

国家大剧院：要成为“没有围墙的剧院”

张漫子 吴文诩

6月21日至23日，世界剧院北京论坛在京召开，来自德国柏林国家歌剧院、加拿大国家艺术中心、英国皇家歌剧院等全球20多个国家、近70家艺术机构的200余名管理者和艺术家聚首国家大剧院，共商剧院行业发展等议题。

如今，国家大剧院与130多个国家和400多家国际艺术机构构建了资深“朋友圈”。11年间，来自世界各地800多家演出剧团、30余万人次的艺术家走进大剧院。与此同时，国家大剧院制作的普契尼歌剧《图兰朵》的精彩亮相，也得到了中外观众喜爱，在社交网络上掀起分享热潮。

构建全球“朋友圈”：国际一流艺术机构竞相加入

从古希腊露天剧场到现代大型综合建筑，剧院始终与人类进步和艺术繁荣紧紧相随。随着人们精神文化需求的增长，剧院在城市发展中的作用越发重要。

“为了使剧院成为推动文明创新交融的重要引擎，国家大剧院每年按照30%比例引进国外优秀演出剧目，邀请来自全球的顶尖交响乐团、芭蕾舞团以及其他一流演出院团在国家大剧院精彩亮相。”国家大剧院院长王宁说。

国家大剧院的全球“朋友圈”越来越大。它不仅与130多个国家和400多家国际艺术机构建立起“朋友圈”，还与包括英国皇家歌剧院、美国肯尼迪艺术中心、俄罗斯马林斯基剧院在内的34家艺术机构结成合作伙伴，在节目演出、剧目制作、艺术培训等方面不断交流、探索。

11年间，累计有800多家演出剧团、30多万人次艺术家登上了国家大剧院舞台。不仅活跃在国际舞台上的艺术家、艺术院团来到国家大剧院演出的频次和数量节节攀升，中外合作剧目也结出硕果。

与大都会歌剧院、波兰华沙国家歌剧院、巴登巴登节日剧院联合制作的歌剧《特里斯坦与伊索尔德》；与维也纳国家歌剧院联合制作的歌剧《法斯塔夫》；与英国皇家歌剧院、澳大利

亚歌剧院联合制作的歌剧《纽伦堡名歌手》等精彩剧目相继亮相，为中外观众不断带来新的惊喜。

观剧习惯之养成：让年轻观众爱上交响乐

为了培养年轻受众，让更多观众走进大剧院，11年间，国家大剧院累计举办各类艺术普及和艺术教育等活动1.2万场，现场观众达480万人次，打造了周末音乐会、经典艺术讲堂等品牌项目，构建了日趋完善的艺术普及体系。

据统计，国家大剧院每年组织的公益普及活动高达上千场，年均票房销售率达到了83%，2018年60%以上的演出销售率超过了90%，培养了一大批经典艺术的爱好者，特别是培养了一批年轻观众。

多年来，大剧院携手艺术家走进社区、走进地铁、走进学校，让音乐旋律、艺术芬芳流淌在城市各个角落。经过这些探索，国家大剧院的会员从建院之初的5000人拓展到

了如今的30余万人。

如今，国家大剧院45岁以下的青年观众群占观众总人数的69%，其中学生群体占据了14.3%的比例。观众当中热爱交响乐的最多，占比接近1/3。这一数据让许多世界一流剧院的管理者和来大剧院演出过的国际一流艺术家感到惊讶。

技术为艺术插上翅膀：要成为“没有围墙的剧院”

在全世界范围内，将歌剧搬上银幕越发成为一种潮流。为了让歌剧这颗“音乐艺术皇冠上的明珠”惠及寻常百姓，国家大剧院试水高清和4K歌剧电影制作，目前已拍摄完成《图兰朵》《骆驼祥子》《长征》等28部歌剧电影。2018年国家大剧院摄制了歌剧电影《这里的黎明静悄悄》，这是中国首部4K全景声歌剧电影。

同时，国家大剧院携手美国大都会歌剧院、英国皇家歌剧院、西班牙马德里皇家歌剧院等7家世界著

名歌剧院开启国际歌剧电影展，已陆续在全国12个城市巡展，吸引了5.3万余人次的观众，把歌剧送到百姓家门口。

为了让更多高雅艺术“飞出”剧院围墙进入寻常百姓家，国家大剧院顺应大数据、物联网、人工智能等信息化发展趋势，在2018年启动了智慧剧院的建设，不仅要打破剧场舞台的边界，还要大大拓展“观众圈”，提升观众的观赏体验。

5月11日，国家大剧院联合北京电影学院等单位，成功将国家大剧院剧场演出的舞剧《天路》实时直播到三公里以外首都电影院院的银幕上，首次实现了4K超高清画面以每秒50帧的频率，通过5G高速传播技术进行直播。

“如果通过4K+5G技术对舞台艺术精品进行数字化传播、电影化呈现，不久的将来在中国就可能出现一个百亿级的市场。是时，将有更多观众共享剧院的文化艺术成果。”

