

推进文化自信自强

国内旅游出游8.26亿人次,同比增长71.3%;全国营业性演出44237场,同比增长227.68%……刚刚过去的中秋国庆假期,旅游演艺呈现出巨大潜力和旺盛需求。日前,文化和旅游部发布了一批全国旅游演艺精品名录,推出文化内涵丰富、艺术水平精湛、叫好又叫座的旅游演艺精品项目。

从风景游到体验游、文化游,近年来,沉浸式、强互动、新体验的旅游演艺,日益受到人们欢迎和市场青睐。白天看景晚上观剧,跟着演出去旅行,成为文旅消费新风尚。蓬勃的旅游演艺创作生产,丰富的旅游演艺文化供给,更好满足人民群众的精神文化需求,为文旅融合发展 and 扩大文旅消费注入更多新动能。

——编者

戏剧主题公园“只有红楼梦·戏剧幻城”——沉浸空间 可观可游

16扇风格迥异的门、108个各具特色的情景空间、12个大小不一的室内剧场……步入河北省廊坊市市的戏剧主题公园“只有红楼梦·戏剧幻城”内,一处处现代与古韵融合的园林美景,一场场生动丰富的沉浸式戏剧让人陶醉其中。

“没想到自己也当了一次演员。”在“第三十五中学”剧场,来自北京的游客许乐兮和扮演学生的演员们一起穿梭走廊,步入教室。课堂上,游客与演员一同落座,共同完成了这场戏剧表演。

导演王朝歌介绍,“只有红楼梦·戏剧幻城”以《红楼梦》为创作根基,以沉浸式戏剧艺术为手法,以独特的“幻城”建筑为载体,讲述了关于《红楼梦》作者、续写者以及读者的故事。

作为演艺旅游的新形式、体验经济的新载体,“只有红楼梦·戏剧幻城”打破了静态观看的传统戏剧演出模式,采用移步易景的设计理念,融合装置艺术与舞台沉浸技术,呈现出如梦如幻的沉浸式戏剧空间,让游客仿佛“走进”书中。

“来之前我以为这里是宁国府、荣国府、大观园的复建,来了以后才知道,这儿集合了和《红楼梦》有关的各个年代、各种情境和想象空间。”许乐兮说。“进入式的观剧体验太特别了,今天我们一共看了6场剧,明天一早我们还要来。”游客冉小宁和朋友专程从山东济南赶来。

“只有红楼梦·戏剧幻城”共设置了16个人口、上百个情景空间,超800分钟的剧目总时长,可以排列组合成个性化游览路线供游客观剧游玩。“项目出品方新绎控股有限公司总裁李晓菲说,“只有红楼梦·戏剧幻城”是河北省廊坊、国际戏剧公园的重要组成部分,将与其他项目一道,形成一个集戏剧、音乐、美术、美食等文化体验于一体的文旅产品体系。

城内是剧,城外是街。与“只有红楼梦·戏剧幻城”只有一墙之隔的水云间文化商街上,书中人物品尝过的美食、各式文创手作、艺术工坊引人驻足。文化商业街一旁,排列着一栋栋古朴建筑组成的水云宿集。

据了解,今年中秋国庆假期,“只有红楼梦·戏剧幻城”入园5万多人,观剧超12万人次,演出520余场。从开城到现在,“只有红楼梦·戏剧幻城”已入园近20万人,带动了周边餐饮、住宿、购物、娱乐等各种配套服务业态、文旅产业的发展。

“只有红楼梦·戏剧幻城”有力拉动廊坊文旅消费升级,推动影视、动漫、演艺、文创、戏剧等重点行业的全产业链发展,助力打造文旅产业链式集群发展示范区。”廊坊市委宣传部副部长、廊坊市文化广电和旅游局党组书记许建军表示,廊坊将积极推动数字技术与文旅业态的深度融合,不断丰富文旅消费市场,持续带动文化旅游消费升级。

