

演出企业转型“出海”

随着国家对文化出口的重视并搭建各类平台,国内演出企业获得了越来越多的“走出去”机会。市场中的“先行者”,也适时求变,通过联合创作、合资公司、购买剧场等方式,活跃在演出产业链的上下游。也许“走出去”并不是最重要的,重要的是有所斩获。



杂技音乐剧《再见，飞碟》

新纪元 转型做“铺路人”

“现在政府出面在给企业‘走出去’铺路,我们也有意为国内企业搭建一个走向海外的持续性平台。”时代新纪元文化传播公司总经理陈纪新说,虽然目前文化出口并没有形成大气候,但一旦此类平台合作达成,国内演出企业将大量持续地“走出去”。

数年前,新纪元曾与百老汇倪德伦家族组建合资公司“东方百老汇”,准备在国内建成一条百老汇音乐剧院线。然而,因为计划和资金投入过于宏大,对音乐剧消费力太乐观的超前预期,这条院线最终无疾而终。陈纪新也意识到,仅靠不断代理、运作单一的演出项目,无法实现企业持续稳定发展。在各演艺集团加

紧“通吃”产业链上下游的形势面前,整合演出市场的艺术生产(剧院团)、销售网点和渠道(剧场)以及营销机构(演出经纪代理机构)各环节,以形成整体支持和互动,成为陈纪新未来5年转型的方向,她将组建国际文化投资、管理、营销顾问公司,为同行提供决策顾问,同时联合国内外的创作团队、演出中介机构,共同投资和输出演出产品。

陈纪新是国际演艺协会(ISPA)惟一的中国理事,她本人在主流文化市场打拼已有20多年,自信已经具备了这样的资源和能力。之所以要转型,陈纪新认为这是适应现实需求的调整。她曾多次参加文化创意产业专项资金补贴的评定,了解了目前一些重要文化项目的运作情况,某些大项目在不懂专业、不了解国

际市场的情况下,为追求短期业绩盲目立项投资,不但造成很大资金浪费,还扰乱了正常市场价格,给同行未来的国际合作带来不良影响。

目前陈纪新正在加紧操作的有两件事,从今年起,她计划通过与美国文化艺术基金会的合作,在纽约及美国主要城市定期举办中美艺术交流演出和青少年国际联欢节,并持续组织关于艺术教育和管理的国际培训和考察,培养具备专业技能、市场知识及跨界整合能力的人才。借助美基金会与美商会及美国主流媒体的合作渠道,扩大中国文化艺术在美主流社会的影响力。“这个合作正在商谈中,目前还没成熟。”陈纪新表示。

陈纪新也意识到台湾是国内文化“走出去”的“跳板”。“台湾市场经验积

累领先内地十几年,两岸文化同根同源,又没有语言沟通障碍,合作达成会更容易。”自今年起,她计划把台湾有创意的优秀剧目引进来,由两岸的艺术家合作演出,并逐步形成在两岸定期举办的演出季。同时,由两岸专家联手并整合双方的国际资源,共同进行创编、制作,打造适合国际市场需求的剧(节)目,并进行国际的推广演出。目前进入她计划的是引进台湾作家白先勇的话剧作品。

中杂 自有剧院助市场开发

年初,中国杂技团(以下简称“中杂”)在一次政府会议上提出,像杂技、京剧之类在国内没有市场,所以只能往外走。杂技尤其突出,由于国内表演单位众多,民营团体更不少,

彼此间“压价”等恶性竞争已经蔓延到在海外市场的争夺中。

中国杂技团有限公司总经理张红介绍,近几年,中杂坚持以自有知识产权的整台晚会进入国际市场,着力增强与外方演出商议价的话语权,逐步提高单场演出收入,不断提升“中杂”品牌的影响力,赴外演出占总收入的比重很大。

2007年9月,应日本民主音乐协会邀请,《龙凤传奇》在日本进行为期4个月、114场的演出,反响热烈,直接促成了2010年中杂与日本民主音乐协会再度合作,共同推动《杂技王》在日本的43个城镇巡回演出,此次演出共计96场,观众总人数约17万,演出总收入420万元。2008年5月,应威景国际文化事业有限公司邀请,《SPLENDID·一品一三绝》赴台湾参加ING公司三场庆典演出,创造了当时中杂单场演出净收入最高纪录。这些经历让中杂看到精品化、持续化、品牌化输出是争取高端商演市场的关键点。

中杂前任团长李恩杰曾对记者表示,杂技走出去是很无奈的。因为国内杂技是有盘无市,盘子很大、企业很多、从业人员不缺,但是市场很小,恶性竞争很厉害。即使在“走出去”共同面对外商时,同行之间还是存在压价现象。久而久之,外方演出经纪机构的眼光变得很“毒”很“挑”,掌握了强势的话语权。

