

作为全国十大群文品牌活动,哈尔滨“市民音乐嘉年华”激活城市音乐基因、彰显城市文化魅力——

# 弦歌飞扬奏响城市“嘉年华”

本报记者 鞠红梅

夏夜的星光和点燃的音符相得益彰,防洪纪念塔下,澎湃的心跳勾勒出炫彩乐章。“市民音乐嘉年华”的舞台拨动着一次次游客的心弦,伴夏风、伴江鸥,人们沉醉在迷人的哈尔滨之夏。

冰城造夏梦。开放的舞台,能行你就来。6月15日,“2024市民音乐嘉年华”在松花江畔隆重启幕。“报名电话打爆了。”哈尔滨市群众艺术馆器乐部主任刘昭阳的电话一刻不闲,“半个月,200多个音乐团体报名,还有上海、珠海等外地团队。”审查节目的老师们也一刻不停,“哈尔滨地标防洪纪念广场的音乐节目必须优中选优,展示出‘音乐之城’的文化底蕴”。到7月15日,将有180个音乐团队、1.8万人次演出77场,观众预计达230余万人次。“市民音乐嘉年华”预计持续到9月15日,将打造成为高质量的超长“避暑季”和“音乐季”的夏都哈尔滨特色标识。

## 点燃的音符 澎湃的心跳

### A 没有围墙的万人演唱会

6月27日晚,“市民音乐嘉年华”开场的“电子+摇滚”乐队演出把清凉的哈尔滨夏夜瞬间燃爆,聚集的观众一层又一层,热烈的互动一浪赛过一浪,以至于交警临时对防洪纪念塔周边进行了交通管制。演出的顺利让乐团当场收获了一大拨粉丝。

“防洪纪念塔下,年少和轻狂,对酒当歌人生几何,诗酒要趁年华……”顺利乐团团长李冬波说,当天演出22个节目,其中很多是原创歌曲。把哈尔滨的点滴写进歌里,市民游客在地理位置和心里情感上产生双重共鸣,将现场气氛推向高潮。

李冬波代表了哈尔滨执着于做乐队的一代人。乐团8个人中有音乐教师也有其他从业者,平均年龄40岁。乐团组建28年来,他们激情一直在,激情创作、激情演出,积累的原创歌曲越来越多,并已在QQ音乐上线。随着知名度越来越大,乐团每天的演出档期排得满满当当。“28年了,我们把副业做成了主业。”李冬波说,“东北三省我们都演遍了,商业演出很多,但最重视的还是防洪纪念塔广场的‘市民音乐嘉年华’。因为始终有一种责任感,觉得我们代表着哈尔滨民间乐队的素质,展示的是哈尔滨人的音乐素养。我们创作的歌曲很多都是写哈尔滨的,松花江、九站公园都在我们的歌里,是‘音乐之城’让我们从小被音乐

感染,终生与音乐为伴。”

观众太多,现场太嗨。“相当于开了场万人演唱会。”李冬波意犹未尽,“没演够啊,我们可以连续唱3个小时。”

7月6日,“市民音乐嘉年华”舞台场景转换,海内外声乐比赛获奖歌唱家登台献艺。专业性极强的高品质演出,让走过路过的市民游客围了一层又一层,从没有门槛的户外公益演出中领略了哈尔滨强大的音乐底蕴。

“‘市民嘉年华’我们必须得参加,用专业素质展示哈尔滨民间音乐团体的最高水平。”2021年,杨石组建了黑龙江省孙子兵法研究会军旅艺术团。艺术团中有俄罗斯圣彼得堡音乐学院声乐博士、国际声乐比赛大奖得主周美丽、张津赫等以及中国著名民族声乐女高音歌唱家、国内声乐比赛大奖获得者何亚男。3年来,他们在哈尔滨大剧院、哈尔滨音乐厅等演出近百场,频繁被全国各地邀请演出,粉丝们也跟着艺术团到处走。上个月,从威海演出回来后,听说哈尔滨“市民嘉年华”启幕,立即报名参加。“下半年,我们要到国家大剧院演出。”杨石说,“虽然艺术团打响了名气,站上了更高的舞台,但心中分量最重的还是‘市民音乐嘉年华’。我们从大众流行、市民喜欢的角度精心挑选节目,认真排练,用最专业的素质展示‘音乐之城’的底蕴,也有责任把哈尔滨的音乐推向世界!”



