

杭州首个动漫主题剧场开张

“杭歌”借动漫打响改制后第一枪

一边是已经超过50岁的杭州歌剧舞剧院，一边是备受青少年追捧的时兴动漫，看似不搭边的两者，却通过中国国际动漫节建立起密不可分的联系。两者的合作既促成了杭州首个动漫主题剧场的诞生，也让改制后的国有杭州歌剧舞剧院找到了开拓市场的新路。

无心插柳 杭歌走上动漫路

“为了配合中国国际动漫节，我们设立了一个动漫主题剧场，没想到却为我们开辟出了一条市场化的道路。”杭州歌剧舞剧院院长崔巍对此感叹不已。

谈起杭州首个动漫主题剧场的成立，崔巍笑称这是一次无心插柳的举动。4月开幕的中国国际动漫节，是杭州致力于打造“动漫之都”最大规模的活动。为了配合动漫节，杭歌也为此打造了一个动漫主题剧场，专门上演各类动漫表演。然而让崔巍没想到的是，动漫主题剧场在整个动漫节期间大受欢迎，受到众多青少年的热捧，让崔巍这个干了20多年的导演，也被动漫产生的巨大“魔力”所震撼。

“动漫主题剧场如此火爆，既让我们高兴，又让我们担心。”崔巍向记者说道，高兴的是，让她看到

了动漫与歌剧舞剧院结合的道路；担心的是，已经小有名气的动漫主题剧场，以后要拿出怎么样的作品满足小观众。

也正是因为这次的经历，让崔巍下定决心，要在动漫与歌剧舞剧院的结合上进行一番探索。为此杭歌也为动漫主题剧场下了“血本”，专门为其实策了一个固定演出规划。这也是杭歌50多年来，第一次完全属于自己的驻场演出。

“去年，在政府的支持下，将旧的剧场专门改装为动漫主题剧场，就是要下定决心，在动漫领域走出一条路。”崔巍说道。

如今的动漫主题剧场已经颇具规模，占地面积1800平方米，观众席位800座。场内观众厅、舞台设施、灯光音响、LED大屏、演员化装间等修葺一新。“万事俱备，就等着我们陆续将各种形式的动漫搬进剧场了。”崔巍笑道。



有心栽培 动漫剧显潜力

如果说当初动漫主题剧场的走红是偶然，那么最近剧场一系列的规划则是杭歌对该剧院的有心栽培。“动漫主题剧场要想打造品牌，丰富而吸引小观众的动漫内容资源就是不可缺少的。”崔巍表示，为此首次接触动漫剧的杭歌也在积极探索。

“MOMO就是第一个大胆尝试。”崔巍介绍道，这个圆头圆脑的小家伙，就是杭歌动漫主题剧场的首个动漫形象，杭歌将围绕MOMO开发一系列的动漫节目和自制动漫剧。而就在最近，首部依托MOMO的舞台剧《MOMO是什么？》已经正式推向了市场。

此外，动漫主题剧场也开始大胆推出多种形式

的节目。“原创动漫歌舞自制剧可能需要时间的酝酿，那我们就先推出一些小节目，这是可以快速创作和演出的。”崔巍对此有自己的认识，杭歌融入了青少年热捧的COSPLAY表演，还在原有的歌曲、舞蹈中融入活灵活现的动漫元素和更加符合青少年的语言词汇。

“在动漫剧本创作方面，我们的编导们都是在恶补。”崔巍丝毫不否认困难的存在，从未接触过动漫的编导们几乎是重新学习，一字一句地去揣摩孩子们的语言习惯和动漫元素，从细节中感受变化。

“举个例子来说，有句台词是这样的，‘这部戏在上世纪60年代就有了’。”崔巍解释道，这在大人看来是再平常不过的一句话了，但小孩子却未必一下子理解。“所以，要改成‘这

部戏在爸爸或者爷爷小时候就有了’，这样就更容易让小观众们理解。”

改制转变 老剧院的新策略

在杭歌风风火火搞动漫主题剧场的背后，却是整个国有院团改制的大背景。去年12月，杭歌正式完成改制，曾经的“大锅饭”瞬间被打破，如何走市场成为面前的难题。去年走马上任的崔巍感受到了这种窘迫的氛围。在她看来，与其缩手缩脚地考虑，不如一次大胆的尝试，做好了继续推进，做不好，从头再来。“动漫主题剧场的推出就是这种尝试下的产物，在接下来的几年，我们还将有更多的大胆尝试。”

在崔巍的计划中，杭歌将在年内推出一部自制动漫歌舞剧，这将是全国首创。“这部戏不是一次成

型，而是一部舞台连续剧，是互动的，每场演出后，我们会综合观众的反应，重新调整，让后面的剧情更加符合观众的口味。”

此外，为了吸引更多的青少年走进动漫剧场，正在考虑和学校联系，希望动漫主题剧场成为第二课堂，让青少年在这里看动漫电影、动画片、动漫表演、动漫自制剧。“细水长流，让更多的青少年记住这个动漫主题剧场。”

崔巍更为大胆的想法则是，推行股份制，让所有员工入股，真正让杭歌与每位员工融为一体。“这样，就能让那些坚持在杭歌创作精品的编剧、演员更有干劲。”

尽管动漫主题剧场现在欣欣向荣，但崔巍却开始担心起来。这座场馆原本已经纳入拆迁计划，一年后将不复存在。“我们希望动漫主题剧场越来越热的趋势，能够帮助这座场馆保留下来；即便是不能保留，也希望在未来有座新的场馆。”崔巍说道。动漫主题剧场的模式将越来越成熟，“我还有个不成熟的想法，希望在杭歌这个动漫主题剧场做成功以后，去浙江其他地方开分馆，让这一模式铺开来。有机会的话，也能走向全国。这是杭歌动漫主题剧场将努力打造的方向”。崔巍说道。

本报记者 陈杰/文
杭州歌剧舞剧院/供图

资讯

2011北京·新西兰美食啤酒文化节开幕



题文化文艺演出。

除了主题文化文艺演出，主办方还将举办新西兰美食秀争霸赛。大赛属于民间自荐表演，主要以歌舞比赛为主，参赛者还可以选择声乐、小品、相声、杂技、

舞蹈、口技、魔术和器乐等表演形式。大赛将设周奖、月奖、季奖、总决赛奖等，奖品总额50万元并颁发获奖证书。

据主办方介绍，本届美食啤酒文化节还将邀请国内外若干品牌小吃走进

新西兰汽车小镇，推出一批时令经典小吃、传统小吃、创新小吃，满足中外顾客需求。同时，本届美食啤酒文化节不但是一场美食盛宴，还将是一场文化盛宴。美食节共设有美食活动及创艺活动90多项以及食品展销、

文化节的正式开幕，北京新西兰美食秀争霸赛将正式展开。目前报名工作已经启动，报名时间从即日起至10月8日。

报名地址及电话：

1、桑尼摩尔外贸商品购物中心5楼办公区前台(朝阳区太阳宫中路地铁10号线太阳宫站B出口)010-84661699 13436806386 谭先生

2、新西兰汽车小镇办公楼行政办公室(朝阳区将台路东八间房甲一号)010-84328707 13552792051 程先生

3、《北京商报社》前台(朝阳区和平里西街21号)

报名邮箱：
nzwhj@gmail.com;

美食文化节网址：
www.nzautotown.com
本报记者 冯秀英/文
活动组委会/供图