

# 谁来许《明秀》一个梦想未来

## ——写在宁波首个旅游剧场满月之际



### 圆梦

#### 一台城市形象秀

#### 宁波人已经盼了10多年

法国的红磨坊，拉斯维加斯的酒店秀，国内张艺谋团队打造的“印象”系列……不少城市的“月光经济”，都和一场美轮美奂的大型秀有关。

追溯起来，宁波文化人的这份“念想”，至少已经记挂了20年。

“上世纪90年代初，政府文化部门曾设想把三江剧场改建成为类似法国的‘红磨坊’剧院。”我市著名文化旅游策划人陈民宪回忆说，“当时初步方案已经出来，后来由于城市建设规划改变，项目无奈终止。”

陈民宪曾在市文化局和市旅游局副局长任上工作将近20年，他说，宁波建设旅游剧场的梦想一直在延续：慈城曾经拟在古县城上演一台“红妆夜宴”的剧目；多年前，海曙城投公司曾请来了央视名导，策划在原渔轮厂甬江段江边建一个旅游剧场；北仑凤凰山主题乐园曾设想上演一台“港通天下”演出；象山也曾设想建一个海洋剧场……

“奉化溪口多年前也打算做旅游演艺，这个创意非常有想象力：表演的彩船顺刺溪而下，演员在船上表演，游客夹岸观看……后来由于种种原因，这个设想最终也未能实现。”陈民宪不无遗憾地说。

与陈民宪有着同样感受的，还有宁波市政府原副秘书长、

曾执掌过宁波市大活动办公室主任数年的陈国强。“河姆渡、天一阁、保国寺等，都是独特的宁波符号，但这些符号都是静止的。宁波也有一些独特的文化节目，但这些节目多在特定时间、特定节庆里集中表演，相对比较固化。对外地游客来说，很难赶上一定的时节去感受动态的宁波历史文化。所以，宁波确实需要一台浓缩城市历史文化精髓、常态化的表演剧目，它的功能类似于一部宁波的形象宣传片。”陈国强日前接受采访时这样说。

早在2009年宁波市政协十三届三次会议期间，市政协港澳台侨和外事委员会，在大会上做了《关于加快宁波旅游演艺发展的若干建议》的书面发言。这个建议提出，针对我市旅游业六要素中“娱”的短缺，以及相对贫乏的旅游夜经济，加快发展旅游演艺业可以成为我市休闲旅游业发展的新“蓝海”和扩大内需的重要抓手，它是撬动我市旅游经济转型升级的杠杆“支点”。

这份发言以杭州大型歌舞演艺秀《宋城千古情》举例说明：该项目由民营文化企业宋城集团斥资6000万元打造，自1996年上演至今，历经近20年而不衰，每年演出1000多场。2009年，这台演艺秀就吸引游客200万人次，创收1.82亿元，带动杭州相关产业10亿多元，催生出一条杭州

法国的红磨坊，拉斯维加斯的酒店秀，国内张艺谋团队打造的“印象”系列……不少城市的“月光经济”，都和一场美轮美奂的大型秀有关。

追溯起来，宁波文化人的这份“念想”，至少已经记挂了20年。



《中国好舞蹈》亚军张姪姪担纲主角

夜游文化产业链。

“宁波旅游景点比较分散，缺少地标性拳头产品。外来旅游者‘白天看庙，晚上睡觉’的尴尬局面非常严重，极大地影响了游客人均过夜天数和总消费额。少量的休闲演出如戏曲、歌舞、民俗表演等，规模小，档次低，无法根本性改变宁波的旅游产品结构。”

2014年，宁波文化旅游人的梦想终于“破茧成蝶”。宁波华侨豪生大酒店携手爱珂文化集团，组建华珂文化传播有限公司，斥资两亿多元，共同打造了宁波首个旅游剧场——华珂剧场。双方联合出品的《明秀·大航海》当年岁末正式公演。



宁波元素在《明秀·大航海》中比比皆是

华侨豪生大酒店为华珂剧场重金打造的水晶宫，金碧辉煌，6000多平方米的剧场可容纳近千人的用餐、看戏；37米高的挑高空间，没有一根柱子遮挡视线，一切按照旅游剧场的要求量身打造。宁波华侨豪生大酒店董事长鲁国华表示：“华珂文化的组建，既是酒店产业升级的内在需求，也是酒店打造文化品牌的重大举措，此举顺应了世界酒店业新的发展趋势。”

