



创造性转化 创新性发展@青岛这“艺”年

在席卷全网的“繁花之境”和“热辣滚烫”中，青岛如何书写城市文化的新表达？

作为文化“在地性”的最佳表达方式之一，旅游演艺折射着来自市民和游客两个维度的文化新渴求。自2月24日首演以来，由青岛旅游集团出品的中国首部大型沉浸式航海史诗音乐剧《寻梦沧海》保持着接近满场的上座率。这场堪称青岛文旅市场近年来标志性意义的上新，以融合新业态、消费新场景、产业新载体的多维度创新，迸发出青岛文化创新创造的活力。

墨水河边、琅琊台上、浮山湾畔，原始部落的大海向往、千古一帝的海洋之心、时代青年的人生理想铺展于光阴浩荡之中……75分钟游目骋怀于5000年航海史的历史文化景深，置身于全视域海洋的沉浸式包裹，以科技和文化为代表的新质生产力，亦在强烈的情感共鸣中，唤起人们对文旅深度融合与文化传承创新的广泛思考。

历史文脉、文化气质与时代精神皆是城市根脉中的养分。《寻梦沧海》的推出，恰是青岛不断打开文化新语境、书写文化新可能的生动写照。



■《寻梦沧海》
演出现场。

旅游演艺，打开城市文化新语境

□青岛日报/观海新闻首席记者 马晓婷

青岛文化2024日志

记录

- 2月27日 青岛画院迎新春书画小品雅集，展品风格多样，呈现出新的气象。
地点：青岛画院美术馆
- 2月28日 【我们的节日·元宵节】“欢度春节 喜庆元宵”楹联书法作品展，与广大读者朋友同赏龙年第一轮圆月，共享团圆喜乐的书香佳节。
地点：青岛市图书馆
- 2月29日 灯画映古韵 神工见匠心——晚清民国纱灯画修复成果展，感受花灯上的“画韵”。
地点：青岛市博物馆
- 3月1日 青岛市歌舞剧院交响乐团策划创排的《龙跃凤鸣》2024迎春交响音乐会，在梦幻剧场上演。
地点：梦幻剧场
- 3月2日 “欢歌迎新春，共筑新时代”龙年新春歌会，一场不容错过艺术盛宴。
地点：永安大剧院
- 3月3日 儿童剧《奥茨国历险记》和多萝西一起旅行。
地点：青话小剧场
- 3月4日 《寻梦沧海》当季观演时段为19:30至20:45。
地点：奥帆中心“海上剧场”

预告

- 3月5日 和光共水——红茶壶漫画版暨洪琥水墨漫画展。
地点：洛川街美术馆
 - 3月6日 “繁花似锦”首届青岛国际女水彩画家作品展。
地点：高新区澜湾美术馆
 - 3月7日 点亮星空 融“画”孤独——关爱孤独症儿童画展。
地点：青岛市博物馆
 - 3月8日 青岛交响乐团“2024音乐季开幕音乐会”
地点：青岛人民会堂
 - 3月9日 科普互动儿童剧《物理的奇迹》
地点：城阳万象汇万象影城
 - 3月10日 鼓楼西戏剧·刘震云作品三部曲展演丁一滕导演作品《一日三秋》
地点：青岛大剧院
(具体演出节目及时间以演出场地通知为准)
- 王雷 整理

关键线索

纵观新春文旅市场，旅游演艺在瞩目中强势上扬，实景演艺、剧场演艺、主题公园演艺、沉浸式演艺等百花齐放，并在社交媒体上频频刷屏；河南开封清明上河园沉浸式体验持续“出圈”，春节内单月营收首次超过1亿元；云南丽江千古情景区，《丽江千古情》共演出59场，连续多日单日上演10场，刷新演出场次、观演人次纪录；陕西西安，冰火《长恨歌》大年初一至初七每晚演出4场，累计接待观众近10万人次，纷飞瑞雪挡不住人们沉浸式体验唐宫盛宴的热情。

文化和旅游部数据显示，2024年春节假期，全国营业性演出场次1.63万场，同比增长52.10%；票房收入7.78亿元，同比增长80.09%；观演人数657.65万人次，同比增长77.71%。

火热的市场态势下，青岛旅游演艺迎来重磅上新。2月24日晚，大型沉浸式旅游演艺《寻梦沧海》在奥帆海洋文化旅游区奥帆中心“海上剧场”首演。演出以航海为主题，以青岛海洋文化和中国航海史为故事主线，通过史前少年贝、冒险家徐福、职业竞技帆船赛手齐鲲鹏三个来自不同时代却同为海洋追梦者的故事，展现中国人探索、拥抱海洋的壮丽史诗。首日演出接待观众530人，上座率达83%。在观众口口相传的好口碑中，演出保持着接近满场的上座率。

业内人士分析，当下的文化消费，深层次上追求一种情感共鸣和文化认同。事实上，对于青岛市场来说，旅游演艺并非新生事物。而重新出发的必要条件，就是迫切需要找到作品呈现的关键线索。

