海南日报
2018年7月27日 星期五

文艺佳作探索『走市场』

斩获荣誉后，文艺精品面临『封箱』困境

■本报记者 尤梦瑜

“这两个剧挺不错的，可惜演出场次太少。”不少观众在观赏后发出这样的感叹。为庆祝海南建省办经济特区30周年，6月底，由省歌舞团创排的民族舞剧《东坡海南》《黄道婆》再登舞台。

中央支持海南打造国际旅游消费中心无疑对海南的旅游产业发展提出更高要求，旅游演艺作为旅游产品中的一个重要环节，成为不少景点探索和努力的方向，然而，我省目前的旅游演艺精品并不多。

与旅游演艺市场的这种“冷清”形成鲜明对比的，是海南文艺近年在创作上的“火热”，多部文艺佳作收获业界口碑。但这些投入颇多的文艺作品在斩获荣誉后，却因缺乏可以让其落地且创造出更多社会、经济效益的展示平台，不同程度上面临着是继续演下去还是就此“封箱”的困境。

那么这些院团创作的文艺精品如何满足人民日益增长的美好生活需要，记者近日通过走访省内多个文艺院团以及数个旅游景区，探索文艺院团通过IP（知识产权）输出等方式，进行市场化运作的可能性。

A 荆棘之路 文艺精品市场化的

近年来，在省委、省政府以及国家艺术基金的支持下，我省主要文艺院团充分挖掘海南文化，创作了一批文艺精品。这些文艺精品从策划立项到排演耗时多年，饱含着创作者和演员们的心血，然而在收获舞台荣誉后，它们却不同程度上都面临着是继续演下去还是就此“封箱”的困境。2011年至2012年，省内多个文艺院团先后根据相关政策由原来的事业单位转企改制，开始自负盈亏。持续演出意味着后期大量人力物力的投入，这对于缺乏资本支持的院团来说实属挑战，“封箱”又是极大的浪费。文艺精品何去何从，陷入两难。

院团有戏、有演员，景区有地、有人气，可否推动这些作品落地成为旅游演艺项目？

“专业院团临时演一演还可以，长期驻扎几乎是不可能的。”三亚市海棠湾水稻国家公园开发有限公司艺术总监陈观对此并不看好，他认为专业院团的演员需优先保障正常演出，人员难以长期驻扎景区，如果签了合约又经常停演，对于景区来说就是直接的经济损失。

这种担忧在省民族歌舞团团长胡海兰的实践中被印证：“在推进院团与旅游业对接的过程中，我就遇到了‘人’的问题，旅游演艺项目是需要天天演的，但对于一个专业院团来说，我们需要完成其他许多重要演出任务，演员们也需要排练的时间。此外，景区的多场次重复性演出长期下来也会让演员们超负荷工作，忽视自身专业上的提高。我们也正在寻求二者间的平衡，来解决这些问题。”事实上，不仅是专业院团，记者了解到，即便是业余院团也很难长期“捆绑”在一个景区项目上。

除了演出团队不稳定，邀请专业团队将付出的高昂成本也阻碍了旅游企业与院团的合作。

一部登得上大舞台的剧目背后往往动辄近百人的演职人员团队，更不必说繁复的舞台搭建、服装道具等。无论是景区还是院团，大家共同认可的一点就是，专业文艺院团的驻场演出费用大大高出业余队伍。

那么，这是否意味着文艺院团完全无缘旅游演艺、无缘市场化道路？

6月10日、11日两晚，由省琼剧院打造的原创历史传奇琼剧《冼夫人》在省歌舞剧院上演。为让更多观众有机会看到这部琼剧力作，省琼剧院特为该剧打造了小剧场版。6月15日、16日两晚，戏迷在海口海南戏院“周末剧场”再度欣赏到这部佳作。

记者了解到，该剧还在策划阶段时，主创人员就已经有了创作“大版本”“小版本”的想法。相比正式舞台版本，小剧场版的《冼夫人》在舞台布景上做了些许调整，让剧目方便在小剧场演出或下乡演出。

