

『人文渡口·乐亮江湾』音乐季 十大音乐主题活动精彩呈现

原创音乐剧《大义渡口》展演

5月19日至20日,以渡古镇为背景,讲述义渡人伸张民族大义故事的大渡口原创民族音乐剧《大义渡口》,在钢花影剧院顺利首演。5月27日在重庆大剧院再度上演。

“永远跟党走·奋进新时代”——庆祝中国共产党成立100周年全区职工合唱比赛

5月11日,“永远跟党走·奋进新时代”——庆祝中国共产党成立100周年全区职工合唱比赛在大渡口万达广场拉开帷幕,全区76个部门单位56支队伍参加。

《在你伟大怀抱里》——庆祝中国共产党成立100周年音乐会

6月18日,《在你伟大怀抱里》——庆祝中国共产党成立100周年音乐会在钢花影剧院上演,二胡演奏家刘光宇、歌唱家刘广、赵升超等同台献技。

民族管弦乐《告别千年》优秀舞台剧目展演

“辉煌百年路·同步新征程”重庆市庆祝中国共产党成立100周年暨党史学习教育优秀舞台剧目展演巡演活动推荐观看剧目。

“与乐共舞·踏歌而行”首届校园音乐节

5月25日,为期两个月的“与乐共舞·踏歌而行”大渡口首届校园音乐节在钢花影剧院落幕,其中包括一场艺术大咖讲座、两场主题演出、三场艺术比赛、四类网络展播。

穿越二号 COLO 音乐节

5月29日至30日,穿越二号 COLO 音乐节云集一拨说唱大咖阵容,吸引2万多名音乐爱好者前来参加。

古琴音乐会+古琴大赛

6月12日,举办全国古琴名家音乐会,11位全国古琴名家带来精彩演出。即将举办全国第三届“弘琴杯”古琴大赛重庆赛区比赛。

重庆钓鱼嘴音乐论坛

7月5日,“人文渡口·乐亮江湾”2021年重庆钓鱼嘴音乐论坛在渝州宾馆举行,来自全国各地的顶级音乐专家齐聚一堂,为音乐半岛建设出谋划策。

“音为有你·风雨无阻”街头音乐周

7月5日至11日,以大渡口步行街雨雨舞台为主会场,以大渡口万达广场、新天泽国际广场为分会场,连续7天举行近20场内容丰富的音乐表演及其他音乐艺术活动。

音乐创新创业大赛

6月25日,“近悦远来·渝创渝新”大渡口音乐创新创业大赛报名开始,分为大赛宣传、全国项目征集、线上审核、路演培训与落地路演、决赛路演、赛后服务六个阶段进行,计划7月下旬举行决赛路演活动。

给大渡口带来了什么? 音乐活动密集上演



人气聚集

去年11月在大渡口举办的2020年“重庆长江草莓音乐节”,两天时间共吸引了3万多名音乐爱好者齐聚大渡口;今年5月底刚刚落下帷幕的2021年“重庆穿越二号 COLO 音乐节”,又吸引了2万多人来大渡口畅享音乐魅力……

持续高涨的人气,是音乐活动给大渡口带来的最直接的贡献。而如上所述,大量音乐爱好者、音乐爱好者群体的聚集,仅仅是音乐活动聚集人气的一个方面。

“音乐,归根结底是人的行为、人的艺术,需要有人来创作,也需要有人来欣赏。”重庆市音乐家协会秘书长姜明认为,音乐事业、音乐产业的繁荣,首先就需要人气、人气的支撑,有了人气的聚集,才有智力、创作、消费等后续行为聚集的可能性。

姜明解释,这里的“人气”重点包括两个方面:一是消费人群的聚集,二是专业人才的聚集。

去年举办中青年词曲创作骨干研修班,王晓岭、王晓峰、王磊峰、王备等知名词曲家来大渡口进行指导交流;连续两年举办全国古琴名家音乐会,赵家珍、李聪爱等音乐名家现场倾情演绎;2021重庆钓鱼嘴音乐论坛上,来自全国各地近100名文艺界人士齐聚一堂展开交流,万山红、马秋华、王莉等14位国内知名专家被聘为钓鱼嘴音乐半岛专家库成员……