国家大剧院首任院长、中国剧院发展研究中心主任陈平这样期待。（据新华网）

大观园

——【第206期】——

澳大利亚树皮画精品亮相四川博物馆

本报讯（记者 胡桂芳 实习记者 李林暄）6月26日，“大师：澳大利亚树皮画艺术家”展览在四川博物馆正式开展。该展汇集了澳大利亚国家博物馆144件/套树皮画精品，是位于澳大利亚北部阿纳姆地的原住民艺术家创作于1948年至1985年间的艺术精品，也是澳大利亚国家博物馆的馆藏精品。展览按地域划分为三个部分，分别表现了阿纳姆地西部、东部和中部三个地区的艺术家别具特色的树皮画风格。

据介绍，树皮画是澳大利亚原住民创造的一种绘画艺术，记载了原住民在远古时代的思想追求和生活习俗，具有澳大利亚原始艺术的鲜明特点。据了解，此次在四川博物院的展览，是继在国家博物馆、上海自然博物馆和深圳博物馆之后的第四站，展览将持续至8月26日。

大英县首届 工人文化艺术节 展现新时代工人风采

本报讯（李林暄）四川省遂宁市大英县首届工人文化艺术节将于6月28日开幕，并将持续至9月28日。文化节将通过系列活动展现大英经开区开区至今的经济社会发展情况以及企业职工精神面貌。

文化节期间将举办文艺演出、“爱我园区”手工艺作品展、“月圆、家圆、园更圆”职工主题演讲比赛、“我爱家乡大英美、我和我的祖国”快闪拍摄以及“书香园区·畅享悦读”工人读书活动等10项系列活动。

据了解，近年来，遂宁市大英县着眼于服务和谐社会、服务职工群众，创新开展职工文化活动，大力弘扬劳模精神，提高了全县职工队伍的思想道德和文化素质，为推进全县精神文明建设作出了积极贡献。

老字号复兴 切莫透支了情怀

王艺凡

今年上海高考作文题目是寻找“中国味”，而并非巧合的是，“大白兔”等老字号们在这两年悄然成“网红”。大白兔的香水、润唇膏，冷酸灵的火锅味牙膏、上海家化旗下的六神鸡尾酒等，均成为网上爆款商品。此外，还有回力鞋、永久牌自行车等传统国货在持续走红。（中国网）

当老字号开启网红模式，瞬间就成为了网上的爆款商品。这在很大程度上改变了老字号固有的守旧印象，也切中了广大消费者对情怀的追求和童年的追忆。这种情怀是十分珍贵的，是广大消费者对老字号品牌的一种信任和青睐，也是老字号复兴的“软实力”。对于消费者的这种情怀，要倍加珍惜，切莫在看似“很溜”的操作中透支了情怀。

老字号声名在外，在广大消费者心目中，是可靠的工艺、稳定的品质、信得过的品牌代名词。对于老字号的跨界营销，一定程度上改善了原先品牌老化、创新不足、发展缓慢等问题。但同时，也要避免仅仅网红化地作一些表面功夫，要在品牌、技艺、传承等方面，在延续好老字号的品牌效应及所蕴藏的传统工匠精神上下一番苦功。

老字号的网红化，释放出了求新求变的积极信号。不透支情怀，对老字号而言，应该是一种对消费者负责的态度，是一种对历史负责的态度，是一种对传承负责的态度。我们既不希望看到老字号因固步自封而渐渐湮没在历史的长河中，也不希望老字号仅仅是昙花一现。老字号的传承，从过去靠口口相传，到如今的创新求变，是一种全方位、深层次的变革，切莫因一时的得意忘形，而透支了情怀，要一步一个脚印地练就真本事、真功夫，才能真正网红化。

圆桌会

杨梅酒

钟穗

每年的黄梅时节，那滴滴答答，滴也滴不完的梅雨和到处泛出的阵阵霉味，总让人心烦不已。然而就在这样一个不怎么令人舒心的时节里，点缀在芳源绿野中的杨梅，却一簇簇飞霞流形了起来。

作为一种深受世人喜爱的佳果，杨梅属于秀色可餐的典范。除了鲜食和制成蜜饯外，它们还能像葡萄那样，酿成红粉佳人似的美酒，令人长期沉醉于它的甘醇回味之中。杨梅酒要泡制出甘甜清冽的滋味，其实有不少讲究。从选料到制法，只要一个环节的不慎都会使泡出来的酒不尽如人意。

每次泡酒之前，我都会开始留心市面上的白酒，这是一年一度的必做功课。白酒最好选清香型。泡制过程中，由于蒸发加上被杨梅吸收等因素，会造成酒的度数降低。因此，酒的度数须足够。