“做一台戏，首先想的是要讲一个什么样的故事？主题是什么？”其实答案只有一个，就是找到青岛这座城市独一无二的文化气质。当我们走进三里河、琅琊台、板桥港，从一个个历史现场探寻青岛海洋文化重镇的一页页篇章，同时看到的是整个中国航海史的缩影，有种茅塞顿开的感觉。”《寻梦沧海》总导演金铁木回忆，在青岛采风的时间越长，越是感受到青岛这座城市与海洋紧密的连结。而航海，恰是人类与海洋最紧密的关系。

“国内很多旅游发展非常好的城市，都有反映城市精神和市民气质的旅游演艺。对于青岛来说，大海就像母亲一样，这片土地上人们的航海史，尤其是对于海洋的不懈探索，早已镌刻于城市精神和市民气质中。以航海史为演艺线索和脉络，打造一台集历史变迁、海洋文化、地域特色为主题的沉浸式演艺，这样的演出创意与导演团队不谋而合。”回顾《寻梦沧海》的创作历程，青岛旅游集团总经理谭鹏坦言，这台演出既要回应市民游客对青岛文化旅游深度融合的期盼，更要在最大程度实现市场活力、产业体系、城市形象的环环相扣，推动旅游业发展提质增效提升城市文化软实力。

2023年底，青岛奥帆海洋文化旅游区成为国家5A级旅游景区，年游客接待量超1200万人次。这样的品牌与流量，

遇上中国首部大型沉浸式航海史诗音乐剧，着实让人们对演出的市场前景充满期待。

沉浸盛宴

“5000年前，文明的曙光开始点亮古老的中国。一本神秘的古书《山海经》记载，在东海之滨有一条黑色的河流叫墨水，生活在墨水边的人大腿被染成黑色，这里因此得名玄股之国……”白发长者娓娓道来，全息舞台之上，演员在虚实之间劳作于墨水河边。随着剧情推进，玄股国少年贝、探险家徐福、职业竞技帆船赛手齐鲲鹏的故事先后登场。

借助270度沉浸式包裹影像构建全视域海洋，观众自进入剧场的一刻起，目之所及便是神秘莫测的蔚蓝海洋星球。剧场饰以航海风帆，设计秦汉时期典型的中国帆船和环球航海单人帆船作为道具。观众席为动感坐骑设置，设置在4艘船中。尤其是徐福船队被暴风雨突袭，观众与演员一同置身于暴雨、闪电迅疾翻滚的大海之上。舞台上的仿真大船在风暴中挣扎，观众所“乘”船舶亦随风雨摇曳，在全景声环绕中感受多维、逼真、生动的声场空间和全视域海洋的极致沉浸。

这场独具青岛海洋特色的全息大型沉浸式艺术盛宴的打造，对导演团队来说是一次挑战。在金铁木看来，能否做到“文化+科技”的融合，是这台演出最核心的部分。

“为什么现在大量的演出做实景演出？因为空间大，观众的冲击感比较强。尤其是在观众已经看过很多大型室外实景演出的情况下，要在奥帆中心的小剧场做一台驻场演出，创作难度是非常大的。为此，我们把大量高科技带上了演艺的舞台。比如将大型主题公园使用的黑暗骑乘设备带入剧场，核心目的就是让观众跟着主人公去航海。”谈起对“文化+科技”的理解，金铁木认为，对于这台演出来说，文化就是如何去给观众把故事讲好，把城市的气质准确传达到位，说起来很简单，做到很难。科技是技术手段，要带给观众在小剧场中真正的沉浸式体验。至于是不是做到了，还需观众来评价。

“作为导演，我觉得观众对‘好’的标准要求越来越高，这台演出最重要的还是要给观众讲好的故事，塑造好的人物，要以情动人。文旅演出有一个最大的问题是华而不实，我们希望把内容做扎实、把故事做扎实、把人物做扎实，把情感做扎实。”金铁木曾打造中国实景沉浸式多媒体战争史诗剧《复活的军团》、中国首部全景开合剧场三国秀《出师表》，中国首部拍演放一体化实景剧《白鹿原·黑娃演艺》等演艺作品。丰富的经历，给了他对于演艺创作更深层次的理解。

强沉浸带来强共鸣，依托技术手段的创新，《寻梦沧海》兼具大型文旅演出的沉浸式体验和剧场演出精细化的艺术水准，两种磁场相互作用，给予内容和情感更好的承载。尤其是剧场坐席间的小舞台设计，打破传统“观演分离”关系，当剧中场景变换，5000年航海追梦史真实感几近“触手可及”，观众甚至可以捕捉

到演员动情之处眼中闪烁的泪光。伴随着音乐剧演员们三个篇章的动情齐唱，一座城市对梦想的追寻，更在无声中向观众传递着勇气和力量。

空间新叙

文化是城市最动情的表达。作为一台旅游目的地文旅演出，《寻梦沧海》填补了目前青岛市场上大型旅游演艺项目的空白，得到了市民游客的热烈回应。从城市发展更为广阔的维度上来看，文化新场景、新业态、新空间的涌现，不仅丰富着人们的精神生活，也为城市发展集聚着新动能。