不难看出,音乐活动已然成为众多音乐专业人士认识、了解大渡口的一扇窗口,成为一个行业探讨、交流对话、促进合作的重要平台。

通过一系列音乐主题活动的举办,大渡口在短时间内迅速与来自国内外的众多专业院校、社团机构、头部企业的各类音乐大咖们建立了紧密联系,为下一步的深度交流与合作奠定了基础。

目前,大渡口已初步建立起涉及表演教学、建设运营、产业发展等多个音乐领域的项目和专家库,聚焦上百位知名音乐专业人士。

产业带动

2020年“重庆长江草莓音乐节”举办的两天时间里,毗邻的万达广场营业收入较之前一周末增加了46%,较前两天增加了120%;2021年“重庆穿越二号 COLO 音乐节”实现门票收入约400万元,现场设置的50家创意市集商铺、非遗文化展位、美食商家等生意红火……

节会带动经济,是目前国内外普遍认同的一种综合效益高、带动作用强的经济行为模式,被众多城市视为新的经济增长点。对于大渡口来说,一方面品牌音乐活动本身就具有综合性的产业价值,另一方面活动的产业带动效应更值得期待。

“打造品牌活动,公益的归公益,市场的归市场。”大渡口区委文旅委主任江存彬介绍,举办钓鱼嘴音乐论坛、全区职工合唱比赛等品牌音乐活动,目的在于招才引智、文化培育等,需要以政府为主导高位推进;而重庆长江草莓音乐节、重庆穿越二号 COLO 音乐节等品牌音乐活动,则需要用市场化的方式打造和运营。

当前,重庆长江草莓音乐节、重庆穿越二号 COLO 音乐节等活动已确认永久落户大渡口,走品牌发展的路线。与此同时,大渡口正在积极引进香浪、迷笛、围剿等国内知名音乐节,让品牌音乐节会成为大渡口区的一个消费新引擎。

另外,音乐品牌活动的产业带动功能也日益凸显,“音乐+”产业方兴未艾。

因重庆长江草莓音乐节走进大渡口区的国内知名音乐头部企业摩登天空,下一步将积极探索尝试非遗音乐、音乐版权、数字音乐等业务板块引入大渡口区。在活动造势的带动下,亚洲音乐联盟、重庆市原创音乐版权孵化基地、快手(重庆)创新中心、听江艺术中心、中国音乐家协会(业余)音乐考级重庆市考点等项目也已落户大渡口,为该区域未来音乐产业的加速发展打下基础。

品牌塑造

当前,“钓鱼嘴音乐半岛”的建设如火如荼。但在众多音乐设施有建设成型之前,如何保持音乐与大渡口之间的“关联热度”,为音乐半岛的开门迎客预埋伏笔?

通过引育一系列品牌性的音乐活动,让音乐主题与城市形象融合发展,实现集中聚焦和高频次传播,塑造音乐城市的名片和品牌,正是大渡口区的破冰选择。

“现在提到音乐活动,最热的就是大渡口。”就读于西南大学的大三学生何力是一名业余的鼓手,近两年他到大渡口参加过大大小小音乐主题活动有10多场,大渡口给他留下的印象,就是“要全力打造音乐之城”。

一系列具有影响力的音乐活动IP,其本身就是城市音乐形象和品牌的重要构成。

正如提到博鳌,就能想到博鳌亚洲论坛,提到乌镇,就能想到世界互联网大会一样。未来大渡口这座城市的音乐形象和品牌,需要培育一系列具有国际影响力的音乐节、音乐节、音乐节、音乐节等品牌IP支撑。

