

改变传统戏曲“老套”的刻板印象,青年编剧潘乃奇不走寻常路 聚焦当代生活 让川剧“年轻化”

封面新闻
新青年 上封面
COVER PERSON OF THE YEAR
封面人物大型系列报道

人物名片 潘乃奇

成都市川剧研究院青年编剧,青年戏剧评论家,成都新青年戏剧节总策划,国家艺术基金青年创作人才(编剧)获得者。作品入选文化与旅游部剧本孵化计划,系四川省重点关注剧作者。曾参与创作川剧《琵琶声》《武生》、话剧《小镇琴声》、实验戏剧《断章》、舞剧《偶然》、杂技剧《东方有竹》等。



青年编剧潘乃奇。

2019年1月底,潘乃奇参与编剧的话剧《小镇琴声》在北京首演。这部具有浪漫色彩的戏剧,展现了当代中国农民对梦想、对美好生活和生命价值的追求。

潘乃奇创作的戏剧作品已不是第一次聚焦当代生活,她参与创作的川剧《琵琶声》《武生》、实验戏剧《断章》、舞剧《偶然》、杂技剧《东方有竹》等,都是关注当代生活的精品力作。

爱上川剧 东北姑娘来成都“追梦”

潘乃奇身上有很多标签:国家艺术基金青年创作人才(编剧)获得者、青年戏剧评论家、青年戏剧评论家……但她最喜欢的是“青年编剧”。

“说起对写作的兴趣,应该源于读小学前刚识字的时候。因为爸爸妈妈爷爷他们都喜欢读书,我也跟着读。像《封神演义》《聊斋志异》《隋唐英雄传》这类故事性比较强的书,里面有大量各具特色的人物,特别好看。”长大后,潘乃奇考上了一所与写作、与戏剧相关的大学——中国戏曲学院,在该校戏文系的学习,开启了她在写作与戏剧的道路上的探索。

潘乃奇是东北人,有着北方人的直爽和开朗。读大学时,看到川剧表演,“觉得特别有意思”,她一下子就被川剧特有的火辣和热情吸引。毕业的时候,有着众多选择的潘乃奇,最终决定来到天府之国成都,“走一条属于自己的戏剧道路”。

作品创新 把“直播”搬上戏曲舞台

“作为青年剧作者,我在创作中难免有一种青涩感。也许正是由于我们川剧界、戏剧界的包容,没人去计较这种青涩感,反而有时候觉得会比较新鲜。”2016年,由潘乃奇担纲编剧、制作人的都市情感川剧《琵琶声》,不仅主演全是90后高颜值演员,剧中更不乏“三角恋”、“女追男”、“青年创业”等贴近现代年轻人的生活故事元素,打破了不少人心中“传统戏曲‘老套’”的刻板印象。

除了题材,潘乃奇在海报设计上也下了功夫:将戏中人物用漫画方式呈现,贴近年轻人审美需求。实验戏剧《断章》中,她尝试将川剧与话剧相结合。在川



潘乃奇是一个喜欢读书的人。

剧《武生》里,她把“直播”搬上戏曲舞台,并将角色的心理活动,通过另一位演员的言行展现出来,颇具现代“意识流”。

她参与编剧的杂技剧《东方有竹》则融合川剧、歌舞等艺术语言,以竹、茶、长江水、古镇等宜宾文化元素,用爱情、乡情、亲情、爱国情怀,精彩呈现了蜀南竹海40年的历史变迁和美丽蜕变。

跨界写作 立足传统寻找当下之美

潘乃奇擅长立足传统艺术寻找当下之美,她把传统戏曲看作是自己的创新根据地,把传统艺术视为自己创新的源泉,“让传统与当下,各美其美,美美与共。”潘乃奇希望通过自己的创作,让“戏剧艺术焕发时代的光彩”。“在我的创作中,会尽可能去表达真实的、有温度的内容。”

潘乃奇总结自己的创作理念,即:学习的,实践的,当下的。“作为年轻人,始终抱着一种学习的态度去创作,边学边做,在实践中创作,并尽可能的去关注时代、深入时代,让戏剧艺术焕发时代的光彩。”