宁波终于有了一座可以天天演出的旅游剧场。然而在这个堪称“高大上”的空间里，又该安放怎样的一出戏？

“为了这台剧目，我们组织专家团队，历时数月观摩了国内多个旅游演艺剧场，如杭州《宋城千古情》，深圳东部华侨城《天禅》，三亚‘美丽之冠’晚宴剧场，又远赴美国拉斯维加斯，考察那里的酒店秀。”爱珂文化集团董事长王仁祥告诉

### 筑梦

#### 一台《明秀·大航海》

#### 涵盖了最典型的宁波文化元素

记者。先期考察的目的只是学习他人的运行经验，华珂剧场的剧目题材早已明确，归纳起来三句话：展示宁波本土文化，宣传宁波城市形象，让外来游客直观形象地了解宁波的历史文化和民俗风情。

主题确定后，华珂文化传播有限公司邀请北京奥运会倒计时一周年晚会、第十一届全国运动会闭幕式总导演马戎和她的奥运团队，担任总导演和音乐、舞蹈等设计和制作。强大的制作团队里还包括执行导演黎霖和“威亚教父”谢永伟，黎霖被称为“中国影子舞第一人”，谢永伟则将南京青奥会上最令人难忘的“筑梦之塔”的威亚设计，直接“搬”入华珂剧场。来自全国各地歌舞团、杂技团及部分外籍演员等100多人组成了豪华演员班底，剧目的男女主角由“中国好舞蹈”亚军张姪姪和十强选手威力斯担纲；《中国好声音》人气歌手金池倾情演唱了主题歌《我的海》，更为这台演出增添了明星效应。

长达半年的筹划、打磨，一次次想象与激情的碰撞，一台演出时长约70分钟、取名为《明秀·大航海》的剧目终于面世。张姪姪和威力斯用唯美的身体语言，演绎了一段传奇爱情故事：从出海到思乡，从异域到凯旋——剧情以“海上丝绸之路”为主线，重现了古时宁波“海上丝绸之路”始发港的繁荣景象，展现了当今宁波“大航海时代”的盛世华章。整合剧目将宁波海洋文化、天一阁藏书文化、月湖文

化、浙东民俗文化、甬剧戏曲文化及宁波都市文化融为一体。“宁波在唐朝称为明州，《明秀》就是一台宁波秀。”总导演马戎如此说。

《明秀·大航海》的出世，自然成为2014年岁末宁波最轰动的旅游文化盛事：“先餐后秀”的运营模式，惊险优美的空中威亚、舞蹈杂技的完美融合，LED巨屏及裸眼3D的视觉冲击……亮点迭出，惊艳不断。

“宁波的旅游就缺这样一台展现本地特色和文化底蕴的旅游剧目。《明秀·大航海》将给外来游客带来一种完整的旅游体验：白天通过眼睛游玩宁波山水，晚上通过看秀经历一场心灵之旅。”浙江飞扬国际旅游集团有限公司董事长何斌峰对《明秀·大航海》大为赞叹，“游客通过《明秀·大航海》感受宁波的过去和现在，对宁波的文脉会有一个完整的了解，不仅丰富了旅游元素，还提升了城市品位。这样的高端体验也能让游客的旅程从一天变成两天，是拉动宁波月光经济的有力助推器。”

“旅游行业的吃住行游购娱六要素中，娱乐一直以来都是短板，《明秀·大航海》的出现可谓填补了宁波旅游演艺业的一个空白。”陈民宪这样说。

杭州城市品牌促进会秘书长王伟础上周末刚刚观看了《明秀·大航海》，他断言：“《明秀》是浙江第一个酒店旅游演艺秀，《明秀·大航海》的出现，对中国旅游演艺业态的发展无疑具有一种示范引领意义。”

### 折梦

#### “准公共产品”成长

#### 离不开各方扶植和支持

《明秀·大航海》问世一个月，得到社会各界普遍肯定。然而，一炮打响并不意味着从此可以高枕无忧。诸多前车之鉴足以催人清醒：据有关部门统计，国内投资千万级别以上的旅游剧场有200多个，然而，能盈利的却为数不多。万达集团投资5000万元的《海棠·秀》，经营半年后即告倒闭……

