

## 京津冀推进演艺交流与合作

## 不少亮点,不少困难,不少思考

本报驻北京记者 李 雪

“资金6月底就到位了,三地文化厅(局)也通了气,目前正在协调剧目,遇到不懂的,我们就给北京那边打电话请教。”今年下半年以来,从北京市河北梆子剧团手中接过2014年京津冀河北梆子优秀剧目巡演的接力棒后,河北省河北梆子剧院副院长李平芳就忙得不可开交。11月,三地10个河北梆子院团将带着11台剧目唱响燕赵大地。

今年4月,借京津冀三地协同发展的东风,由北京市文化局、天津市文化广播影视局、河北省文化厅及河北省石家庄市文化广电新闻出版局主办的京津冀河北梆子优秀剧目巡演(北京站)一炮打响,在三地文化领域引起不小的轰动。由此,院团也开始谋划开拓京津冀市场,希望通过优势互补、共建共享,实现三地演艺文化的深度合作。

## 协同发展要有内容支撑

“市场最好的是北京,同样的戏,在北京的票房能达到十几万元,但在天津4万元就够多了。”对天津北方演艺集团有限公司副总经理钟海来说,北京市场具有无法抵挡的诱惑力。天津创排的剧目进京演出已成常态,今年天津儿童艺术剧院还参加了北京市“圆梦中国·春苗行动”优秀少儿题材舞台剧目展演。“三地合作交流有很大好处,北京作为文化中心,几十年里一直是我们的主战场之一,而河北是诸多地方戏曲的发源地,底蕴深厚,有了三地协同发展的方向,对各院团实现文化交流很有指导

意义。”钟海说。

三地梆子院团初次联手唱大戏,除了良好的社会反响,北京市河北梆子剧团还与河北省廊坊市固安县固安大剧院达成协议,在剧院每年60场演出中,拿出24场作为梆子剧团专场,一年中固定每月给当地百姓演出两出大戏。“连环拳打出来了,我们大家轮流坐庄,把剧种传承下去,只有从事这个剧种的人来做,才能引起周围人的关注。”北京市河北梆子剧团团长王洪玲说。

而早在2011年,北方昆曲剧院就在首任院长韩世昌的老家河北省高阳县河西村挂了块响亮的牌子——北方昆曲培训基地。剧院每年送戏进高阳,请艺术家义务给当地小学生上课,手把手传授昆曲艺术。“京津冀协同发展不只是行政说法,得有内容支撑,昆曲作为人类非物质文化遗产代表作,我们也希望在这方面有所作为。”北方昆曲剧院副院长曹颖透露,剧院打算在明年初开展三地巡演,同时把昆曲戏迷和戏曲研究专家请到北京,探讨昆曲在京津冀的推广路径。

## 惠农补贴,百姓如何得到更多实惠

“世界杂技看中国,中国杂技看河北,但现在,河北的优势正在逐渐丧失,因为我们花六七年培养出来的拔尖人才都跑到了外地,演出市场一度萎缩。”提起三地合作各自的优势,河北省杂技团党总支书记张进军感到很痛心。他

透露,《转动地图》曾是河北省杂技团原创保留节目,但因杂技团挖走了这个节目过半数的演员,这个节目立马成为对方的品牌。“个中原因是一名杂技演员在河北每月只能挣2000元,而在北京,他们的收入是8000元。”张进军说。

对此,李平芳深有同感:“我们都羡慕死北京和天津了,他们的钱花不了,我们不够花。如果两地院团到河北商演,政府不会给任何补贴;如果是惠民演出,在河北,普通演员的演出费就50块钱,而在北京和天津,普通演员能拿到两三百块。如果三地无法打破地域限制,那河北在市场上将始终处于劣势。”

8月28日,北京市文化局、天津市文化广播影视局、河北省文化厅在天津签署了《京津冀三地文化领域协同发展战略合作框架协议》(以下简称《协议》)。《协议》指出,三地应在优势互补、共建共享、统一开放原则下,推动文化发展实现同城化谋划、联动式合作、协同化发展。三地共同出台艺术团演出补贴政策,鼓励各类所有制艺术团在三地惠民演出。

对此,钟海认为,目前,三地的惠民补贴政策多是把财政资金直接补贴给院团,而老百姓很难感受到实惠,而过度地低票价也不利于市场秩序的建立,补贴政策要在保持市场活力的前提下进行科学规划,实现院团的良性运转。

## 《协议》出台,还需从项目入手

相比于漫长的人才培养过程,更让

张进军着急的是京津冀文化协同发展的课题目前更多的还是停留在纸面上,《协议》的出台虽然提供了合作方向,但执行起来仍有无处下手之感。“大的思路不从小处着手根本没办法落实,京津冀一体化现在急需从具体项目入手,只要政策利好,我们杂技团愿意先试先行探探路子。”张进军说。他的“路子”是京津冀三地同类艺术团以项目为单位,本着“风险共担,利益共享”的原则,发挥各自长处,共同打造一台在国际上能获奖、在基层能演出的剧目,树立京津冀三地共有的文化品牌。