2019年,由潘乃奇和著名编剧李宝群联合创作的话剧《小镇琴声》登录国家话剧院剧场。“通过这次创作,我感受到前辈剧作家的精神,更加坚定去深入生活找素材。在创作上,我会以青年人的担当和责任感、使命感,创作出更多更好的作品,奉献给我所在的城市和所处的时代。”

华西都市报-封面新闻记者 荀超 摄影报道

让青春力量激荡,让青春正气昂扬。
封面新闻长期面向全社会,公开征集“你心中的新青年”人选。
哪些向前奔跑的身影曾感动过你?
快来给我们推荐吧!

推荐方式
欢迎通过封面新闻APP的爆料平台,推荐你心目中能够代表中国力量的新青年;与此同时,也可以在封面新闻微博、微信等平台的相关稿件下方留言,欢迎向我们推荐。

- 推荐标准
- ①年轻:14-40周岁
 - ②正能量:热爱祖国、热爱人民、热爱社会主义
 - ③责任感:遵纪守法,品德高尚,甘于奉献
 - ④创新力:勤于学习,善于创造
 - ⑤引领风潮:在本职岗位上取得突出成绩,具有良好的社会影响



扫二维码
看本文视频

5月1日起 携带“电子芯片宠物” 有望直接入境

华西都市报(记者杨尚智)3月27日,记者从成都海关获悉,海关总署发布2019年第5号公告《关于进一步规范携带宠物入境检疫监管工作的公告》,规定对所有国家入境的宠物,只要符合要求都可以免除30天隔离,直接入境。公告将于今年5月1日正式实施。

根据新规,每人每次只能携带1只犬或1只猫入境,犬、猫要植入电子芯片,并随附输出国家或者地区官方动物检疫机构出具的有效检疫证书和狂犬病疫苗接种证书。

据成都海关工作人员介绍,新规定实施前,除导盲犬、搜救犬等工作犬可免于隔离检疫,其他宠物须在入境口岸指定隔离场接受7天或30天隔离检疫。

新规定实施后,对来自指定国家或地区,“两证”齐全,芯片符合要求且检疫现场临床检查合格的宠物,可免于隔离检疫;对来自非指定国家或地区的宠物,还须提供狂犬病抗体检测报告,方可免于隔离检疫,否则只能从具有隔离检疫设施条件的口岸入境,并在海关监管下接受为期30天的隔离检疫。

需要注意的是,宠物应当具有电子芯片,宠物植入的芯片须符合国际标准ISO 11784和11785。15位微芯片代码只包含数字,并确保可被读写器读取。如芯片不符合上述标准,应具备可读取所植入芯片的读写器。

03
封面新闻

读四川

封面

2019.3.28
星期四

爆料热线
028-86969110

贡
编
委
爱
欣
版
式
信
红
霞
校
对
张
晓



下载封面新闻APP
浏览最新资讯

迎合新经济政策 建设中央厨房 成都伊藤用差异化构建品质消费新场景



回望2018年,成都零售行业竞争加剧,市场格局发生了极大的变化。而己在成都扎根22年的伊藤洋华堂,却在这股激流当中依然保持着自己的特性稳步发展。3月26日,2019年成都伊藤洋华堂供应商说明会在锦江宾馆召开。超过1000名供应商参会,成都伊藤洋华堂董事长今井诚携成都伊藤全新的管理团队亮相,包括总经理黄亚美,副总经理惠本芳尚、张俊,以及今年履新的副总经理荒井达也。会上透露了成都伊藤新一年的经营战略,积极推进二级市场及多业态品牌发展,深化体制改革,继续打造全方位的优良企业。



2019成都伊藤洋华堂供应商说明会

保持独有性 为顾客提供更高价值的商品和服务

如今是一个全民消费的时代,不管男女老少,每个群体都有各自喜欢的消费领域。同时,越来越多的消费者倾向于理性消费。在零售行业独树一帜,特色分明的伊藤洋华堂,在2019年会继续强化商品的开发,打造更具体验性的卖场,为顾客提供更高价值的商品和服务。

