



# 第十届中国艺术节会刊



## 艺术节回眸



# 文化强国之路

## 历届届中国艺术节巡礼

本报驻山东记者 苏锐

1987年创办至今,即近而立之年的中国艺术节,社会知名度日益上升,影响力不断扩大。26个春秋,中国艺术节历经改革开放和文化体制改革大潮洗礼,见证我国文化艺术的发展与繁荣。在坚持“艺术的盛会 人民的节日”办节理念的前提下,每一届中国艺术节都有新变化与新使命。正值第十届中国艺术节举办之际,我们梳理艺术节的举办脉络,以期在探寻历史过程中,使读者更好地了解艺术节,关心艺术节,并共同祝愿艺术节越办越好。

### 背景与主题 与时代发展息息相关

自第一届至今,中国艺术节的发展历程一定程度上反映了我国经济、政治、文化、社会发展的历程。可以说,20多年来我国经济、政治、文化环境的巨大进步构成了中国艺术节诞生和发展的整体背景。每届艺术节在继承往届方针、宗旨的基础上,各自又有着与其所处时代背景相契合的办节动因与主题。

上世纪80年代中期,我国经济体制改革加速推进,人们对文化艺术的繁荣充满期待。在此大背景下,文化部于1986年10月8日正式颁布《关于举办中国艺术节的决定》,决定于1987年在北京举办第一届中国艺术节。“第一届艺术节”以“二为”为办节方向,以“双百”为办节方针,以“丰富多彩,健

康快乐,团结进取”为主题,艺术节期间组织的各种文艺表演、展览展示等活动始终贯穿这一主题,展示了中华民族源远流长的历史文化精髓和异彩纷呈的民族文化艺术,促进了中国对外文化交流事业的发展,扩大了中华文化在海内外的影响。同时,第一届中国艺术节还确定了中国艺术节办节章程和节徽,为之后的艺术节提供了办节模式和样本。

1989年举办的第二届中国艺术节,恰逢全国上下迎接新中国成立40周年,作为庆祝新中国成立40周年活动的重要组成部分,“二艺节”主题定为展现艺术创作成果,展示群众文化生活的多彩面貌,维护安定团结的政治局面。

经过前两届的探索,第三、四、五届中国艺术节开始不断拓展内涵和外延。1991年,第三届中国艺术节首次离开北京,在云南省昆明市举办。“三艺节”旨在展示我国在经济、政治以及文化领域的实力。同一时期的云南省,经济发展迅速,人民安定团结,文艺事业不断兴盛。作为一个多民族省份,其举办艺术节不仅可显示我国一个时期中文艺事业取得的成就,更能集中展现改革开放以来我国各民族文化发展的新成果。3年后,第四届中国艺术节在甘肃省兰州市举办,体现了中央对西部的重视。同时,甘肃省是中华民族文明发祥地之一,历史资源丰富,举办“四艺节”利于世界更好地了解

中华文明。1997年,党的十五大胜利召开及香港回归构成了“五艺节”的时代背景,因此,当年的艺术节主题定位“爱国、团结、繁荣,荟萃艺术精品,弘扬民族文化,振奋民族精神,欢庆十五大,迎接新世纪”,以恢弘气势和浓郁艺术魅力,充分展示我国文艺事业的最新成果。

无论是第一至第五届,还是后来举办的第六、七、八、九届中国艺术节,我们都能找到其与所处时代背景相适应的主题和特色。第十届中国艺术节是党的十八大胜利召开后举办的首次国家级艺术盛会,其筹办过程又恰逢中央八项规定出台,因此“简约不简单,节俭更精彩”便成了“十艺节”的一大特色。

### 运作机制 不断探索创新

尽管中国艺术节由于所处时代背景不同,主题有所不同,但每届中国艺术节的举办模式和运作机制都在不断探索,艺术节也走过了“中央主导,地方协办”到“中央、地方共同办节”再到“政府主导,探索市场化运作”的过程。

第一届和第二届中国艺术节均是在北京设主会场,在全国部分省市设分会场;管理模式为中央主导,地方协办;经费来源于国家文化事业费和对

艺术节的专项补助。

第三、四、五届开始,中国艺术节探索中央与地方合办。第三届中国艺术节将昆明作为主会场,集中展现当地优势和特色,实现了艺术节的集中效应和规模影响力。此外,“三艺节”首次将经贸活动融入艺术节,为艺术节的市场化运作进行了探索。第五届中国艺术节开始进一步探索市场化运作,提出“政府调控、全民参与、市场运