在为一场演出奔赴一座城市的当下，文旅深度融合日益彰显出对文化消费和全产业链开发的赋能，各个城市都在探索适合自身文化气质的演艺之路。青岛旅游集团将奥帆中心原海上宴会厅打造为海上剧场，不仅充分展现出青岛海洋之城、帆船之都地域特色，更抓住了当下“演艺新空间”、音乐剧快速发展等趋势。

早在2019年，上海市就推出“演艺新空间”政策，鼓励商场、文创园区、酒店、旅游景点、游船等场所拓展演艺新空间，截至目前，授牌演艺新空间数量已超过100家。其中，当下沉浸式音乐剧的“顶流”——位于黄浦区的亚洲大厦，就受益于此，从商业办公楼转型为垂直生长的戏剧街区，有着中国“外百老汇”之称，吸引各地观众专程打卡，并在社交媒体上分享看剧攻略。

今年1月，杭州评定并公布首批40个演艺新空间名单，采用环境式戏剧新形式的“新龙门客栈剧场”位列其中，被评定为金牌演艺新空间。为了演出呈现，杭州蝴蝶剧场专门为该剧打造了一个小剧场，让观众在同名电影的相似场景中，沉浸式感受传统戏曲文化的魅力。被年轻人捧火后，一票难求是这里的常态。

不难看出，演艺新空间蓬勃的文化新消费，主力军是年轻人。“不管是做电影，还是做舞台，都是为观众而做。”金铁木在接受记者采访时透露，《寻梦沧海》不仅希望激发青岛人的城市自豪和国内游客的文化自豪，更希望抓住年轻人的注意力。其中，将音乐剧融入旅游演艺，也是一次大胆探索和创新。

处于快速发展期的旅游演艺，正以活跃之姿带动文旅融合更深一步，但要想真正“风生水起”，功夫还要下在深处。从全国范围内来看，近日，中国演出行业协会发布沉浸式演艺领域的首个团体标准《沉浸式演艺运营服务要求》，首次明确界定“沉浸式演艺”“沉浸式演员”等概念，明晰沉浸式演艺运营服务相关资质要求，提升行业规范化、专业化，保障观众沉浸式观演权益。

历史长河纵贯蜿蜒，观演章节之间，观众掌声数度自发响起。《寻梦沧海》在当下时间节点上对城市文化的探求和呈现，已然投射进观众心中。路虽远，行则将至。期待《寻梦沧海》在演艺新赛道上乘风破浪，时间自会萃取出其独特的文化吸引力，作为青岛这座城市鲜明标识的一部分。



■《寻梦沧海》的一幕场景。



■《寻梦沧海》上演地奥帆海洋文化旅游区奥帆中心“海上剧场”。

记者手记

文化“两创”，
贵在守正创新

□马晓婷

正月十五晚上，《寻梦沧海》成功首演。总导演金铁木在谢幕时一一介绍主创团队，现场观众热情欢呼回应。随后几天里，“青岛终于有自己的旅游演艺了！”等相似表达在社交媒体平台上被观众高频提及。对于一台亮相仅一周的旅游演艺来说，它未来一定会面临诸多挑战。但在当下，怀着对历史文化的尊崇之心和对观众的最大诚意，《寻梦沧海》为自己赢得了最真挚的掌声。

文化旅游业是当下最“卷”的赛道之一。观察各个文旅景区、文旅产品的游客接待量和营业收入，能够真正赢得主动的市场主体，往往是坚持创新驱动，不断以“新业态、新场景、新模式”创造新体验、带动新消费，彰显了自身的良好形象，也为所在城市带来了好口碑。与此同时，一些“避雷”“劝退”等旅游攻略，多次在节假日冲上“热搜”，究其原因，抛开旅游服务的因素，不少是因夸大营销忽略产品的“假创新”让游客失望而归。还有的文旅主体过于依赖跨界合作和追逐热点，忽略了对自身主营业务领域的长远布局。

万物有所生，而独知守其根。推动文化“两创”，尤其要以守正创新守住文化根脉，谨记文化为民的初心。为了高标准呈现演出，《寻梦沧海》导演团队深入三里河、琅琊台、板桥镇等文化遗址，从大量史籍材料和专家学者研究中梳理出演艺的文化线索，150多名演职人员精心打磨每一个细节，主演背诵词句歌不干涸。出品方青岛旅游集团致力于将演艺“流量”转换成城市“留量”，全力突破旅游品质提升攻坚任务，填补青岛目前旅游演艺的市场空白。

创新没有捷径，文化“两创”更是如此。在守正创新中更好担负起新的文化使命，创新创造的活力必将会生生不息。

本版摄影 王雷



参与文化
活动线索征集，
请扫二维码。