至于杨梅，以乌紫的品种为宜。用清水冲洗后，置于通风处沥干，再投到已倒入白酒的玻璃瓶中。随着杨梅一颗颗“咕咚咕咚”蹦到酒里，酒香便溢出来了，直往鼻孔钻，让人忍不住舔一下溅到掌心里的酒花。值得一提的是，杨梅不能投得过多，一旦高过白酒，便易变质。此外，可根据个人口味，往酒里化入冰糖或调以蜂蜜，使酒味更醇和，更易上口，当然，也更教人难以将盏放下。

等到白酒和杨梅有了一定时间的交融，酒精大多被杨梅吸收后，白酒原来的透明色开始被杨梅汁染得红艳起来，且一日比一日美丽动人。

而曾经一身红装的杨梅，则像沉静的果中仙子，悄然换了淡颜。只是，纵然红褪褪去的它们，依然能云淡风清地将自身的芬芳愈陈愈香。一如实现了气质涵于内而形于外的人生，当得上圆满。

终于到了甜蜜果香与酒的醇香扑鼻而来，连空气中都溢满芬芳的启封时刻。先从瓶中取出几颗被白酒浸润的杨梅。那杨梅，入口已非外表那般和善。记得儿时的我，便曾教训过它的厉害。咬开的一瞬间，就被一股辛辣的白酒味给呛住了，加上次第紧随而来的甜味、酸味，一时间，酸甜苦辣尽在嘴里。当时的面部表情，想必会让旁人看得眼花缭乱。或许是那次的深刻教训，造成了我至今仍更中意那郁红绛紫中透着晶莹的杨梅酒。浅呷一口，伴着发出的“啧啧”声，荡气回肠却又余味绵绵。

就让我悠悠自得地品着这被烟雨浸润出酸与甜、美与艳的滋味，在微醺飘然里，悄悄将这份满足珍藏。

·食坊闲笔·

白莲如梦

周友武（广东）摄



再创新 共成长 育新人 ——盘点第22届上海国际电影节三大关键词

为期10天的第22届上海国际电影节于6月24日落下帷幕。作为中国唯一的A类电影节，今年上海国际电影节展映影片511部，放映场次1745场，观众46万多人次。

再创新 追求电影产业高质量发展

一场依托5G信号回传的4K超高清“金爵盛典”直播，揭开本届上海国际电影节帷幕。

电影从诞生之初就与科技相结合，而今上海国际电影节再创新，为电影产业插上高科技的翅膀。电影节期间，上海市松江区发布了建设“科创影都”的蓝图，根据总体概念规划，“全域影视”将是促进产业高质量发展的方向。“科创影都”规划启动60个摄影棚，其中三分之二为高科技摄影棚。

“创新，无处不在；但创新并非

为了创新而创新，而是紧贴时代发展和大众需求。”中共上海市委宣传部副部长、市电影局局长胡劲军说。

本届电影节首次设立与技术创新同步的“新视野”单元，在全球范围邀请一批“IMAX 3D”“杜比全景声”等形式的新片，满足大众日益增长的观影需求。新设的“电影学堂”则让影迷与国际影人有了更多近距离交流的机会。

共成长 助推现代电影工业再升级

今年春节档，国产科幻电影《流浪地球》收获了超过46亿元高票房。导演郭帆在电影节论坛上感叹：“我们摄制了《流浪地球》，知道这条路有多难，有多大差距。”《流浪地球》的成功，开启了人们对中国电影工业化体系的呼唤和期待。

上海高度重视繁荣发展电影事

业和产业，近年来出台了“上海文创50条”，并进一步提出全力打响“上海文化”品牌，启动三年行动计划，提出推动建设全球影视创制中心。上海国际电影节组委会主席、上海市副市长宗明说，作为中国电影的发祥地，上海有责任担当，要助推我国现代电影工业的再升级。

电影节电影市场启动当天，服务中外影视拍摄、已积累丰富经验的上海影视摄制服务机构，联合长三角各大影视拍摄基地，发出共同建立健全长三角影视拍摄服务体系、共同编制《长三角地区影视拍摄指南》、共同宣传长三角影视拍摄政策和拍摄服务环境、共同建立长三角影视拍摄数据库等倡议。

初步统计，2018年，有19部“上海出品”影片在国内外各影节、影展获奖入围，占全国国产片票房27.4%，其中12部影片票房过亿元。上海正不断为中国电影工业发展贡献新动能。

育新人 青年兴，则电影文化兴

2005年，导演宁浩以《绿草地》入围第八届上海国际电影节亚洲新人奖。今年，宁浩再度以评委会主席的身份重返亚洲新人奖。

上海国际电影节坚持多年打造的阶梯型新人培育体系。今年新设短視頻“探索”单元，创投训练营等新人培育项目，与金爵短片、电影项目创投、亚洲新人奖和金爵奖一起，构成了互有关联、逐层递升的6级阶梯型新人培育孵化机制，形成人才培育的闭环，成为中国影视事业新力量的孵化器。

此外，上海温哥华电影学院、上海科技大学、上海大学电影学院等纷纷将“示范课”、专业论坛等“搬进”了电影节，让电影节真正成为中外电影学子的兴趣课堂。（新华社 吴霞 许晓青 孙丽萍）