实景演出《知音号》以轮船为舞台——移步换景 且行且赏

夜幕初降,在湖北省武汉市汉口江滩三阳广场与五福广场之间,一艘具有上世纪20—30年代风格的蒸汽轮船——知音号,如一顆明珠点缀于长江岸边。码头上,长木椅、木质集装箱等老物件错落有致地摆放着,吸引许多游客拍照。“我们专门搜集了各种老物件,以上世纪初汉口的商业文化为故事背景,从码头部分就为游客设置了鲜活的实景体验区。”讲解员罗琴边引导游客排队边介绍。

2017年5月20日,长江漂移式多维体验剧《知音号》正式公演,每天晚上演出两场。这部剧将整艘船打造成了舞台,可容纳600多位游客。全程108分钟的演出里,观众可以自由地穿梭在各个角落。“为了让游客能够更沉浸式地体验长江文化,我们的游轮以上世纪初的‘江华轮’为原型打造,里面的故事也都取材于那个时期的武汉。”罗琴说。

晚上7时30分,伴着悠长的汽笛长鸣,轮船的舱门全部打开,舒缓的音乐也随之响起,扮演鞋匠、船工、医生、科学家等角色

的演员一一登场。在轮船的每一层甲板上,演员们来回走动,神情并茂地说着台词。“我们有108个演员,通过他们演绎出不同的故事,进而展现出百年前的画面。”罗琴说。

10分钟后,汽笛再次响起,演员回到船内。轮船即将启航,游客化身“船客”,有序登船,演出正式拉开帷幕。进入一楼,船舱内的舞台中间,7对舞蹈演员摆着不同的造型,如雕塑般静立。待观众落座完毕,爵士乐响起,演员们顿时舞动起来。“观众不仅可以观看演出,演员们还会邀请观众互动,与他们共舞对戏。”罗琴说。

从轮船的一层到四层,在98个大小不一的房间里,不同的演员用几分钟或十几分钟的时间,演绎出几十个故事。“我们将体验演出的主动权交给观众,他们在船舱内没有固定的座位,移步换景,观众的眼睛就是镜头,他们的行动轨迹就是镜头行进的过程。”演出运营方、武汉朝宗文化旅游有限公司品牌宣传负责人伍迪介绍,除了观看演出,观众还能给朋友或自己写明信片,留下属于自己的独特记忆。

演出即将结束,游客聚集到了四层甲板上。不知不觉中,轮船也早已开到了武汉长江二桥下游,正缓缓逆流而上开回码头,两岸的高楼外墙,闪烁着不同色彩和图案的灯光秀。“我们通过《知音号》将武汉的过去与当下串联起来,让观众在畅游长江时感受时光穿梭,感受武汉百年长江文化变迁。”伍迪介绍,《知音号》已累计演出超1800场,接待综合游客超150万人次。截至今年9月,《知音号》2023年累计总票房收入同比上涨161%。

晚上9时10分,轮船回到码头,在演员和服务人员的挥手声中,游客缓缓下船。“未来,我们还将设计更多的活动,举办甲板聚会、咖啡厅聚会等,在戏剧、婚礼等方面进行拓展,将《知音号》品牌持续延伸。”伍迪说。

舞剧《长恨歌》18年演出4900余场——古今交融 常演常新

陕西西安,大型实景历史舞剧《长恨歌》现场,观众纷纷举着手机记录。“诗句伴随着演员们的演绎,从抽象的文字变成了具象的感知,拉近了观众与传统文化的距离。”河南游客侯秋梅说。

该舞剧以白居易创作的《长恨歌》为蓝本,以骊山为背景,以华清宫九龙湖作舞台,以亭、榭、殿、垂柳、湖水为舞美元素,借助科技手段,营造了星光闪烁的天空幕顶、如梦如幻的森林雾瀑……自2006年公演以来,该舞剧已演出4900余场,累计实现收入19亿元。

