲”之一

剧奖项,其中包括2011年国家艺术院优秀剧目展演优秀剧目、编剧及表演奖等。同时,近年来,国家话剧院陆续创作演出了《红玫瑰与白玫瑰》、《向上走,向下走》、《都市困人》等一批精品佳作,产生了良好的社会反响。

剧广场”活动一直致力于打造“百姓剧院”,通过每年推出不同剧目的“亲民票价”惠民演出,不仅满足了群众欣赏高雅艺术的文化需求,同时使演出剧目在广大群众的支持与建议中更为完善。据统计,2011年“消夏戏剧广场”平均



《这是最后的斗争》剧照

值得一提的是,国家话剧院于2011年提出了“新现实主义”的全新创作概念,力求集全院艺术家之力,探索多种现实主义风格,形成崭新多元化的创作体系,形成崭新多元化的创作体系。以王晓鹰“诗化意象的现实主义”、查明哲的“零零后现实主义”、田沁鑫的“当代新现实主义”、孟京辉的“新探索现实主义”、吴晓江的“新写实派现实主义”为代表的优秀剧目群,已经形成了国家话剧院新现实主义作品矩阵,在2011年的戏剧舞台

上座率达到95%,观众突破2万人次,较上年增长400%以上。继2011年“消夏戏剧广场”成功打造了一支由百姓组成的“国话百人志愿者”团队后,国话于今年同期将推出“国话之友”品牌下的又一为百姓打造的平台——“国话儿童俱乐部”,将举办一系列儿童戏剧体验活动。下半年,国话还将“国话高校之友”“国话社区之友”的建设全面启动发展,打造“百姓剧院”的理念进一步得到落实。

## 中国歌剧舞剧院

### 这些年越来越有情韵

杨烁

来剧院工作前我就听说,中国歌剧舞剧院是一个有着60年历史的国家级艺术院团,建院以来演出了《白毛女》、《窦娥冤》、《红楼梦》等近百部歌剧舞剧,拥有郭兰英、赵青、陈爱莲、乔羽等老一辈艺术家。然而在一次中青年干部培训班上,院长给我们介绍了剧院在上世纪80年代初,由于长期处在计划经济条件下,国有院团的管理模式以及民族歌剧舞剧的艺术形式与社会主义市场经济接轨存在着一定的难度,渐渐开始陷入困境。2001年剧院的全年事业收入只有100万元,演出场次落在国家级艺术院团的最后一位。

新一任领导班子上任后,勇于改革、科学决策,在他们的带动下,剧院收入连年翻番,2011年全年大型演出达384场,创下了国家级院团年演出场次之最,剧院的总收入达到1.2亿元,是10年前的100倍。

剧院领导摒弃了“等、靠、要”的依赖思想,根据剧院的实际情况确定了“以歌舞晚会带来的收益盘活歌剧舞剧”的经营方针,采用大众容易接受、见效快的歌舞晚会打开演出市场,积累了资金、留住了人才,实现了歌舞晚会的收入补贴创作民族歌剧舞剧精品目标。几年来,舞剧《南京1937》、歌剧《在那遥远的地方》、歌剧《红河谷》、歌舞诗剧《四美图》陆续呈现在舞台上,深受观众喜爱。

2011年8月,剧院原创歌剧《红河谷》作为国家艺术院团优秀剧目展演开幕式剧目在北京保利剧院演出。一年间,这部作品在国家艺术院团优秀剧目展演、首届中国歌剧节上获得优秀剧目奖、优秀导演奖、优秀作曲等几十个奖项,也被列为2011年度国家舞台艺术精品工程资助剧目……大大小小的奖状、奖牌、奖杯摆满了剧院的展示柜。

剧院发展到今天更离不开党和国家的支持与关怀。记得2006年我大学毕业第一次走进中国歌剧舞

剧院的大门时,我几乎不相信这是一个国家级的院团。室外楼梯通向办公区域,舞蹈演员的宿舍是后搭建的平房,两个见不到阳光的排练厅,木地板下面经常发出老鼠的叫声……院长笑着对我说:“不奇怪,



《红河谷》剧照

喜的是,在中国歌剧舞剧院正逐步建立起可持续发展的科学有效的管理模式,正在工作的人为剧院稳步发展而拼搏奉献,离退休的老职工为剧院今天取得的成绩而自豪,大家都怀着感恩的心,盼着剧

院越来越好。领导与职工之间、部门与部门之间、新老演员之间的团结、和谐令人感动。

剧院2006年推出中国首台情景歌舞晚会《四季情韵》;2007年舞剧《南京1937》列入国家舞台艺术精品工程;2008年搬入位于北京南三环刘家窑地区的新址;2009年情景歌舞晚会《四季情韵》演出收入过亿元;2010年首届国家艺术院团优秀剧目展演中获得9项大奖;2011年创排推出具有里程碑意义的歌剧《红河谷》,全年总收入1.2亿元。2012年恰逢剧院成立60周年,剧院用以演庆的形式庆祝这一特殊的日子,歌剧《红河谷》、《原野》,歌舞诗剧《四美图》,歌舞晚会《四季情韵》、《天边的祝福》等9台具有代表性的舞台艺术精品在北京上演。不举办庆典仪式,不召开研讨会,所有要说的话都呈现在舞台上,用一部部舞台艺术精品,用每一位演职人员的精神面貌,用观众的掌声,来共同纪念中国歌剧舞剧院60年的光辉历程。

