

大公報

本報經香港特區政府指定刊登法律性廣告有效

Ta Kung Pao www.takungpao.com

2012年3月 30日 星期五 壬辰年三月初九日 第38987號 今日出紙六疊十四張 零售每份六元

責任編輯 陳芳



每年4月至10月，是中國首部大型實景歷史舞劇《長恨歌》的整個演出季節。留步於華清池畔，水霧輕紗，隔了1300多年的時空，一幕唐玄宗李隆基與貴妃楊玉環的愛情故事歷歷再現——他們的愛戀和纏綿，細語和醉舞，相聚和離別，都和着碗碗腔的泣訴、鼓點的激越、梨園的歌哭，直擊人心。

文：任麗、趙燕泉 圖：魏鐵平

《長恨歌》 旅遊文化創意產業的典範

中國首部大型實景歷史舞劇《長恨歌》4月1日奢華巨獻

古詩云：「逐舞飄輕袖，傳歌共繞樑。動枝生亂影，吹花送遠香。」這大概是對「風」形象而生動的描寫。如果說，文化為舞、為歌、為枝、為花的話，旅遊就是風，有風追舞、傳歌、動枝、吹花，文化才能夠得以飄袖、繞樑、生影、送香。在華清池景區上演的舞劇《長恨歌》既是文化和旅遊聯姻的產物，也是文化與旅遊深度融合的典範！

把遊客在白天所看到的遺跡，感受到的文化，以全景式戲劇景觀的形式呈現在夜幕下的實景當中。體驗這樣的文化大餐，觀衆恍若穿越歷史，回到一千三百年前的大唐盛世，身臨其境於大唐天子李隆基與愛妃楊玉環纏綿悱惻、感天動地的愛情故事，親眼目睹大唐盛世的錦繡繁花、絢麗輝煌，全身心地沉醉於博大恢弘的唐文化之中，其情相融，其樂無窮。

事實上，《長恨歌》這一文化產品演出期間場場爆滿的景象，足以證明它對大衆的吸引力。「用舞劇的藝術形式呈獻給遊客，讓躺着的歷史站起來！」張小可用近乎詩意的筆觸重新描繪了歷史留給今人的豐盛遺產。

旅遊文化創意產業的旗幟

作為世界級歷史文化名城的西安，如何改變傳統的旅游產業模式，讓厚重的、冰冷的、沉寂的歷史鮮活地呈獻給遊人，用今人的視野接受歷史文化的洗禮，這正是《長恨歌》的策劃者——陝西旅遊集團公司董事長張小可的初衷。「陝西旅遊欲求突破，要從觀念上走出滿足於對歷史、文化遺存淺層利用的禁錮。在對歷史文化深度理解和挖掘的基礎上，打造出具有國際化視野、開放性思維的大手筆旅遊文化精品。」

自2007年正式公演以來，《長恨歌》不斷創新提升，場場爆滿，好評如潮，引起文化產業界、文化藝術界、旅遊界以及衆多高層專家學者的關注和熱議，已累計接待遊客150萬人次，經營收入近3億元。僅2011年就演出300場，收入7000餘萬元，比2010年增長了45%，創造了演出最為輝煌的一年。

新版《長恨歌》重磅升級

2012《長恨歌》演出季將於4月1日震撼啓幕。據悉，今年是該劇舞美效果五年以來最大一次的提升。特別是對舞劇結局部分進行了重新創作，力求回歸原詩的唯美曼妙。新增「愛的翅膀」、「神樹」、「水宮殿」、「水蘑菇」、「鳳凰琴」等特效，呈現出仙樂風飄、仙境宜人的夢幻場景，極大地增強了舞台效果的震撼力和燈光音效的炫麗化，值得期待。

玉樓宴罷醉和春



陝西旅遊的新「名片」

如今，每年4月至10月是舞劇《長恨歌》的演出季，在華清九龍湖畔，隔了1300多年的時空，一幕帝王與貴妃的愛情故事歷歷再現——他們的愛戀和纏綿，細語和醉舞，相聚和離別，都和着碗碗腔的泣訴、鼓點的激越、梨園的歌哭，直擊人心。

舞劇總策劃張小可如此解讀《長恨歌》的藝術特點和創意。舞劇《長恨歌》用一種全新的表現形式來詮釋華清池景區承載的深厚文化底蘊，已然深深吸引了諸多海內外遊客慕名觀賞。

Advertisement for 'The Song of Everlasting Sorrow' featuring a large image of a performer, the title in Chinese and English, and promotional text including dates and contact information.