而对于《协议》中提到的“以市场机制推进院团院线建设,推动三地演艺业联动发展,提升整体竞争力。建立互联互通的演艺信息共享平台,统一发布京津冀地区的演艺信息”,钟海表示,很有必要,但操作起来难度较大,因为剧场都是独立经营,除非你给的价格高于别人,剧场才会听你召唤,“我们集团下属的剧场协调一件事都很困难,目前国内也只有保利院线拥有一套成熟高效的运营模式。”他建议,三地文化部门可以出台通用的惠民卡,异地看戏可以享受同样的折扣,实现演出市场的互动。

“我希望政府在三地的演出市场、剧场院线、政府补贴等环节出台操作性强的政策,而院团还是要扎扎实实地把舞台守好,创作出优质的剧目,这样等三地实现真正互通有无时,院团才不至于被淹没,在市场上才能拥有票房号召力。”张进军说。

## 百家横议

## 千人拣砖掌掴了谁的脸?

士 木

俗话说:“一人拾柴火不旺,众人拾柴火焰高。”世间之事往往如此,众志成城之下总会获得意想不到的收获。这些天,在古城保护需要的大篇章中有了这样的小插曲——与西递古村落结缘的艺术家应天齐联合付志强、胡石、刘克峰3位建筑师在芜湖古城组织了一场千人拣砖大型当代艺术活动。应天齐的设想是利用古城废墟中搬出的古砖作为原材料,在古城中间主要地块建造古砖广场,并在广场中建造“古城文化中心”博物馆。

将艺术与建筑融合,以保护古砖来留住古城,这对于一直致力于古城保护的艺术家来说,确为其开拓了一条新的思路。因为保护古城就是要保护古城中的一砖一瓦,如若只留有古城的虚表,而其内早已被新砖新瓦所填充,那么保护古城的初衷也不过是一句空话。试想,如果我们早些年就有这样的意识,那么在古建筑修复中,就不会无古砖可用或以新代旧了。然而,很多时候,即便想做出与几百年前一样工艺的砖瓦,也已无从下手。笔者在探访一些古城时,曾不只一次听到这样的遗憾之语——因砖瓦制作的传

统工艺已经失传,缺补之处只能用不同工艺的砖瓦来代替。

所以,对于千人拣砖的活动,我们应该予以肯定,古城保护需要这种“众人拾柴”的劲头,虽然在来势汹汹的城镇改造面前,这一举动如同一个美丽的肥皂泡终究会破灭,但它至少引起了人们对古城保护再次的关注,也是一种正能量的激励。更何况,对扒砖人来说,这更是一次无情的舆论掌掴。

然而,激情洋溢过后,我们又不得不为生冷的现实所悲叹。因为这只是艺术家的一个美丽愿景,现实情况是,越来越多的古城在没有文物专家论证的前提下就匆匆被开发,在利益的驱动下,多少古建筑、古城被改造得面目全非、韵味尽失。在轰隆隆的城市改造中,挖土机碾过的是我们再也无法恢复的珍贵遗产。多少年后,留给后人的只有那些模仿、山寨过后的复制品。所以,古建筑、古城保护,不是心血来潮的一时之举,需要地方政府和建设方及时转变思路,充分论证、多方探访、严密规划、谨慎进行。社会各界人士也应以积极的态度,以一己之力支持古城保护,如此一来,保护古城、留住文化遗产的愿望才可能实现。

## 甘肃购买4000多场演出免费惠农

本报讯 甘肃省日前出台《关于购买农村公益性演出服务的方案》。方案提出,2014年10月1日至2015年3月10日,甘肃省级财政将在全省1228个乡镇购买每个乡镇不少于4场公益性文艺演出服务,免费为农村群众演出。购买内容为秦腔、陇剧等具有甘肃地域特色且群众喜闻乐见的戏曲节目以及民族歌舞、杂技等。

本次购买演出服务以甘肃省财

政厅为购买主体,以甘肃各县级文化部门为实施主体,以甘肃国有文艺院团或民营院团为承接主体,通过政府采购方式承接公益性文艺演出服务。购买演出以省级院团每场1.2万元、市州级院团每场7000元、县级院团每场5000元为标准,利用乡镇舞台、流动舞台车等现有场所和设施,在各乡镇组织实施。(顾善忠 苟晓飞)

## 第二届北京惠民文化消费季:百姓享受打折优惠已超4000万元

本报讯 (记者曲晓燕)第二届北京惠民文化消费季自8月20日启动以来,相关活动相继展开。截至9月23日,已有近686万人次参与本次消费季,超过286万人次直接消费,线上成交额达27.80亿元,线下成交额达16.09亿元,总计约43.9亿元,比首届北京惠民文化消费季一个月19亿元的成交额增长约24.9%。

