

好戏送到家门口:江苏813场

——我省“家门口赏好戏”巡演圆满收官,让更多优质文化资源直达基层

深秋傍晚,寒意渐起,连云港市赣榆区吾悦广场却热气腾腾。晚上7点刚过,广场中央的露天舞台前已围拢了上千名观众。台上,中国曲艺牡丹奖得主张明、倪夏宇父子正说着相声,一段地道的赣榆方言甩出来,台下顿时爆发出心的大笑和热烈的掌声。不远处,非遗市集里,剪纸、贝雕、黑陶等手工技艺吸引着人们驻足;中医夜市摊位前,居民排队咨询健康问题……这是2025年11月,“茉莉花开·家门口赏好戏”全省巡演走进赣榆的生动一幕。

近年来,省文化和旅游厅着力打造公共文化服务“升级版”,推出“家门口”系列共享优质文化资源系列活动,让老百姓在家门口就能轻松享受到高品质文化盛宴。作为2025年省政府民生实事项目,巡演整合全省优质文化资源,综合戏曲、音乐、舞蹈等多种表演形式,因地制宜编排由文艺名家和新秀参演的高质量整台节目,在省内巡演813场,实现全省95个县(市、区)和718个乡镇全覆盖,吸引线上线下观众超百万人次。数字背后,是无数个像赣榆之夜一样鲜活温暖的场景,是优质文化资源直达基层的江苏实践与创新。

扬子晚报/紫牛新闻记者 金雨希
(图片由主办方提供)

一台“打包”的好戏,如何精准送达?

“以往一台传统大戏就能撑场,现在要寻求音乐、舞蹈、戏剧、曲艺样样俱全,我们是把全省的精品‘打包’,组成一台综合演出送到老百姓家门口。”省文化馆文艺活动部主任寇文这样概括本次巡演的特点。

所谓“打包”,即打破院团、剧种和艺术门类的界限,整合全省文化资源,综合戏曲、音乐、舞蹈、曲艺、木偶、小品、杂技等多种表演形式,因地制宜编排由文艺名家和新秀参演的高质量整台节目,“打包”送到全省95个县(市、区)和718个乡镇,搭建起精品展示、文化惠民、新秀成长、百姓参与的优质平台,将优质文化资源转化为可感可知的幸福体验,为城乡发展注入沁润人心的文化力量。

“打开每一场‘家门口赏好戏’演出节目单,都能看到主办方的用心。”省文化和旅游厅艺术处处长孙蓓介绍道,从省级院团的经典剧目,到市级剧团的特色作品,再到县级文化馆的原创节目,确保既有梅花奖、牡丹奖等名家名段压阵,也有来自基层的获奖群众文艺作品添彩。不同层级、不同风格的“混搭”,既保证演出类型的多样性,又巧妙为苏南的婉约、苏中的灵动、苏北的质朴融合于同一个舞台,让一个半小时的演出有“看头”也有“味道”。

“这次巡演是把各类‘好菜’摆成了一桌席——最多一场,台上同时有七朵‘梅花’,戏曲、曲艺、歌舞穿插进行,观众看得过瘾,我们也演得尽兴。”相声演员倪明说。这种打破门类、融合编排的“组团”模式,不仅让舞台更加丰富,也为节目“入乡随俗”提供了灵活的空间。“每到一地,就会根据当地的风俗人情、人文地理,甚至身边人身边事,进行即兴的创造和改编。”在赣榆,他们就将方言融入相声,瞬间拉近了与观众的距离。

“打包”之后,更需“精准投递”。如何让这桌“文化大餐”合百姓胃口?

答案是:因地制宜,入乡随俗。



文化盛宴背后的惠民密码



从“我演你看”到“双向奔赴”

优质文化直达基层,不是单向的“给予”,而是一场文化与人民、演员与观众的“双向奔赴”。

奔赴,在于空间的“零距离”。

巡演场地不拘一格,既有标准化剧场,也有乡镇礼堂、社区剧场、学校体育馆,更多时候是村头广场、文旅街区、商业综合体外的露天舞台。这种“家门口”的便利,极大满足了百姓的观演需求。无锡梁溪区专场最初试探性发放100多张预约票,结果10分钟内被一抢而空。此后,预约抢票成了各地常态,且往往“秒光”。