今井诚表示,伊藤特色需要继

续强化。首先是伊藤基本四原则的精益求精,就是干净整洁的卖场、友好的待客服务、丰富的商品结构、味道与鲜美。二是强化商品开发力,借助日本集团公司的力量,开发高品质、高性价比的商品;与EC事业相联动,扩大以日本为主的安全安心的优良海外商品的进口数量。更加明确商品管理标准和强化检查体制,加

强打造体验型卖场。在IT技术手段的运用方面,从收集分析顾客购买信息,到提高商品管理效率;从运用新影像等技术开展大型营销活动,到通过社交网络提升信息传播力;从导入人工智能设备提升日常工作效率,到实施会员制度强化顾客服务,在传承与革新的并举中,锻造出让顾客更加满意的零售企业。

网络与实体店融合 打磨全渠道零售

在技术变革和需求变革的共同驱动下,新零售作为电子商务与实体店深度融合的典型样本不仅以全新的生活服务场景带给消费者新的消费体验,也为线上、线下的商家创造出新的机遇。

在推行数字化战略的背景下,成都伊藤也在不断升级。包括信息系统

的升级、物流系统的升级,以及会员管理系统的升级,同时加强线上线下的融合。黄亚美分享到,通过中台系统的导入,更加精确用户画像,从而更进一步了解顾客喜好,进行精准营销。

2018年4月,成都伊藤电商事业步入正轨,伊藤到家以及跨境业务的开启,依托实体店顾客群体,升级

实体店的服务外延,构架了线上线下互联的营销模式。从生活场景出发,展示在一个场景中的多种提案,让顾客在电商平台也有“逛”的乐趣。通过伊藤到家的快速配送服务,伊藤电商推出的具有品质保证的商品,以及专注于采买全球好物的跨境电商,向顾客呈现伊藤品质生活的魅力。

提升首店经济 挑战差异化卖场

2018年,成都实现社会消费品零售总额6801.8亿元,同比增长10%,跻身全国前五。巨大消费力吸引到越来越多的国际品牌关注成都,进而把西南首店、全国首店、全球旗舰店落户成都。去年,成都新增200家首店落户,全球80%以上知名品牌入驻成都,其中,13家全国首店、75家西南首店以及2家全球旗舰店。

商业的发展,固然离不开“首

店经济”的加持,因为首店能够形成商场与商场、商圈与商圈之间的差异化竞争。而在这方面,成都伊藤显然很有信心。大家耳熟能详的ZARA、优衣库、无印良品、大宇、日立、拉面竞技场等都是成都伊藤首次引入成都的品牌。黄亚美表示,成都伊藤将不停推动首店的引入,在春熙伊藤的改造项目中也会有比较有影响力的首店入驻。



伊藤洋华堂自有品牌展示



伊藤洋华堂获奖员工



伊藤洋华堂优秀供应商

多业态战略 构筑新商业地标

今年,成都伊藤将继续推进构造改革和投资,根据市场变化变更商品结构。多店铺化,将是未来发展的中心。除了开店乐山,成都伊藤今年的新项目——食品生活馆又有新进展,今年,将在成都南面开出第二家店铺。食品生活馆的未来发展,紧密结合成都向南发展的战略,目前,已有30家物业向成都伊藤抛出橄榄枝,希望食品生活馆能够入驻。

食品单独事业部分,成都伊藤将筹建中央厨房,一改由供应商直

接供货店铺的现状,集中于中央厨房加工制作后再送往店铺。建设中央厨房,伊藤不仅是考虑店铺的销售,也将医院、学校食堂考虑进去。此外,开店刚两个月的绿地店,目前日均客流量达70万人次;春熙店今年将成立改造项目组,拟以女性消费者以及都市中心区域日常性高端的OL群体为中心,加入更多日本文化元素,包括内部结构和外立面的调整,明年将再度成为春熙路有地标魅力的店铺。

李雪丹



员工风采展示