持续火爆有什么秘诀? “我们每年都会对演出进行更新,在叙事主线不变的情况下精益求精。从服装道具到舞台设计也不断升级改造,力求给观众呈现出‘常看常新’的效果。”华清宫景区副总经理聂庆林说。

华清宫所在的西安市临潼区是首批国家全域旅游示范区。区内不仅有秦始皇帝陵博物院、华清宫两个国家5A级旅游景区,还有着诸多历史遗迹和非物质文化遗产。“舞剧《长恨歌》是我们着力打造的文化IP,力求在文旅融合中实现文化传承创新,形成历史内涵丰富、文化个性鲜明、具有不可复制性的文化创意产品。”《长恨歌》艺术总监薛雷凯说。

此外,2021年12月,华清宫景区创新性推出了冬季版《长恨歌》,实现了北方冬季室外实景演出的突破。“经过多年探索,我们创新性地建立了一套适应夜间演出需求的《长恨歌》演出管理体系。”《长恨歌》总导演王文彦说,200多人组成的管理团队,从演出人员管理、物资设备管理、事件流程规范,到票务、安保、销售、保洁、接待的日常管理,分工明确。

随着旅游演艺热度不断提升,华清宫景区瞄准沉浸式文化之旅,将“旅游+文化”深度融合,带动景区热度不断攀升。景区内随处可见身着各式华服的游客拍照打卡,霓裳羽衣舞等丰富多彩的主题活动,身着古代服饰的工作人员,为游客带来沉浸式体验,游客在不经意间就能与“胡旋舞姬”擦肩而过。节假日期间,景区还开展唐诗研学活动,飞花令、读唐诗,让青少年在游戏互动中感悟诗词文化魅力。

据介绍,临潼区今年集中发布《西安市临潼区加快文化和旅游产业高质量发展三年行动方案(2023—2025年)》和支持文化旅游产业发展的优惠政策,丰富文旅消费业态、推出文化演艺新产品、打造特色旅游服务街区,持续激发文旅市场活力。

跟着演出去旅行——一批旅游演艺精品项目受到观众欢迎和市场青睐

本报记者 张丹华 邵玉姿 吴君



▲“只有红楼梦·戏剧幻城”读者剧场,观众在观看演出。本报记者 邵玉姿摄
▼舞剧《长恨歌》剧照。华清宫景区供图

▼“知音号”外景。武汉朝宗文化旅游有限公司供图

第七届中国戏曲文化周落幕

本报北京10月9日电 (记者潘俊强)日前,随着“国风超有戏”国风戏曲音乐会的结束,第七届中国戏曲文化周为期7天的主场活动在北京园博园落幕。本届戏曲文化周由文化和旅游部、北京市人民政府主办。

在本届戏曲文化周上,来自20个省份的近50个院团院校,围绕梨园精品、梨园荟萃、梨园嘉年华三大板块,奉上120余场演出、百余场次讲座导赏对谈、近200场次互动活动,现场吸引近10万人次参与。30场线上直播展播登陆多家网络平台,累计点击量超过2000万。

总台与“一带一路”媒体启动新合作

本报北京10月9日电 (记者刘阳)中央广播电视总台与“一带一路”媒体新一轮合作启动仪式9日在京举行。仪式上,《中央广播电视总台与“一带一路”共建国家媒体促进“文明互鉴”联合倡议》发布,呼吁媒体要做全人类共同价值的传播者、世界文明多样性的守护者、人文交流合作的引领者。

仪式现场还发布了总台发起的“我和‘一带一路’的故事”全球征集活动成果,活动征集到超过1000个精彩故事,覆盖131个国家和地区,相关报道触达17.28亿人次,海内外受众反响热烈。