《明秀·大航海》运营一个月来，出品方持续进行了市场及客户问卷调查。大家在对《明秀》叫好的同时，也表达了某种忧虑，归纳起来主要有以下几点：

第一，旅游剧场顾名思义，受众应该以游客为主，而宁波并非国内真正意义上的旅游目的地，华珂剧场能否一直维持较高的上座率？

第二，展示本土文化、宣传城市形象，与节目的可观赏性，“鱼”和“熊掌”能否兼得？

第三，旅游剧场作为一种新业态，必须经历一段较长的市场培育期。一台天天上演的剧目要保持持久生命力，成为一台精品，需要反复打磨节目并不断地推陈出新。华珂剧场是否有足够的实力和耐心，“养活”一个上百人的演出团队并维持节目的常演常新？

针对这一担忧，曾参与过《宋城千古情》早期策划的杭州城市品牌促进会秘书长王伟础在接受记者采访时坦言：“《宋

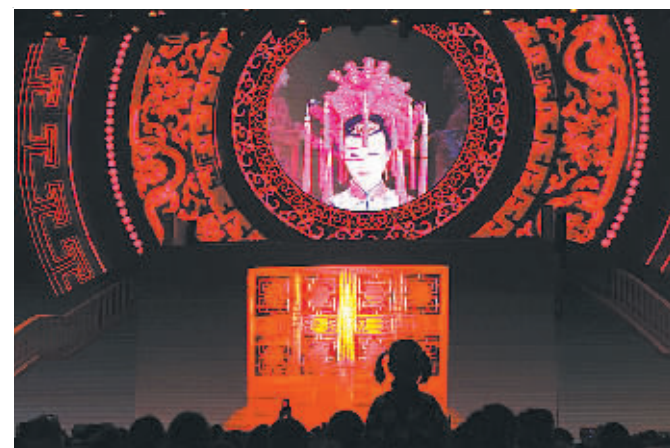
城千古情》也曾出现过台上演员上百人，台下观众二十几人的不景气状态，由于不懈坚持和不断适应市场的精心打磨，经过10多年的历练，终于成了中国旅游演艺第一秀，宋城集团也成为中国演艺第一股。”

他介绍说：“在杭州，有三台著名的演艺秀，它们分别是宋城集团的《宋城千古情》，西湖边的山水实景剧《西湖印象》，还有就是东坡剧团的《西湖之夜》。”

“杭州的政府部门把这三台演艺秀作为城市文化的窗口秀，因为这些剧目丰富着一个城市旅游的业态，承载着城市文化、形象传播的功能，也是杭州月光经济最重要的一部分。”

说到宁波的这台《明秀》，王伟础称之为“浙江第一个酒店旅游演艺秀”，他认为这种创新型文化演出需要“众筹”去呵护。《明秀》天天演，将不断产生城市文化旅游形象宣传的辐射效应，它对于城市的营销推广，比单纯的广告的投放好得多。而且这种文化品牌会变成无形资产，并最终转化为有利于城市提升生活品质与形象的社会价值。

据王伟础介绍，在杭州，政府对此类演艺秀的扶持主要体现在三个方面，一个是排线路，也就是说这些旅游剧场的演出成了杭州旅游线路必去或推荐之所。二是广宣传，在杭州有关旅游、文化的宣传媒介上，这些演艺秀成为必定宣传的对



《明秀·大航海》填补了宁波旅游演艺业的空白

象。三是奖励扶持，政府根据演出场次的多少给予一定的奖励，或者通过政府购买服务的方式，用于外事或会展接待。他举例说，杭州现在有个十大潜力特色产业办公室，每年扶持的资金有3000多万元，旅游演艺是其中一个扶持产业。有一年，杭州的一家民营企业投资1000多万元搞了个餐饮视觉多媒体，政府部门为此就奖励了近百万元。

应该看到旅游业发展对城市建设和文化软实力提升的重大意义和作用。按照公共产品理论，旅游演艺产品属于典型的准公共产品，此类项目社会效益巨大而前期经济效益不明显，因此也需要政府在宏观层面上强化政策引导和财力支持。

叶向群 陈青 汤丹文/文  
周建平/摄