一些琼剧院团也在尝试与景区的合作。在海口骑楼老街，观众们可在咖啡馆内的戏台上欣赏到琼剧演出。此外，省文体厅与三亚也正在推进琼剧会馆的建设，希望借由海南文化特色为旅游添色。

省歌舞团在2016年年底时曾带着《东坡海南》在儋州东坡书院连续演出多场，探索与景区的合作。对于拥有一所附属芭蕾舞蹈学校的省歌舞团而言，演员队伍并不是他们面临的首要问题。据悉，省歌舞团正在探索为未来进入旅游行业演出重组一支以学生为中坚力量的演出队伍。可以预见的是，这支队伍的演出水平会高过业余团队，而其成本也会比专业院团低。

但并非每个院团都有着自己的人才储备库。对于一些人员本就紧张的院团而言，IP交易或许会成为另一种进入旅游产业的途径。

精品的创作是个艰难的过程，文艺作品倾注了创作者的心血。网络作家时常将IP售卖给电影公司、游戏公司，让其开发更多文化产品，进而创造可观价值。

海口市艺术团艺术总监蒙麓光表示，院团剧目版权输出值得探索。蒙麓光及团队一手打造了《黎族家园》《达达瑟》《鹿回头》等多部民族题材艺术作品，深谙舞台艺术规律的她直言：“比赛演出时的观众群与旅游演艺时的观众群有着明显的不同，所以我们的节目如果落地景区必须作出相应调整与重新编排。为保证剧目原有的品质，在起步阶段，院团甚至需要支援景区大量人力，逐渐帮带景区培养自己的演出队伍。”

有业内人士认为，院团的运营机制是阻碍它们进入旅游市场的重要因素。院团若想抓住旅游产业发展机遇，其机制应当更加灵活、创新。

1月5日，海南省歌舞剧院精品剧目《黄道婆》在三亚大东海广场进行惠民演出。本报记者 武威 摄

B 输出个性化剧目 期待文旅结合

IP输出过程中，当院团在挑选景区时，景区也在挑选院团剧目。“如果现在海南本地院团可以提供一个完全符合我们槟榔谷景区文化核心内涵的IP，我们会很愿意考虑。”槟榔谷黎苗文化旅游发展有限公司（以下简称“槟榔谷景区”）运营总监成军对IP交易非常欢迎。

眼下，槟榔谷景区正在准备升级现有的旅游演艺项目《槟榔·古韵》，将其打造成更专业的《黎家梦》。然而从剧本到演出，前期与专业创作团队的对接让成军感到颇耗心力。“《黎家梦》是一个需要投入大量人力、财力的演艺项目，我们期待好剧本，希望可以和更高水平的院团、学校、企业合作，所以如果能有一个符合《黎家梦》定位的IP出现，那会帮我们省去很多麻烦。”

《槟榔·古韵》从2011年初面世至今改版了三次，演出的不断升级道出了旅游演艺项目的另一大经营关键和难点，那就是它的投入并非一劳永逸，而是要常换常新，这也为IP交易提出了新问题。呀诺达雨林文化旅游区（以下简称“呀诺达景区”）常务副总聂世军对此就有所考虑：“首先，IP交易的关键就是它要与景区文化核心相融合；此外，已经交易的IP不会是一次性交易，景区必然要根据实际需求对这台节目不断升级，那么在此过程中，版权又该如何‘计算’？”

聂世军对于景区与院团之间的合作抱着谨慎的态度，从景区经营者的角度来看，投入与产出的评估是景区决定是否开展旅游演艺项目的核心问题。不可否认，当舞台上的“阳春白雪”进入到接地气的旅游景区，大家固然就要打起“柴米油盐”的算盘。

今年“三月三”时，呀诺达景区曾经邀请保亭黎族苗族自治县的一个专业文艺团体来到景区表演，营造节日氛围，景区为这一天的演出支付了2万元。呀诺达景区还拥有一支14人规模的表演队伍，这支队伍每天会在景区内定时表演竹竿舞等民族歌舞，队伍一年的运营成本在80万元以上。这些运营成本可让人一窥发展旅游演艺项目时景区的投入将有多大。景区内演艺项目一般都会收费，但想要创造利润并不容易。