此外,一场品牌音乐活动,为城市品牌和形象带来的宣传效果是显而易见的。

去年的重庆长江草莓音乐节两天时间,百度搜索超过900万条,微博话题阅读量超过600万次,官方社群、重庆本土乐迷社群、校园渠道社群、粉丝后援会等直接覆盖人数超过20万人次;今年举办的重庆穿越二号 COLO 音乐节,开演当天即登上重庆微博热搜第一名、全网热搜第17名,微博大V覆盖3000万粉丝,话题总阅读量超过1亿人次。

事实上,当一个活动还未能成长为能够有国际影响力、具有行业引领价值的超级IP时,其对外宣传营销的价值往往大于了活动现场本身。

文化厚植

“妻子刚报名参加完区里的合唱比赛,女儿又在学校的音乐比赛中拿了名次。”在大渡口区生活了30多年的陈立感觉到,这两年来,生活中常常会出现音乐的身影,全家谈音乐、赏音乐的时间越来越多。陈立的这种感受,已然成为大渡口市民的一种生活“新常态”。一系列品牌音乐活动的举办,对大渡口城市音乐氛围的营造,对区内老百姓音乐兴趣和素养的提升,都发挥着积极的推动作用。

一方面,大渡口区通过举办名家交流、词曲培训、原创创作大赛等音乐创作活动,集中深入研究创新一批易于传播和接受的音乐表现形式,挖掘和打造一批群众喜闻乐见、体现地域特色的音乐作品,为音乐氛围营造提供内容和内涵支撑。

另一方面,大渡口区通过持续开展职工合唱比赛、主题音乐节、惠民演出季、音乐进校园进社区等音乐演出活动,引导和鼓励市民群体广泛参与音乐事业中来,认识音乐、享受音乐、提升市民的音乐品位和鉴赏能力,让音乐的氛围萦绕于城市的大街小巷。

当前,大渡口区正在积极推进与市文学艺术界联合会合作,拟将共同举办比赛、展览、演出、讲座等一系列音乐普及活动,推进音乐创作中心、音乐考级中心、市民音乐学校等项目的落地,以提升大渡口区的音乐人文氛围。

音乐文化的厚植,正是大渡口打造音乐城市,提升城市品牌知名度和美誉度的内生动力和坚实基础。

能力提升

任何一个活动的成功举办,都离不开策划、组织、执行、招商及宣传配套等全流程、全体系的支撑。这意味着每完成一次活动,无论是从管理方还是执行方来说,都将实现一次“能力迭代”。

“随着大量活动的集中上演,通过不断总结、优化,我们已经形成了一套完整的音乐活动组织流程细案。”对此,江存彬深有感触,如今,什么时候应向哪个单位报批或报备,如何搭建组织班底,如何建立活动执行供应商管理体系和沟通机制,如何进行进程管理和现场把控,都可信手拈来,一清二楚。

“指导配置现场的安保、消防、防疫力量,协调轻轨公司加强运力调度等,很多问题都能够考虑到前面。”在重庆穿越二号 COLO 音乐节出品人聂玲看来,近年来大渡口区各职能部门在大型音乐主题活动的组织协调和服务保障能力方面取得了长足进步。

此外,大型音乐主题活动的密集上演,也激活、优化、提升了大渡口区甚至是整个重庆区域音乐活动执行相关链条产业的供应能力。据了解,这两年来,越来越多的音乐节活动策划执行相关机构落户到大渡口区,涉及到策划运营、设计制作、现场搭建、招商、宣传等多个链条板块。

今年5月以来,大渡口区开启了“人文渡口·乐亮江湾”音乐季,十大音乐主题活动集中上演,目前整个活动已接近尾声。大渡口区能够在3个月的时间里,有条不紊地出色完成如此高规格、大规模十余项活动,与前期的百级历练和能力提升是分不开的。