“市民音乐嘉年华”演出现场,观众热情高涨。

## 抢爆的舞台 盛大的秀场

### B 30天1.8万人登台演出

专业乐团、民间乐队;外地团体、各地音乐节……抢爆了哈尔滨“市民音乐嘉年华”。

刘昭阳每接一个电话时,就会有多个电话打不进来。“报名电话被打爆了,想上‘市民音乐嘉年华’的团体太多了。”半个月,刘昭阳接到200余个团体报名,每一个团体他们都认真对待。群艺馆十几位老师分成三大组,每天夜以继日、无休息日地去挨个审查节目。刘昭阳说:“这是展示哈尔滨音乐底蕴的舞台,我们必须要保证节目质量,同时,这是开放的音乐嘉年华,我们尽量让更多

的人登上舞台。”

“从6月15日至7月15日,77场1.8万人登台演出,仅安排晚上演出排不开,就从中午、下午开始演,平时白天安排老年团体,休息日白天安排幼儿团体,晚场安排最有代表性的大型艺术团体……还是排不开,就让两三个团体拼一场演出。”刘昭阳说,“我们不轻易地拒绝任何一个报名的团体,只要报名,都认真审查。有的团体整体演出水平还不够,但其中有几个节目让人惊喜,我们就把这样的几个团体中最优秀的节目抽

## 浪漫的音乐 热情的城市

### C 群众文化品牌叫响全国

“在去年的中国群文学会品牌大会上,哈尔滨‘市民音乐嘉年华’入选全国十大群文品牌案例。”哈尔滨市群众艺术馆馆长栾永欣介绍,“市民音乐嘉年华”是我市连续举办了10年的群众文化活动,不仅在哈尔滨和省内知名,上海、珠海、三亚等地群众文化艺术团体也能够加入为荣。今年为了配合“迷人的哈尔滨之夏”文化旅游时尚活动,“市民音乐嘉年华”增加了演出时长,从过去的1个月增加到3个月。

既是听觉盛宴,又是视觉盛宴。据国晟中和设计师叶鹏介绍,今年“市民音乐嘉年华”在舞美设计中大胆创新,巧妙地城市特色与松花江上的“江鸥”相结合。舞台上,一只栩栩如生的江鸥形象在大型LED屏幕上盘旋飞舞,仿佛从松花江畔翩然飞来。在灯光与音乐的交织下,为舞台增添了生动与活力。通过视觉展示哈尔滨独特的城市魅力与音乐文化。

“40多人用4天时间,搭建起防洪纪念塔广

场舞台。”晟洋传媒有限公司赵洪宇说,这个不规则舞台长约36米、高14米,因临江,采用了清晰度高、抗风性、安全性、透风性良好的冰透屏。第一次在舞台上运用数控灯条,提升了舞美视觉效果。同时,通过增加配重吨桶等措施,保证户外有风雨时的舞台安全。

全国品牌舞台、哈尔滨爆火,让登台的音乐团体、演员充满自豪感和使命感,铆足劲儿在舞台上宣传冰城。哈尔滨学院为专场演出编排了节目,音乐与舞蹈学院副院长沈丹说:“我们邀请优秀校友、著名音乐人刘卓作曲、刘佳编舞联袂创作开场节目《哈尔滨之舞》。这场120人参与的哈尔滨‘专属舞蹈’在‘市民音乐嘉年华’上首演。”

“非常荣幸能参加哈尔滨的文化盛事。”哈尔滨学院音乐与舞蹈学院教师赵文佳参演了歌舞《我在黑龙江等你》。赵文佳说,“学院的老师、同学们都有一种推广哈尔滨的使命感。现在网络媒



精彩节目持续上演。(受访者供图)



## 二手车自哈“向北”奔赴大市场

(上接第一版)

### 政府出手助企 优惠政策支持企业发展

“新年前俄罗斯有一个消费季,一般是购置新车的‘小高峰’。去年12月,我们出口到俄罗斯200多辆车。”甄卓告诉记者,企业采用订单式交易,俄方订车只需缴纳30%到50%的预订款,凯华即在国内采购并发送车辆过去,占用了企业大量自有资金。在凯华资金最紧张的时候,政府部门及时出手,300万元“退税贷”快速到账。甄卓说,这极大地缓解了出口企业的资金压力。

数据显示,今年1月至5月,全市累计出口二手车近1900辆,出口退税额增长明显。国家的税收优惠政策极大地支持了企业发展。

为了帮助二手车出口企业解决实际问题,实现快速发展。商务、税务、车管等部门在为服务企业过程中,通过不定期的企业

座谈、走访,解决了企业发展的痛点难点。“二手车出口需要办理车辆落籍、检测、转移代出口及后期注销等一系列手续。为了方便企业快捷办理各项手续,缩短二手车出口时间,车管部门特别开辟了二手车出口的专办窗口。”冯勇说,“这项服务为我们办理业务节约了大量时间和人力成本。”