身为剧院办公室的工作人员,我亲身经历了剧院几年来的变化。在文化体制改革的大潮中,利益的重新分配,内部机制的改革,矛盾的出现不可避免,但可



《水墨中华·风》剧照

## 中国东方演艺集团

### 改革排头兵,演艺产业化

徐璐璐

在文化体制改革的浪潮中,中国东方演艺集团作为首个国家艺术院团改革的排头兵和先行者,转企改制,向“市场大潮”中奔去。

#### 成绩量变改革步伐 舞台彰显时代气息

2011年,中国东方演艺集团总收入再创历史新高,达到2.0115亿元,较2010年增长54.7%,蝉联“中国文化企业三十强”称号。集团人均年收入达15.12万元,较2010年增长13%;完成演出场次316场。

对此,中国东方演艺集团董事长、总经理顾欣直言:“在今天这个时代,文化需求已经多元化,中国东方演艺集团应该有自己的重新定位。首先是体制创新,我们不能游离在市场经济之外,不能拿计划经济的那一套来生产艺术作品。另外,我们要创作出能够符合当今观众尤其是年轻观众需求的作品。”

2011年的中国东方演艺集团已经跳出了以往常规化演出的禁锢,将市场的目光投向了更为广阔的领域。集团彻底打破以往“游击战”的老路子,成功探索了“驻演”和“巡演”两种全新模式。现在每周四至周日晚上,在北京青蓝剧场,

都能欣赏到中国东方演艺集团的驻演演出,一个引领高雅文化生活的品牌阵地正逐步确立。2011年11月至2012年1月,中国东方演艺集团在全国各地保利院线的巡演走过了全国20多个城市,通过演出票房实现了与终端市场对接,一条覆盖全国、贯通南北的院线巡演之路也在逐步建立完善。

#### 牢记文化为民 坚持文艺惠民

中国东方演艺集团始终坚持以文化的力量提升群众幸福指数,以企业的身份争当公益性文化服务的代表。2011年集团全年316场的演出有40%直接服务县以下基层群众,还先后深入青岛理工大学、中国海洋大学、中国民航大学等数十所高校演出。

2011年10月30日,中国东方演艺集团在福建省南安市蓉中村的“国家级文艺院团联系基层基地”正式创立,率先开创了国家级院团基层共建的先河,同时合资组建了“中国东方演艺集团蓉中文化产业有限公司”,以公司实体分步开展新农村文化艺术培训、舞台演出项目合作、文化品牌延伸等一系列合作。

#### 人才为本 改革先行

转企改制以来,中国东方演艺集团本着“不拘一格选人、唯才是举用人、千方百计育人、优惠政策留人”的用人理念,2011年和2012年分别进行了业务考核。

顾欣介绍:“我们首先从人事制度上进行改革,打破职称的终身制,通过改革,一大批年轻的艺术家脱颖而出。”

通过进一步优化人才资源配置,集团积极推荐岗位,大力组织职业培训,现在很多转岗人员在集团培训中心、影视中心等新业态中重新找到了自己的定位,在集团产业拓展的新岗位上做出新的贡献,做到了“在岗人员舒心,转岗人员安心,待岗人员放心”。

多元化的人才选拔机制、畅通的人才发展道路、灵活的用人机制,大大激发了艺术生产的活力。2011年8月,中国东方演艺集团有8

台大型剧目同时上马,其中4台全新的晚会《炫》、《水墨中华·风》、《东方世纪行》、《红歌耀东方》同时参加文化部国家艺术院团优秀剧目展演,获得了优秀剧目、优秀演出、优秀编导等多个奖项。

#### 抢抓机遇 激流勇进

中国东方演艺集团始终探索着演艺产业做大做强的最佳途径,紧紧抓住“演艺产业化,产业立体化”这根主线,全力提升集团新的经济增长点和核心竞争力。

2011年7月,集团与江苏熔盈投资集团联合成立东方熔盈文化艺术股份有限公司,仅注册资本就达1亿元。

2011年8月,集团联合多家民营企业,成立了以培训和艺术教育为主业的东方培艺文化发展有限公司,拟在3年内打造全国最大的艺术教育培训机构。2011年12月,集团又以股份制形式,与东莞电视台合作成立东莞市东方演艺歌舞剧团有限公司,全力拓展中国东方演艺集团在华南地区的演艺市场阵地。

同时,集团还在不断地拓展和培植新的创收渠道和经营实体。集团培训中心2011年全年总收入超过770万元,较2010年增长50%以上;集团演出公司完成全年演出收入1467万元,较2010年翻了一番多。

