

走读

湖南

2012世界旅游日特刊

走读湖南之「风云诀」
World Tourism Day

琴岛, 演艺湘军的一张名片

——访湖南琴岛文化传播有限公司董事长余德华



完成华丽转身

琴岛演艺中心源起于1993年创办的琴岛歌厅,在文化演艺行业10多年摸爬滚打中缔造了颇具影响的“琴岛模式”,即采取歌厅经营与剧场表演相结合的方式,观众购票入场,类似于到剧场看演出,却可享受比剧场更活跃、更高雅的氛围。

2000年,全国娱乐场所现场会在长沙召开,琴岛歌厅作为典型得到了相关领导的高度评价,与会代表分批到琴岛歌厅观摩。此后,到琴岛参观考察的还有10多个省、数十个城市的文化部门的代表和娱乐场所的经营者。然而,余德华却再三告诫他的团队:“很多同行都来学习和观摩琴岛,站在前端的琴岛就更不能停滞,更要不断创新,带动全国都市演艺文化产业的发展。”

2009年4月29日,投资5800万元的琴岛演艺中心正式亮相长沙贺龙体育馆。焕然一新的琴岛演艺中心总面积达5000余平方米,可容纳3000名观众,是中南地区规模较大、格调高雅的演艺中心。新琴岛亮出了“中国·琴岛之夜”的名片,在演出形式上大胆突破全国演艺市场的现有模式,既保留舞台传统歌舞剧的精华,又融合现代大型演唱会高科技的表现手段,推动文化娱乐产业的升级换代。开业以来,平均每场接待观众2000人次以上。

创新中寻求更大发展

然而,在贺龙体育馆启幕前,琴岛演艺中心却越过了一个又一个发展瓶颈,走过了一条鲜为人知的曲折道路。

1993年,琴岛歌厅在一间毫不起眼的宾馆二楼开业。时任总经理的余德华高薪聘请专业人才,并重金邀请全国各地的优秀表演团体,高质量的演出使琴岛很快在业内树立起品牌。1997年,琴岛搬迁至长沙市青少年宫,场地比原来扩大一倍,票价也有所提升。

2002年至2005年,琴岛歌厅受酒吧、足浴按摩等行业的影响,上座率急剧下滑。余德华始终认为演艺和娱乐自古就是人们生活中不可缺少的部分,这个产业不存在生命力是否长久的问题,而在于其经营者是否坚持按照市场需求不断推陈出新,满足观众日益增长的文化娱乐需求。凭借这样的信念,他坚持了下来。

2007年,由于所在的长沙市青少年宫整体改造,琴岛不得不暂时关门停业,寻找新址。此时的余德华马不停蹄地考察了美国拉斯维加斯演艺秀、法国红磨坊大剧院和巴黎丽都大剧院等一些国外顶级演艺机构。“看了拉斯维加斯演艺秀的舞台设置后,我非常震撼,发现我们与国外差距很大,我觉得一定要把这样的表演带给国内的观众。”

回国后,余德华花了一番心思:他坚持把投资的核心放在舞台建设上,而剧场的观众席及其他装修则以干净、整洁、朴素为主要原则。最终,新琴岛演艺中心的舞台投资达到了3300多万元,占总投资一半以上。

在余德华眼中,除了舞台建设,人才建设也是琴岛发展的一个关键因素。要想挖掘和留住人才,需要不断加大投入力度,注重与人才的沟通交流。2005年,余德华到西安了解文化产业和娱乐市场,在那里他发现了如今琴岛演艺中心的“台柱子”、中央电视台

《星光大道》主持人挑战赛总冠军欧阳雨暉,这个才华横溢的年轻人深深吸引了余德华。2009年新琴岛演艺中心开业不久,余德华邀请欧阳雨暉到长沙观看演出,“他当时震惊了,从来没有看到如此新颖华丽的舞台,从来没有想到哪场演出可以达到这个水准。”余德华说。几个月后,欧阳雨暉加入了琴岛。

长沙的客厅

本土的成功促使琴岛迈开了步子,更加自信地将长沙的演艺文化带到全国。“现在每个城市都十分重视文化产业的发展,自今年起,琴岛将进军全国的一些省会城市、旅游城市。”

虽然歌厅行业和演艺产业的竞争日趋激烈,可余德华始终认为其中仍有很大的发展空间。事实也是如此,新琴岛开业后,长沙其他剧场和歌厅的观众并未因此减少,反而促成了长沙歌厅演艺行业百花齐放、百家争鸣的局面。余德华说,每天来琴岛观看演出的大部分是增量观众,“因为我们的节目设计合理,赢得了越来越多年轻观众的心。据统计,以前来看节目的观众绝大多数在30岁以上,而如今处于20多岁年龄段的观众比过去增加了50%”。

琴岛有“长沙的客厅”之称,作为琴岛的掌舵人,余德华认为歌厅必须要有更为深入、能够触及观众内心的节目内容,做到雅俗共赏。日前,琴岛正酝酿一场能够体现长沙特色的演出,展现长沙山水洲城的特色和湖湘文化品位。

■文述 张玲 通讯员 王伟



晚8时,坐落在湖南省长沙市劳动西路贺龙体育馆的琴岛演艺中心门口人头攒动,前来观看演出的观众络绎不绝。

此时,湖南琴岛文化传播有限公司董事长余德华正在办公室内与香港某设计公司的几位年轻设计师探讨分店的设计方案。他目不转睛地盯着图纸,用心倾听设计师的讲解,时而提出自己的疑问并与设计师展开讨论。朴素的着装、温和的眼神、可亲的笑容、不疾不徐的语调伴着琴岛喧嚣欢乐的音乐,让记者迅速融入了琴岛的文化氛围。