此次总台精品节目“一带一路”共建国家展播活动包含30多部语种节目,展播节目将从10月起登陆52个“一带一路”共建国家的百家电视、新媒体平台。

第二十届百花文学奖颁奖典礼举行

本报天津10月9日电 (记者武少民)日前,由天津市委宣传部指导、天津出版传媒集团主办、百花文艺出版社承办的第二十届百花文学奖颁奖典礼在天津举行。

据介绍,第二十届百花文学奖共有39部作品分获7类奖项,包括短篇小说奖(10部)、中篇小说奖(10部)、长篇小说奖(2部)、散文奖(10部)、科幻文学奖(3部)、网络文学奖(3部)、影视剧改编价值奖(1部)。来自《人民文学》《收获》《十月》《当代》等文学期刊的18名编辑获编辑奖,海内外共30名读者获读者奖。

古都开封,在河南卫视推出的“中国节日”系列节目中出现不下10次,清明上河园、朱仙镇启封故园等诸多景点热度不断攀升,吸引了众多游客。

另一个“中国节日”系列节目取景地——洛阳,数据也很喜人。据统计,中秋国庆假期,洛阳累计接待游客879.77万人次,旅游总收入75.05亿元。按照可比口径,同比2022年分别增长112.67%和181.38%。

从《唐宫夜宴》到“奇妙游”,“中国节日”系列节目广受欢迎,持续上新,为开封、洛阳、安阳等历史文化名城添彩,也为地方文旅产业发展开拓了更大空间。

2021年,《唐宫夜宴》节目受到普遍好评。此后,从元宵、端午到中秋,《洛神水赋》《龙门金刚》等节目持续火爆,“中国节日”系列节目主创团队不断探索创新,呈现对于中华优秀传统文化的创新理解。

系列节目创新表达方式,让历史故事与现代生活深度融合,彰显中华文化之美,引发人们对于传统文化的关注;节目取景地,则以诸多城市特色景观为载体,传播区域形象,客观上促进了地方文旅的发展。

“中国节日”系列节目总导演之一,唐宫文创科技集团总经理徐娜介绍:“近年来,‘中国节日’系列节目主创团队已走过19个省份,探访旅游城市、著名景点,进行视听内容创新生产、沉浸式的演艺引入、文旅项目开发等。”

“中国节日”系列节目就像是一根杠杆,用特色文化传播撬动地方文旅发展,在文化价值中挖掘经济价值。

“中国节日”系列节目持续创新

特色文化传播带动地方文旅发展

本报记者 毕京津

河南省第十一次党代会提出:“实施文旅创融合战略。发展富有特色的全链条文旅业态,壮大以创意为核心的文化产业,打造中华文化传播创新中心、世界文化旅游胜地。”

中原地区历史文化资源丰富,“伸手一摸就是春秋文化,两脚一踩就是秦砖汉瓦”,甲骨文、少林寺、太极、嵩山、龙门石窟等文化名片熠熠生辉。《唐宫夜宴》《洛神水赋》等文化节目或古趣、或恢弘,展示了中原地区灿烂多彩的传统文脉,其中,郑州、开封、洛阳、安阳等城市频频出境。

“取景地效应”在影视节目中并不少见,但如何变“网红”为“长红”?“中国节日”系列节目运用更为持续有效的呈现方式加深观众记忆,放大“网红城市”的文旅效应,让文化大省的文化味为更多人所知。

亮眼的成绩单印证了文化节目的杠杆效应。河南省文化和旅游厅的数据显示,今年中秋国庆假期,全省共接待游客8480.1万人次,旅游收入587.6亿元。接待游客人次为去年同期的212.2%,旅游收入为去年同期的306.4%。

“今后我们不仅要做好节目,也要考虑怎么跟产业衔接,要有内容的创新。我们还必须走进市场,真正进入文化创意产业。”徐娜表示。为此,“中国节日”系列节目主创团队不断探索。

建设大象文创园,集聚创意、技术、人才等资源,保持文化传播的创新力;孵化文创IP,开发品牌衍生产品和沉浸式体验服务;助力地方城市形象传播……发挥内容与链接优势,融入文旅产业发展链条。

从文化节目出新到文旅深度融合,中华优秀传统文化在保护传承中赓续,在创造性转化、创新性发展中释放无限潜力。