奔赴,在于情感的“同频共振”。

东海县吕剧团在演唱《茉莉家乡》时,台下观众自发跟唱,有位老人特意带着孙女来看《姊妹易嫁》,说“终于让孩子看到了真正的吕剧”。演出的间隙,演员邀请小女孩登台试穿戏曲服装体验戏曲表演,每次演完都有群众围着演员询问“下次什么时候再来”,“这些瞬间让我们深深感受到基层群众对高质量演出的渴望”。陈阵团长还记得一个温暖细节:在浦南镇浦北村演完,一位大叔买了三箱大碗面塞给演员:“你们唱得太好了,我们这儿多年没这么热闹了!”

观众的真实反馈,成为演员最大的动力。梅花奖获得者李政成参加了十余场演出,他感慨:“每到一处,反响都很热烈。演完后观众上来合影,说希望经常能看到这样的活动。作为文艺工作者,走进基层、服务

人民,是我们责无旁贷的使命。”虽然奔波辛苦,但演员们深感值得。东海吕剧团的演员们认为,基层巡演是“艺术回归土壤的过程”,直面观众让他们获得了创作的滋养。

奔赴,更在于代际的“传承接力”。

巡演不仅是名家的舞台,更是新秀的练兵场。宜兴市锡剧艺术传承发展中心主任郑挺告诉记者,他们此次巡演的23场演出,演员以中青年为主,“40周岁以下的占到80%”。“我们给年轻演员提供了一个高平台的实践机会,而年轻观众也喜欢看到同龄人在台上的展示,这是一种双向奔赴。”郑挺说。

奔赴,在于情感的“同频共振”。

年轻演员在历练中成长,年轻观众也在接触中培养。郑挺观察到,即使是以较少接触戏曲的年轻人,在综艺化编排的晚会上,也能静下心来听完几段经典唱段。“首先要有认知,能听下去,才可能产生兴趣,进而去深入了解。”

一场巡演,也是一次深刻的调研。江苏省演艺集团负责苏锡常地区22场巡演任务。“此次巡演不仅是艺术展示的平台,更是团队综合能力的一次全面历练。”江苏省演艺集团锡剧团演出部副主任周泽指出,通过深入苏锡常的城乡一线,团队更加直观地感受到不同地域、不同群体对文化内容的差异化需求。这种来自现场的鲜活反馈,为今后的艺术创作、内容打磨与演出形式创新提供了重要参考。

“演出+”激活文化惠民乘数效应

单纯的舞台演出是“1”,而江苏此次探索的“演出+”模式,则让这个“1”产生了“N”倍的叠加效应。

“我们筹备时就想,不能只让大家看演出,得多添点实惠和乐趣。”连云港赣榆区文旅局局长相恒让介绍,他们在演出广场10个非遗市集和中医夜市同步布置了非遗市集和中医夜市。10个本地非遗项目展示、体验,让“非遗活起来”;中医专家义诊、健康咨询,则切实服务百姓需求。这种“看戏+体验+服务”的融合场景,让一场演出变成了一个综合性的文化惠民节日。

在南通如皋泰山景区,巡演与“非遗市集”结合,发放惠民消费券2万元,直接带动现场消费10万元,当晚街区人气和消费额分别增长78.56%和52.18%。在镇江润州区专场演出与金山文化艺术品国际旅游度假联动,吸引力与惠民性倍增。

此外,巡演还与体育赛事“苏超”联动,根据联赛赛程,动态调整演出地点及日程。通过与“苏超”联动的演出安排,剧场里的掌声与足球场上的呐喊交织,构成了江苏文体旅事业高质量发展的生动注脚。

7月19日泰州场及7月20日江阴场演出当晚,恰逢“苏超”联赛第七轮泰州队、无锡队主场热血开赛,巡演应景策划推出“苏超”主题节目,以文艺创作的力量为体育盛宴注入独特文旅魅力。

泰州市淮剧团推出新创风雅德比情景剧《戏谑会堂》,范仲淹、郑板桥等历史名人“齐聚”,宋朝时蹴鞠与今日足球的渊源,郑板桥“蹴鞠谱”与高俅脚法的趣谈,带领观众回顾足球运动跨越千年的精彩,

这出惠民好戏,永不落幕。