以夏季的槟榔谷景区为例，《槟榔·古韵》票价分为140元、160元两个档次，同时，景区会推出演出票+景区票等多种优惠套票。6月底，记者在景区里看到，一天四场的演出上座率不算太高。成军坦言，景区在夏季时运营压力颇大。1100个座位在旅游淡季时最多有600至700人，200至300人的情况也并不少见。

而在三亚海棠湾的水稻国家公园，景区同样推出了景点+演出的优惠套票。6月25日的夜晚，观看景区演艺项目《田野狂欢》的仅寥寥数十人。《田野狂欢》是我省为数不多且较早面世的旅游实景演艺。相关负责人告诉记者，这台演出的运行成本并不低，目前景区邀请了艺术学校的学生们来担纲群众演员，如果邀请专业院团，成本会进一步上升。他表示，这台节目还将不断丰富内涵，精益求精。

如多位景区负责人所言，旅游演艺从某种程度上讲是高风险投资。市场是残酷的，当一个投入了大量资金、人力的演艺项目推出后，如果不对游客胃口，那么结果就是人财两失。

C 与旅游的牵线人 谁做文艺精品

“我觉得这里自然景观非常好，如果能有实景演出肯定会锦上添花。”呀诺达景区中，来自山东的段女士说，“但是如果没有特别合适的也不必硬生生加入，这样反而会破坏原有的美感。”

一位多年专注于打造旅游演艺项目的业内人士告诉记者，文艺院团进行IP输出前，可以先进行旅游市场调查，看看游客是否知道这些作品；如果知道，又是否愿意购票观看。

那么，一个可以撑起旅游演艺项目的IP应该是怎样的呢？纵观国内较为成功的旅游演艺产品，陕西《长恨歌》、河北《康熙大典》以及甘肃敦煌的多部演艺产品等，虽然这些项目并非是从院团创作延伸而来，但不难发现，这些作品背后离不开文化内涵的支撑。家喻户晓的历史故事与人物本身就是“自带流量”的IP。正如景区经营者所说，文艺院团的专业作品在进入景区时要多些故事性和“烟火气”。

除了输出作品IP，在采访中，多位专家也表示，文艺院团本身也有潜力成为一个知名IP，收获旅游市场中的一席之地。俄罗斯的芭蕾舞团驻场演出、金色大厅中长年有音乐会演奏，即便是短期停留的游客也可购票体验。在国内，游客购票听昆曲、评弹抑或是相声也是同样道理，但这背后都是本地文化的强势输出。

放眼全国，目前，由院团整体参演的旅游演艺作品几乎为零。院团与景区合作多数情况下是院团的创作或演出人员以个体形式参与到一部旅游演艺作品当中。但如多位受访者所说，在文艺院团与旅游景区的合作方式上，直接进驻、IP输出以及入股合作等都值得探索。

当旅游演艺这个大市场开始成形时，文艺院团与旅游景区无论以何种方式进行合作，政府的引导作用都显得尤为关键。在资本博弈的环境下，业内认为，单靠院团的一己之力很难将作品推向市场，这一过程需要政府、企业等多方力量的支持。拓宽更多院团企业交流渠道、成立省级演艺集团等都可考虑。

“在海南自贸区、中国特色自贸港建设的大环境下，海南旅游已经进入了对‘质’的追求。当旅游企业开始发力旅游演艺时，政府应当给予一定程度的引导和布局，打造精品旅游演艺，避免一窝蜂效应后不仅没有打造出精品，还损折了海南文旅产业的品牌。”三亚海棠湾水稻国家公园开发有限公司总经理代国夫说。

（本报海口7月26日讯）

融媒·延伸

扫码看H5产品
琼剧留声机

“深读剧院”开场了！
本期为你推荐几段经典琼剧。
作为海南的文化代表之一，
琼剧一直深受群众喜爱。
想为琼剧打call？
先考一考自己的“听力”吧。

扫码看视频
文化IP如何对接旅游市场

■视频剪辑：宋国强 王诗童
■视频拍摄：宋国强
■H5设计制作：张昕
■版面设计：张昕
■执行总监：齐松梅 许世立
■总策划：黄娟 蔡潇 陈成智