张红认为,出口模式的转变需要一个过程,

在未来发展中,中杂仍要继续坚持“精品战略”,同时逐步完善国际主流市场的经营模式和渠道建设,促进出口模式的升级转型。首先是要变“成品出口”为“创意出口”。与国际协会机构等建立长期稳定的战略合作关系,逐渐摆脱对演出商的高度依赖;尝试“自主商演、授权代理、联合制作、投资运作”等多种模式,变简单被动的“成品出口”为“创意出口”。品牌是演艺企业对话国际主流市场的话语权,未来5年,中杂要在国际市场上尝试通过“品牌复制”进行定点投资演出,成功开发1-2项海外长期驻场演出的长线出口项目。

张红同时告诉记者,对于文艺演出院团而言,在很大程度上可以说“剧场就是市场”。中杂目前没有剧场,在艺术创作过程中,没有展现艺术产品的舞台;在市场营销中没有演出的舞台。他们在京的一处驻场演出剧场,2009年的租赁费用约占演出经营收入的40%。2009年,杂技音乐剧《再见,飞碟》的剧场成本竟占到了项目运营总成本的60%。剧场租赁已经成为中杂的“沉重包袱”。不过日前,在北京市演艺集团以及市委市政府的大力支持下,中杂已经争取到国家体育馆副馆作为永久的杂技马戏演出场所,中国杂技团建团60多年的“场馆梦想”即将成真。

本报记者 郑洁
本版图片为资料图片

2月25日,《非物质文化遗产法》在十一届全国人大常委会第十九次会议正式通过。法律鼓励非遗寻求市场出路、非遗传承人面向社会展示绝技,同时也让刚刚免费的“三馆”成为非遗展示的大舞台。

立法保护“非遗”促产业快速发展

剪纸世家 通过本报公开收徒

今年6月,《非物质文化遗产法》将正式实施。其中规定,公开鼓励开发利用非物质文化遗产代表性项目的,应当支持代表性传承人开展传承活动,保护属于该项目组成部分的实物和场所。

河北蔚县王老赏周永明剪纸有限公司董事长周广听到消息后颇为兴奋,《非物质文化遗产法》的颁布让他看到了剪纸这门艺术再次兴起的希望。在年

近6旬的周广看来,非物质文化遗产传承的确面临着后继无人的难题,目前他祖传的剪纸工艺也面临着失传的危险。“应该给予非物质文化遗产的继承者更多的支持和鼓励。”周广也希望通过媒体,面向社会公开收徒。“国家有政策鼓励,我也趁热打铁,招收能够继承周家剪纸工艺的徒弟,希望可以将这门手艺永远流传下去。”

自2010年起,北京市级代表性传承人每人每年可获得8000元的传习补贴,用于补助开展展演展示、资料整理、学术交

流、带徒授艺等传承活动和生活。据了解,“十二五”期间政府将加大对非遗传承人的扶持力度,从今年开始,对国家级“非遗”项目代表性传承人的经费补贴每年增加到1万元。

鼓励地方非遗项目 参与市场竞争

在非遗参与市场竞争方面,《非物质文化遗产法》规定:鼓励和支持发挥非物质文化遗产资源的特殊优势,在有效保护的基础上,合理利用非物质文化遗产

代表性项目开发具有地方、民族特色和市场潜力的文化产品和文化服务。

“这让剪纸企业有了法律的保障,让我们在市场竞争中有了底气。”据周广介绍,这几年蔚县剪纸产业虽然名头很响,但要想真正走向全国还需要更多的努力。“国家出台这部法律,相当于让各级政府向我们开绿灯,以后我们去全国各地开拓市场,开办展览就更方便了,现在我们当地的剪纸市场竞争开始加剧,所以开拓更广阔的市场是当务之急。”

三馆支持 非遗传承

刚刚免费向公众开放的图书馆、文化馆、博物馆也加入支持非遗的队伍。《非物质文化遗产法》明确规定,以三馆为代表的公共文化场所将根据各自业务范围,开展非物质文化遗产的整理、研究、学术交流和非物质文化遗产代表性项目的宣传、展示。

“对于非遗的宣传、展示我们已经做了很长时间了。”朝阳区文化馆

馆长助理张馨元告诉记者,朝阳区文化馆为此特地打造了名为“瓦舍博物馆”的文化遗产展示场馆,每年向社会征集各类非物质文化遗产作品和物质文化遗产作品,定期向公众开放。

“例如,在八月十五的时候,我们会请朝阳区兔爷儿泥塑的老艺术家专门来馆表演,让公众近距离接触这些老艺术。”张馨元表示,在今年朝阳区文化馆还将举办更多的非物质和物质文化遗产展览。

本报记者 陈杰