



- 1、演出前的剧场就是一个普通的景点
- 2、现场还有师傅运来垃圾桶放在剧场里
- 3、灯都是从郭庄用船搬来的
- 4、看台坐椅可以收缩
- 5、后勤加演员有 500 多人
- 6、可以包船看演出

- 7、水上舞台
- 8、现场 5 点开始为演出做准备
- 9、现场布置道具
- 10、VIP 包厢,上层 600 元 / 人,下层 400 元 / 人
- 11、演出前的湖面

## “我不焦虑《印象西湖》能赚多少钱”

金朋:杭州印象西湖文化发展有限公司总经理。

记者:《印象西湖》其实已经开演一年多了,为什么最近才开始对外宣传?

金:从去年 3 月 23 日开演,我们对演出的内容修改过四次。我是这么认为的,《印象西湖》是杭州的一张金名片,作为一个产品,它必须是质量优秀的,所以我们觉得现在可以呈现给大家了。我希望它一出来就是受人夸奖的,而不是听到很多批判声。

记者:在环保方面是不是有特别多的顾虑?

金:《印象西湖》打造了三年,其中两年时间是在工程研发,为什么用两年时间,就是为了环保,我们向政府承诺只租用西湖景点一个小时演出。所以白天这个地方就是供旅客观游的地方,到了下午 5 点,我们只有一个小时调灯光试音响,6 点演员入场准备,8 点就正式演出了。我们所有的道具,比如灯、音响都是由小船从郭庄运过来的,那

些船来回开一趟就要一个小时,而且那些船也只能支撑一次来回,因为电瓶只够这些路程。我们所有的技术,都是为了环保这个问题,已经做到最精密了。

记者:220 元的票价会不会有点高?

金:当你看过演出后,你就会觉得很值。去年一年我们在做的是把演出质量提高,经过前后四次的修改,试演期间还请了周边居民、专家、院校学生来免费观赏,看完后请他们做问卷调查,所以这是一场比一场进步的演出。从台前到幕后都是心血。

记者:所以说《印象西湖》已经开始盈利?

金:我跟你算一笔帐,《印象西湖》的大部分观众是旅行团队的人,或者一些商务人士,那些人会因为观看《印象西湖》在杭州多呆一天。我不会考虑到《印象西湖》能赚多少钱,我去现场每次看到上座率,是在想每天又多了这么多人喜欢杭州。这就是我要的满足感,我们不是企业的概念,而是大杭州的概念。

## 采访手记

最后采访完的时候很想用“累”来概括这次的采访,但是这几天反复地到演员的宿舍观察他们的生活,再到演出现场看他们演出,到后台了解他们的演出前一小时,觉得比起这些平均 20 岁的孩子,这点累根本不值得一提。

从第一天接到采访任务,到第三天的采访报道完毕交出稿子,这三天的时间,除了在联系许多需要采访的对象,可以说每天都收获到一些关于《印象西湖》的内容。

很多生活在杭州的人可能还不知道《印象西湖》,甚至有些人根本不知道在西湖边,每天晚上八点有这么个演出。时下的天气又进入了杭州的高温时节,采访的那几天,温度都达到了 38 摄氏度,地面温度就更高了。看演员在排练房里挥汗练功,其实都演了 400 多场了,哪个不能对演出的动作倒背如流?但是团长的要求还是近乎完美。看有些个头不高,才刚满 18 岁的演员,在演出现场举着 10 来斤的道具,上上下下托举,一遍又一遍排练,还要在大太阳底下烤着,想想这样一场一小时的演出,背后有多少人的付出。

实景山水演出不比其他演出,演员演再多场,你可能都记不住或者根本看不清他们的脸蛋是怎样的,他们要求的就是整体性。

如果你光去看演出,可能会觉得灯光很不错,音响效果不错,西湖的风景很美,但你会不会想到这些演员其实还有这么多的背后故事呢?

真的很想为《印象西湖》做下广告,当你看到舞台从湖面升起,沉浸在这凄美的爱情故事中,当音乐飘进你的灵魂深处。

作为杭州人,确实会有种骄傲感,这样的演出只能和西湖结合在一起。