据了解,第二届北京惠民文化消费季更加重视发挥网上文化消费活动的带动作用,邀请京东、当当等综

合性电商龙头企业以及校园之星、绿野网、中演票务通等文化电商参与。

此外,北京文惠卡已经成为惠民文化消费季的重要平台和动力。截至9月21日,北京文惠卡申领发放共计124万张,大礼包共发放58.5万份;签约商户1205家,门店2308个,加盟商户涵盖电影、戏剧、图书出版、艺术展览等文化消费领域;累计实现交易额4.8亿元,交易笔数29.6万余笔,动卡率达23%。老百姓通过文惠卡享受到的打折优惠已超过4000万元。

## 首届安徽文化惠民消费季:财政支付1000万元补贴消费者

本报讯 (驻安徽记者乔国良)9月19日晚,合肥市酷爱音乐的王女士花30元钱买了3张票,和两位朋友一起在合肥大剧院观看了全省合唱比赛。这是安徽推出的首届文化惠民消费季给普通群众带来的实惠。

据悉,首届安徽文化惠民消费季自9月19日揭幕,至11月19日结束,其优惠内容是:看戏剧演出、购买书籍、订阅报纸、观看电影等文化产品服务,均以最低价推出,消

费者在此基础上可再享受减费或打折优惠。安徽省委宣传部有关负责人告诉记者,以前财政补贴大多用到文化产品生产或供应方,现在要重点解决群众看得起、方便看的问题,所以这次省财政支付1000万元用来补贴消费者。

首届安徽文化惠民消费季由安徽省委宣传部统筹,安徽省文化厅、省新闻出版广电厅等12家省直单位、16个地市宣传部联合提供了44个大项活动、300多项子活动。

9月24日,“法蓝瓷淬炼大展”在北京新光天地商场开幕。此次展出的瓷器新品是法蓝瓷设计师撷取曹雪芹笔下《红楼梦》中的金陵十二钗为创作灵感而打造的《红楼梦》系列产品,以抽象的花卉隐喻金钗,透过当代的设计语言,诠释十二金钗的才情风貌。图为模特展示十二金钗瓷瓶。 本报记者 卢旭摄

## 中阿美术馆合作论坛举行

本报讯 (记者卢旭)9月24日,中阿丝绸之路系列文化论坛之“中国与阿拉伯国家美术馆合作论坛”在北京中国美术馆举办。论坛由文化部指导,中国美术馆主办,中央文化管理干部学院协办,邀请了国内主要美术馆负责人同阿拉伯国家美术馆负责人共同探讨中国与阿拉伯国家美术馆合作的现状与前景。

文化部外联局局长助理李立言出席论坛并作主旨发言。他表示,文化交流与合作在“一带一路”建设中将起到不可替代的桥梁和引领作用。为了弘扬和继承丝路精神,促进中阿文明的交融互鉴,推动中阿传统友谊,深化中阿全面合作,中阿美术馆管理者和美术工作者应加强项目合作,推动馆际交流,深化中阿在美术领域的合作关系。

约旦哈姆王国国家美术馆馆长赫雷斯指出,约旦的美术馆是非政府、非盈利机构,所以举办活动的资金就成了很大的问题。一些阿拉伯艺术机构缺少资金,阻碍其开展项目、履行职责。赫雷斯表示,中国支持我们的事业,跟我们建立了友好关系,希望中阿关系能够取得更好的发展。



(上接第一版)

中加文化交流中心是一家咨询和经纪机构,经常为中国和加拿大艺术团体提供市场分析和推广咨询服务,也把诸多加拿大知名演艺团体或节目引入中国。该中心主席宋海婴认为,中国演出产品走出去需要“联合制作”,艺术团、剧场院线(推广商)、经纪公司之间需要建立紧密联系,打造出适合中国和海外市场的好作品。

宋海婴表示,加拿大政府每年会划拨专项经费,用于本土演艺产品的海外推广,类似情况在韩国也存在。金钟中也提到,对于在韩国国内演出反响较

好的作品,政府会给予演出单位经费支持,资助他们将作品推广到海外。《光华门恋歌》在中国、日本等国家的推广即受益于此。

加拿大魁北克“冬季狂欢节”市场销售总经理让·大卫曾多次来华演出,并考察中国演出产业发展情况。他认为,中国目前潜在的文化消费群体庞大,应从自身文化的个性特征出发打造精品。同时,还要熟悉世界文化娱乐行业新标准、适应国际规则,“我们期待中国有更大发展,期待了解中国文化,希望中国的演出制作方和推广方能创新推出更多产品,供世界选择。”

宋海婴认为,目前中国国内演出产品在制作阶段给艺术家的限制条件太多,文艺作品制作阶段应抛弃商业性,给予艺术家最大自由,同时经纪公司需对产品有全面了解,做到有针对性地推广。“目前,加拿大会定期组织对经纪人和推广人的培训,提高他们的艺术欣赏水平,为观众引入更加精彩的节目。”宋海婴说。

对于目前国内演艺产业而言,首先需要的是创新观念。“韩国每年原创音乐剧达200部,我们连10部都不到。”柯朝平说,创新观念、落实政策,对推动国内演艺产业发展和演艺产品走出去至关重要。

prolight+sound  
SHANGHAI

上海国际专业灯光音响展览会

8-11.10.2014  
上海新国际博览中心



messe frankfurt