王彩艳 杨敏

图片由大渡口区委宣传部提供



原创音乐剧《大义渡口》在钢花影剧院首演

专家声音

中国歌剧舞剧院著名女高音歌唱家 万山红

大渡口打造的钓鱼嘴音乐半岛,不仅是满足人民对美好生活期待的民心之举,也是推动区域经济高质量发展的创新之举,必将实现社会效益、经济效益双丰收。

钓鱼嘴音乐半岛建设的长江音乐厅、长江音乐学院、音乐博物馆等设施,不仅是专业艺术团体的魅力舞台,也是广大市民游客学习、游玩、陶冶情操的大舞台,进而发挥起提升全民素质的作用。

对于长江音乐学院的建设和发展,要保持开放思维,把学院打造成大众喜爱的,又具有自己独特特色的音乐学院,可植根地域特色文化,做大做强歌剧、川剧、音乐剧等。同时,要引进专业人才,带动当地的音乐文化的普及。

重庆是一座英雄城市,红色文化资源丰富,江姐就是其中的代表人物。大渡口在打造音乐半岛时,可以写深写实“江姐”文章,打造驻场演出,吸引国内外观众走进剧院。此外,可以大力发展音乐剧。音乐剧的音乐比较接地气、通俗、易懂,戏剧性也很强,是未来发展方向之一。

中国音乐学院教授、中国民族声乐艺术研究会会长 马秋华

音乐艺术是人类的高雅艺术创造,音乐产业是推动社会经济繁荣发展的重要动力。重庆在大渡口打造的钓鱼嘴音乐半岛,不仅是满足人民对美好生活需要的切实之举,更是推动地方发展的一招好棋。

钓鱼嘴音乐半岛将建成长江音乐厅、长江音乐学院、音乐博物馆、音乐营、音乐广场、音乐台等项目,这些载体与平台既顺应了新时代发展,又能满足多元化人才培养需要,必将成为重庆的文化新地标。

打造长江音乐学院,要注重现代与传统的融合、教学与实践的融合,深度挖掘川渝特色文化,开设并做大做强特色学科,如音乐剧专业等,不需大长时间就能取得较好的效果。

中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会主任委员 汪京京

一个地方发展音乐产业,绝不是简单做几个项目,进行几次演出,举办几个音乐节,而是要建立起一套全新的、现代化的音乐产业体系,才能带动相关产业企业聚集,吸引更多音乐人才。

当前,随着我国建设社会主义文化强国的战略实施,音乐产业在文化产业中的重要地位被广泛认同。尤其是经济发展进入新常态后,音乐产业作为创意产业,在我国经济运转由投资驱动转为创新驱动的新型经济发展模式中起到了非常重要的作用。

大渡口区大力推动钓鱼嘴音乐半岛建设,展现了高瞻远瞩的视野,以及勇于创新发展的魄力,除了精准定位,加快推进全产业链发展,还要大胆尝试,加快推进音乐与高科技、互联网产业融合发展,拓展在线演出、虚拟偶像等新业态,让音乐在数字经济、人工智能、科技文旅等方面不断创造新奇迹。

中国爱乐乐团团长 李南

一个城市发展文化事业和文化产业,无非就两种情况,一是发掘自身资源优势,二是引进外来优秀资源。

大渡口区在钓鱼嘴进行如此大规模的文化建设,特别是有特定文化艺术门类主题的建设,在国内实属少见。尤其是大渡口选择了非常大众化、覆盖面广的音乐主题,很前瞻性和现实性。音乐在人们的生活中几乎无处不在,包括主流艺术,如交响乐、歌剧、电影音乐等;流行艺术,如具备产业功能的歌唱、歌曲、原创、跨界、多媒体等。

钓鱼嘴音乐半岛的建设,最好能把音乐艺术和产业的各个板块涵盖进去,形成既有主流艺术又接地气的能吸引人们消费的艺术,同时还能传承与弘扬当地文化。

建好钓鱼嘴音乐半岛的路径,首先是把已有的机构办好,可依托重庆的芭蕾舞团、交响乐团等做大做强本土机构。其次,引进最强的管理团队,该团队除了要有良好的管理能力,还要有资源,要具有让重庆走出去的推动力,把重庆的音乐品牌打造成为国内外知名的品牌。