### 更多车企入局 共同探索“向北”市场

虽然二手车出口业务仅仅开展一年时间,但凯华已经拉开了大干一场的架势。目前企业分别在莫斯科、比什凯克、阿拉木图等地设有海外事业部,设立常驻代表,并有专门的车辆展示空间。国外客商可以直接进店看车试驾,具有更好的体验感。同时,接待国外客商到国内企业总部参观看车选车。“我们打算把二手车出口做成一个自有品牌。”甄卓说,未来打算把二手车出口的范围扩大到更多国家,二手车整车出口、车辆零

部件出口及车辆后期维修等需求比较大,这些将是未来的新机会。

眼下,黑龙江龙域国际物流有限公司的业务越来越繁忙。从去年6月将第一台二手车出口到俄罗斯,目前龙域业务领域除了开展常规的俄方散货式采购外,已经拓展至新的规模化出口业务。龙域副总经理李欣宇表示,公司已经与一家车企合作,从今年7月份开始为对方提供整车对俄出口的物流服务。按计划,至年底将出口汽车2.5万台,明年计划出口汽车10万台。李欣宇说:“龙域一个月最少有3列中欧班列的运输配额,从目前情况看,仅靠现有班列运输配额已经满足不了货运需求。我们正在积极拓展其他的运输途径来满足货运需求。”

面对火热的二手车出口市场,入局者越来越多。记者从商务部门获悉,截至目前,我市已通过审批获得二手车出口资质的企业有21家,现均已开展二手车出口业务。

未来,将有更多车企以哈尔滨为起点,“向北”发力探索更大的市场。

## 来到“音乐之城”,跟着演出旅行

(上接第一版)

“像演员叶麒圣,他在上海等江浙地区的演出场次多,积累了庞大的粉丝群体。这次《人间失格》专门邀请叶麒圣来哈,不仅满足了冰城观众的需求,更吸引了众多外地游客来到哈尔滨,加深跨城观剧和‘跟着演出去旅行’的文旅消费理念。”张跃说,“一方面,哈尔滨夏天比较凉爽,很多影迷知道《人间失格》巡演信息后提前做好了功课,自然将城市热度和关注度最高的哈尔滨列为跨城观剧的首选。另一方面,大剧院推出了优惠‘二刷’活动,只要影迷在全国任何城市看过《人间失格》,拿着票根来哈尔滨大剧院,即可享受七折的购票优惠。”

充分发挥叠加优势,推出实打实的惠民措施,打出文化赋能旅游的组合格。哈尔滨大剧院上半年大

剧场的人均成交票价200多元,小剧场的人均票价七八十元。演出多了、演好了,但大家的花费却少了,剧院通过各种优惠政策和渠道,降低了走进剧场的门槛。如今,哈尔滨大剧院已成为外地游客到哈尔滨必打卡景点之一,据统计,在参观大剧院的人群中有50%至60%是外地游客。张跃坦言,通过剧院开放参观活动,吸引了更多观众进入剧院欣赏艺术、了解冰城。同时,因地制宜地利用好剧院外的空间,将其打造成户外第二舞台,激活了文化旅游新动能,拓展了剧院多元化经营路径。

### 精彩演出赋能文旅发展

据了解,2024年下半年,哈尔滨大剧院预计上演剧目110余场,美国亚利桑那图森男童合唱团、龚琳娜国风音乐会、吕思

清小提琴独奏音乐会,音乐剧《青春禁忌游戏》《粉丝来信》,舞剧《曹雪芹》,杨超越领衔主演话剧《你好,疯子!》等将陆续与冰城观众见面。

此外,2024年11月至2025年1月第三届哈尔滨大剧院冰雪演出季期间,开心麻花话剧《贼想得到你》,陈佩斯、陈大愚领衔主演话剧《惊梦》等高品质口碑爆款剧将首次亮相冰城。伦敦西区原版儿童剧《龙与神兽》、德云社的德云三宝相声专场,以及白俄罗斯国家大剧院交响乐团2025新年音乐会等演出正在洽谈中,多家艺术团体都对来哈演出表示期待。

文化是拉动旅游产业提档升级的基石。努力将游客“流量”转化为消费“留量”,哈尔滨紧贴时代消费需求促进“文旅+新质生产力”融合,赋能新时代文旅高质量发展。