作”,建立了“以国家财政补贴为主,以社会赞助、展演收入、营销收入、广告宣传为辅的多元筹资机制,并制定艺术节捐赠赞助活动优惠政策,提高了社会各界参与艺术节的积极性。

在前几届探索的基础上,第六、七、八、九届中国艺术节的市场化意识更加强烈。“六艺节”首次发行艺术节彩票,筹集资金4000万元。“七艺节”积极利用艺术节品牌资源,着力探索“以

节养节、广泛合作、良性竞争”的营销新机制,鼓励社会力量参与艺术节展演、票务、接待等工作。“十艺节”更是做大做强艺术节品牌,积极发挥艺术节的品牌效应,社会筹资累计达3.2亿元,超过往届艺术节总和。

可以说,在坚持办节主旨的前提下,历届中国艺术节在办节模式及运作机制等方面都有各自的探索与创新。

### 办节成效 促进水平提升 惠民力度加大

对文化建设各阶段精品剧目评奖及艺术活动集中展演,是中国艺术节的办节初衷,也是历届中国艺术节的重头戏。作为我国文化领域规模最大、规格最高的艺术盛会,艺术节的举办为各地文艺作品提供了展示交流的舞台,也是对我国社会发展各阶段文艺事业成果的集中检阅。26年来,中国艺术节的节目展演更加走向多元,评奖机制不断创新,推动艺术创作水平提高的同时,潜移默化中加大了文化惠民的力度。

据统计,第一届中国艺术节共有演出剧目44台,演出168场次,观众数量逾20万人次;“二艺节”演出剧目60

台,演出165场次,观众数量数十万人次;“三艺节”演出剧目41台,演出204场次,观众数量25万人次……专家指出,第一届中国艺术节期间,至“二艺节”举办,演出内容已大大增加,到“三艺节”,由于在多民族省份的云南举办,其舞台艺术着重突出民族特色,着力表现璀璨多元的民族魅力。“四艺节”的参演作品数量较前三届有所减少,但作品质量更加精益求精;艺术门类方面增加了豫剧、陇剧,增加了现实题材等。

“六艺节”在东部沿海发达省份江苏举办,其规模之大远非前几届艺术节所能媲美。“六艺节”上的参演专业舞台艺术节目首次超过100台。同

时,参演节目的门类也精彩纷呈,既有传统的京剧、话剧、歌剧,又吸纳了儿童剧、木偶剧、交响乐,满足了不同观众群体的欣赏需求。可以说,中国艺术节内容的不断丰富,本身即是对文艺工作者提升创作水平的激励,同时也让更多百姓欣赏到了各具特色的文艺节目,而且,艺术节的内涵也在不断丰富,特别是群星奖的引入和广场演出、文化活动的增加,以及演艺交易平台的搭建,使艺术节时代特色持续加强。

在一届届艺术节举办过程中,贴近群众、服务群众的色彩越来越浓,文化惠民成为显著追求。第十届中国艺术节筹办期间,伴随艺术节运作

模式渐趋成熟,其惠民效应也在逐渐显现。山东8个市的30个演出场馆承担文华奖评比演出,4个市的5个演出场馆承办群星奖决赛。全省还将举办各类群众文化基层演出逾1800场次,含全国优秀美术作品展览在内的各类展览150个,另外,还将举办演艺产品交易会及“剧院建设和综合运营高峰论坛”。本着文化惠民、方便群众的原则,“十艺节”票务管理中心实行大众化票价,所有演出最高票价不超380元,最低票价20元,主推60元左右中低票价。“十艺节”,这届节俭、务实、惠民的文化盛事,必将为中国艺术节的历程增添浓墨重彩的一笔!

## 精彩导读

“一艺节”: 展现艺术创作演出成果  
丰富人民群众文化生活  
C02版

“二艺节”: 群众性国际性增强  
民族特色更加浓郁  
C03版

“三艺节”: 民族团结盛况空前  
文化荟萃气势恢宏  
C04版

“四艺节”: 荟萃艺术精品  
弘扬民族文化  
C05版

“五艺节”: 欢庆十五大  
迎接新世纪  
C06版

“六艺节”: 迈向新世纪  
跨入新千年  
C07版

“七艺节”: 丰富多彩的艺术盛会  
欢乐喜庆的人民节日  
C08版

“八艺节”: 极目楚天舒  
文化景象新  
C09版

“九艺节”: 岭南文化辉映  
“中国盛典”  
C10版