

【本期话题：携手文化演艺，扩大旅游影响力】

文化演艺业

期待一部代表城市的“洛阳制作”

路

提升旅游产业，加快名城建设

路在脚下



掷地有声

文化的优势是内涵，旅游的优势是市场。《印象·刘三姐》的成功，是文化演出与热门旅游目的地的完美结合。

——“中国实景演出第一人”梅帅元

旅游文化演艺的一大特点，就是受众是随时更新的，这种不断变化的受众面给宋城景区带来了持续的新鲜血液。

——杭州宋城旅游发展股份有限公司常务副总裁邱晓军

洛河回音

西安为什么能留游客过夜？《梦回大唐》《长恨歌》等大型旅游演艺节目功不可没。我们要学习外地的成功经验，打造洛阳特色的旅游演艺项目，让游客不再“白天看庙，晚上睡觉”。

——河南国旅洛阳分社总经理孙国平

让外面的文化团体、旅游组织机构、专家参与进来，深挖洛阳的文化旅游资源！一定要出精品！

——网友“宁疯子”

洛阳的旅游景区非常多，但是都没有MV文化，建议景区可以通过唱景区的方式，提高景区的视觉凝聚力。

——乐趣文化传播公司艺术策划总监王先生

(记者 孙利华 整理)



□记者 姜春晖/文 陈占举/图

作为城市旅游业的重要“补充”，文化演艺业有着不可替代的留客、“吸金”作用。我市文化演艺业如何才能绝处逢生、破茧成蝶？

【困惑】有文化没演艺，最大短板待补齐

“有文化没演艺，已成为我市旅游业发展的最大短板。”市文广新局有关负责人坦陈，作为十三朝古都和中华文明“原点”的洛阳，历史文化大多深埋于地下，或置身于书本之中，虽有可读性，但可观性差，“只可远观，不可近玩”。

一位业内人士曾一针见血地点出了我市文化演艺业的发展现状——虽具备了支撑一场大型演出的条件，但优势并不明显，且存在一些不确定因素。其中，最大的不确定因素，在于我市现有游客市场的走向，结构尚不足以支撑一场常态的大型演出。

【溯源】市场化水平低，精品剧目“叫好不叫座儿”

为彻底改变这一尴尬现状，近年，市



创新版《武皇十多万宫廷乐舞》近日成功首演

文化部门作了不少努力。2003年，大型乐舞《河洛风》正式推出。该剧虽然得到国内文艺界专家的一致好评，却始终处于“叫好不叫座儿”的境遇。

“叫好不叫座儿”的文化演艺项目，还包括《洛神》《武皇十多万宫廷乐舞》等。“之所以‘叫好不叫座儿’，根本原因在于我市文化演艺市场市场化水平不高。”市文广新局有关负责人表示，虽然经过多年培育，但我市文化演艺市场仍处于起步阶段，还存在许多不是很成熟、不是很规范的地方。

【突围】借力厚重历史文化，多推精品剧目

洛阳文化演艺业及演艺产品的出路在哪里？答案是：借力洛阳厚重的历史文化资源，多推精品剧目，慢慢培育市场，奋起直追。

市文广新局局长马奎元表示，要打造具有浓郁地方特色的豫剧、曲剧、唐

乐、杂技、佛教等精品演艺项目，必须大力实施演艺项目带动战略。此外，培育文化演艺市场，还要着力发展壮大民营演艺团体，繁荣我市演出市场。

【扶持】发展公共文化事业，“扶上马再送一程”

发展文化演艺业，应大力发展公共文化事业，完善公共文化服务设施，将文化演艺业“扶上马再送一程”。

今年，我市将继续推进洛阳科技图书馆、洛阳广电中心、栾川县文化艺术中心等项目建设，加紧实施洛阳市群众艺术馆、洛阳科技馆以及伊川、孟津、汝阳、洛宁等县文化中心等重大文化设施项目。

市文史专家蔡运章建议，应尽快建立政府扶持机制。河南科技大学科研处副处长朱选功建议，要依托洛阳现有高校及市、县两级艺术学校，为演艺业发展储备和提供更多人才。

洛平感言

打破“魔咒” 期待“大戏”

□洛平

有一个“魔咒”，困扰洛阳旅游多年。这个“魔咒”，名字叫文化演艺。文化厚重、活力充足的洛阳，30年搞不好“一台戏”，8年拿不出一部“大制作”。我们不能服这个气，更不能信这个邪。打破“魔咒”，洛阳势在必行；上演

“奇迹”，洛阳志在必得！

政府主导，政策支持，促进文化与旅游融合发展，鼓励对现有演艺资源进行整合利用，支持“资本+景区+演艺团体”的组合发展模式，吸引社会资本以投资、参股、控股、并购等方式进入文化演艺市场，让文化演艺点亮夜市市场。

创意为先，市场运作，从千年历史文

化中汲取创意的灵感，“走出去、引进来”，大投入、大制作、高档次、出精品，重点突破，打造一个大型文化演艺项目，加快培育特色精品演艺项目，深度开发文化演艺全产业链，构建洛阳旅游又一核心竞争力。

“喊破嗓子不如甩开膀子。”洛阳文化演艺，该真正“甩开膀子”了！

他山之石

长沙：天天有演出 日日见效益

每当夜幕降临，华灯初上，各大歌厅、酒吧的门口人流如织，车水马龙——这已成了长沙市一道10余年不变的风景，也成就了著名的“长沙歌厅现象”。

长沙娱乐演艺业的兴旺局面如何得来？原来，早在娱乐演艺市场开放之初，

长沙市就形成了一个共识：发展娱乐文化业，增强长沙历史文化名城的吸引力和韵味。其中，一个主要的举措就是降低民资进入的门槛，使得一大批娱乐演艺新项目和设施入市经营。

正是在这种共识的引领下，长沙娱乐

演艺场所包容了最生动的民生百态、最宽容的娱乐情怀、最亲切的市井表达，走上了一条“亲民之路”。而且，经过市场淘洗，这些娱乐演艺场所从开放之初的多种所有制并存的局面转变为民企独领风骚的格局。（记者 姜春晖 整理）

下期话题预告：

旅游商品，怎样为洛阳“代言”

如果您有自己的意见和建议，可登录新浪微博@路在脚下话旅游，发表高见；也可登录洛阳网洛阳社区(bbs.lyd.com.cn)，进入《路在脚下——提升旅游产业，加快名城建设》板块畅所欲言；还可拨打66778866一吐为快。

