



几乎没有一个是被邀请的→门票大多数靠免费赠送→当地中餐馆厨师都“听怕了”→演出大多是在“垃圾时间”→金厅的声誉已因此遭受损害

## 维也纳金色大厅 中国人的卡拉OK厅

“金色大厅”每年元旦举办维也纳爱乐乐团新年音乐会，又因全球电视实况转播被中国人熟知。从此，到那里“镀金”成了中国文艺团体和艺术工作者的梦想，由此派生出的各种现象令人发噱：演出大多是在剧院的“垃圾时间”、门票靠使馆和商会免费向华人赠送、为了表明“我们真的到此一游”伪造维也纳市长签名……极富中国特色的“到金色大厅去”，成了一场接一场的笑话……

今年以来，已有130多个中国文艺团体和个人登上了金色大厅的舞台，但真正的观众却寥寥无几。



金色大厅里的一场中国演出 资料照片

### 维也纳金色大厅

并非一座独立建筑，而是维也纳音乐之友协会大楼中众多音乐厅中最大的一个，正式名字叫“音乐大厅”。因其内部装饰以金色为主，而得了“金厅”的别名。

这里是维也纳爱乐乐团的常年演出场地，每年由该乐团献上的维也纳新年音乐会就在这里举行，随着音乐会影响的扩大，这座金碧辉煌的大厅也通过电视转播提高了知名度。

### 反思

#### 只是自娱自乐 效果如何天知道

作为中国文化走出去的一种形式，中国人渴望登上金色大厅舞台无可厚非。但不实的宣传和炒作却在某种程度上将文化走出去引向了别处。其实，几股力量的“共力”导致高烧不退：一、不少领导把自己管辖的团体送到金色大厅表演，将其看作一种政绩；二、一些企业以为投资了金色大厅的演出，挂上了企业招牌就可达到在海外宣传品牌的目的。殊不知，金色大厅的影响力远非国人想象那么大，更何况是这种关门来的自娱自乐，效果如何天知道。

李克辛说：“在这里展现民族艺术首先应该让当地的观众和西方主流社会观众接受，而不是为了让自己有一个提升知名度的噱头，中国文化走出去应该拿出真东西。”

“金色大厅是一个大师云集的地方，但不是到了金色大厅就能够成为大师。” 据《北京青年报》

### 正面案例

●1998年，中国中央民族乐团在金色大厅成功举办新春音乐会

●今年2月9日，“一脉千秋”京剧演唱会在金色大厅举行。欧洲交响乐文化与中国京剧相结合，观众爆满。目前，维也纳中国新年音乐会也有良好的口碑。

●2013年9月8日，北京交响乐团在维也纳音乐厅（不是金色大厅）成功举办了音乐会，乐团六次返场，连乐团自己都始料未及。

### 火爆的现状

#### 前8个月，中国133个院校和团体在金色大厅演出

中国驻奥地利大使馆文化参赞李克辛告诉记者：“这些年大大小小的中国乐团来维也纳的太多了，仅今年前8个月就有133个院校和团体在金色大厅登台，中国主题的音乐演出举行了24次，多数演出都不是国内最高水准，维也纳观众和媒体也不关注。这种频繁造访，对真正意义上的文化交流起不了多大作用，反而是尴尬。”

现在，有专业演员自费或拉赞助登台献艺，有音乐团体筹款前来亮相，有业余音乐爱好者甚至是度假的学生、旅游的老人凑钱登台的情况，又或是企业界人士花钱为自己或亲友圆梦的演出。

每年年初到春节前后，这种“奇景”更为常见。大量的中国音乐团体到金色大厅演出“新年音乐会”，金色大厅“生意兴隆”，前两年还出现过一天之内有两场“中国新年音乐会”的“盛况”。

### 尴尬的真相

#### A 场租两三万欧元，中国人不在乎这点钱

金色大厅按照商业模式运行，与中国人心目中的“殿堂”相去甚远。这里只是一座供音乐家和音乐爱好者们切磋技艺、展示自我的有偿活动场所，只要交付场租，无论技艺高低，任何人都可在这里彩排并演出。对于部分国人来说，两三万欧元的基本场租费不在话下。而且相较于在国内接受培训或包装，登上金色大厅舞台“镀金”的性价比要更高。

#### B 伪造维也纳市长签名，为“占场子”不惜血本

中国驻奥地利大使馆文化参赞李克辛说：“为了证明演出‘产生巨大反响’，就想办法颁发证书。为了证明自己真的到过金色大厅，这些证书还都会有维也纳市长的‘签名’。我问过市

长，他告诉我：‘很多签名我都不知道，是从网络上我为其他事情的签名复制下来的。’”

为了去金色大厅，一些地方管理部门不惜投入重金把自己的地方艺术团送去展示；一些学校的乐团请家长自掏腰包自付路费和住宿费带孩子去金色大厅演出；国内一些机构还在金色大厅举行各种音乐比赛、青少年艺术节、老年艺术节。

#### C 用的都是“垃圾时间”，演出成自娱自乐

金色大厅的中国音乐会上座率普遍不高，部分观众对待演出的态度也很随便。记者曾亲历过一台演出：台上的演员闭目昂首、自我陶醉；观众进进出出、交头接耳，还有孩子的嬉闹声和手机铃声。有些演出则更像演员们的自娱自乐：一场上座率不错的演出，台上正唱着，台下观众却忽然少了一片，原来这是下一个节目的“演员”去候场。大家“你

方唱罢我登场”，互为观众与演员，让奥地利观众目瞪口呆。

李克辛说：“其实，很多中国乐团和艺术家在金色大厅的演出都是利用金色大厅的‘垃圾时间’，根本不在正式音乐季安排的场次中，且绝大部分都不对外售票。观众都是通过使馆和侨商会等渠道向华人赠票。因为“文化活动”实在太频繁，连中餐馆厨师都“听怕了”，不愿捧场。

#### D 金色大厅的名誉已受中国演出“影响”

金色大厅几乎每个月都要接待几拨不远万里来这里演出的中国团体，演出的水准和观众的成分已经开始影响金色大厅的声誉。一位熟悉内情的人士表示，“一些中国团体牌子打得很大很可怕，外国人很难分辨。”还有一些机构先订场次再“拉人”，拉不够人就取消，这种行为使国人的信誉受到金色大厅方面的指责。

据《人民日报》《北京青年报》

志高空调

## 老朋友来相会 新朋友来约惠

20

### 见证传奇 来拿大奖

2013年9月27日--10月7日

### 见证传奇 抄底钜惠

#### 志高智能变频云空调 ICongo 惊艳上市

志高云空调 ICongo 系列，首创科技，引领潮流，通过国家级云服务中心，海量汇聚智能控制模型和专家在线云优化系统，对空调运行进行调整和优化，使您的空调时刻保持节能及舒适运行状态，带来空调核心需求的颠覆性变革。



志高多款变频新品 活动期间抄底钜惠，多种套餐、惊喜组合等您拿，详情请咨询志高各经销网点。

### 见证传奇 感恩有礼

志高老用户，可凭有效证明和凭证报名参加“我们的志高寻找老友记”活动，赢取空调、小家电等精美大奖，并有机会受邀参加志高20周年庆典晚会。