

南通好戏走出去 江风海韵扑面来

越剧《风梅图》赴沪演出、通剧《陈英卖水》各地巡演、话剧《英雄归来》下到基层……

大型魔幻杂技剧《寻梦出海记——大海小海》在宁连演9场，场场爆满；越剧《风梅图》赴沪演出，备受戏迷好评；大型新编传统通剧《陈英卖水》在安徽、盐城等地巡演，话剧《英雄归来》开展优秀剧目下基层、进校园演出，亲子剧《封神之哪吒大战红孩儿》2025年下半年十城联动巡演启动……近期，南通一批精品剧目“走出去”，在异地进行交流展演，并凭借鲜明的江海文化特征、创新的艺术表现形式，赢得当地观众认可，形成了“叫好又叫座”的良性循环。

多元融合拓展文化消费新场景

8月8日至12日，由南通市杂技团演艺有限公司创排的大型魔幻杂技剧《寻梦出海记——大海小海》在江苏紫金大剧院连演9场。据了解，正式演出前一周，9场门票就已售罄，成为今夏当地亲子文化消费市场的现象级作品。

《寻梦出海记——大海小海》是一部具有浓厚地域文化特色的艺术精品。该剧以如东沿海渔民故事为蓝本，紧扣海洋生态保护主题，讲述了海边少年小海为拯救海洋生灵勇敢追梦的故事。演出中，演员们以高难度杂技动作诠释角色成长，用魔术技巧演绎绝境求生，将如东非遗“跳马侠”与现代舞融合，借助光影、音效及多媒体技术，让观众沉浸海洋世界，在视觉震撼之余感受生态环境保护的深意。

配合本次演出，南通市杂技团演艺有限公司特别推出了《寻梦出海记——大海小海》系列文创周边。一个个精致小巧、蕴含着如东杂技元素的胸针、钥匙扣引来观众朋友的目光；大家看完演出，不约而同地围聚在展位前，排队选购心仪的产品。与此同时，公司还联动当地品牌策划团队，搭建如东文旅推介展板，吸引市民观众踏上“跟着演出去旅行”的独特旅程。南通市杂技团演艺有限公司董事长周旺东表示：“通过‘戏剧IP+文旅推介’的商业模式，既拓展了剧场经济的边际效益，又构建起城市文化传播的新矩阵。”

同期，南通艺术剧院市场化转型力作《封神之哪吒大战红孩儿》全国巡演如火如荼地进行着。剧目融合话剧、戏曲、歌舞等多种表现形式，通过现代化的创意设计赋予哪吒、红孩儿等经典神话角色新的生命力；并以演员互动、配套文创展销等方式，提升观众的体验感和获得感。

值得一提的是，今年5月17日至28日，《封神之哪吒大战红孩儿》走进新疆伊犁州，在当地8个直属县（市）奉献了9场精彩纷呈的演出，累计观演人次突破1万。作为文化润疆工程的重要实践，此次巡演不仅为当地观众，特别是青少年带来了难忘的艺术体验，更有效促进了各民族

文化交流互鉴，丰富了边疆地区群众的精神文化生活。伊宁县南通实验学校学生阿斯耶姆激动道：“以后我们要多多学习文化，去南通、去江苏、去全国各地领略更多精彩丰富的中华文化。”

截至目前，该剧已在新疆、青岛等地演出30余场，接下来还将与太仓、泰州等地的观众朋友们见面。

融入新元素推动传统艺术发展

13日至14日，上海宛平剧院座无虚席，南通艺术剧院创排的越剧《风梅图》在此连演两场，吸引大批戏迷专程前来观赏。作为国家艺术基金2024年度资助项目及2024年江苏省舞台艺术精品创作扶持剧目，该剧以“扬州八怪”之一、南通历史名人李方膺在山东兰山任职期间的史实为蓝本，通过越剧艺术形式展现其“梅骨铮铮”的精神品格。

精彩的表演与别具一格的表现形式打动了在场观众的内心。大家自发在个人社交平台分享观后感：“这是一部全新剧本，精准沿用传统越剧与曲调，又在编剧、舞台、灯光上巧妙融入当下流行元素，大气唯美。传承与创新，大抵如此”“饰演李方膺的演员范晓萍风度翩翩，她的范式唱腔音域宽广、稳健大方、刚柔并济，很好地表现了人物铿锵坚韧、亲民爱民、温文尔雅的精神品质”“南通与上海是近邻，但南通越剧团已有8年未入上海，这次相见格外亲切，希望南通越剧团常来常往”……

南通艺术剧院副院长、范派小生范晓萍也表示：“越剧团在上海具有一定的观众缘，虽然这么多年没去，但他们依旧很捧场。还有不少从南通、苏州赶来观演的朋友，大家都特别热情。”返场环节，范晓萍又加唱了《梁祝》选段，以此回馈观众的热情支持。据了解，本月，该剧还将前往如东进行演出，丰富百姓文化生活。

同为国家艺术基金资助项目的大型新编传统通剧《陈英卖水》在近期结束首轮全国巡演。其间，通州歌舞团（通剧团）携该剧先后在南通、盐城、南京、安徽等地献演，获得了各地观众及行业专家的一致

好评。盐城市盐都区文化馆副研究馆员徐志玉看完演出有感而发。他说：“看通剧《陈英卖水》，有一种久违的感觉，这个戏好就好在没有把老祖宗的东西丢了，也没死抱着老规矩不放，而是扎实地回到了戏曲本身该有的样子，让人看了既熟悉又新鲜。”

让优质文化资源惠及更多观众

如果说“苏超”是城市“硬实力”的比拼，那么文艺院团巡演则是一场城市“软实力”的深度较量。今年以来，我市国有文艺院团打破地域局限，通过“走出去”及系列文化惠民举措，将优质文化资源精准输送到基层，掀起全民艺术共享热潮。

“我们正在积极探索、努力推动文艺院团从‘等市场’向‘闯市场’转变。”南通市文化广电和旅游局文艺处相关负责人介绍。与往年不同，2025年南通市国有文艺院团新剧目展演活动进行了改革，不再局限于在某个剧场集中展演，而是鼓励院团主动对接演艺市场，通过市场化运作磨炼作品、培养人才。

其中，除上述精品剧目以外，南通艺术剧院创排的《七日告白》在华东地区巡演中收获观众广泛好评；红色话剧《英雄归来》走进南通大学，开启艺术思政新模式；音乐剧《有一座城》在全市各大高校、中学展开巡演，以青春语态讲好南通故事。如皋市木偶艺术团则携木偶剧《龙游河传奇》进校园，开展沉浸式美育体验活动。

小型节目同样精彩纷呈。通过江苏省文化和旅游厅主办的“茉莉花开·家门口赏好戏”——全省优秀舞台艺术作品和优秀群众文艺作品巡演、省首届优秀原创舞蹈作品展演、南通市“茉莉花开·艺通江海”文艺直通车等平台，通州区文化馆、南通艺术剧院、通州歌舞团共同参演的小品《阳光便利店》，南通艺术剧院舞蹈《带你回家》，启东评弹团《张謇垦牧曲》，海门山歌表演唱《海门腌齑汤》等精品节目走进街道社区，以喜闻乐见的方式，满足人民精神文化生活新期待。

本报记者 杨镇潇

