

对话婺剧‘小花旦’姜妙 丰富文化内涵 实现技艺融合

主持人 姜老师，咱们都知道婺剧是金华的文化瑰宝，我们永康也有许多民营婺剧团，经常开展‘婺剧进校园’‘婺剧下乡’等活动。您作为浙江交响乐团一员，曾是浙江婺剧艺术研究院的演员，多次出演‘小花旦’的角色，能从婺剧演员的角度，给我们介绍一下婺剧的特点吗？

姜妙 金华婺剧有500多年历史，由高腔、昆腔、乱弹、徽戏、滩簧、时调六大声腔组成的多声腔地方戏，可看作这六个剧种的总称。每种声腔都有自己的发源地，高腔源于义乌，昆腔源于昆山，乱弹可能来自陕西或浙江本地，徽戏才真正源于安徽，滩簧源于苏州，时调源于金华八婺本地。

婺剧的特点在于文戏武做与武戏文唱，就是通过夸张的肢体动作强化文戏剧情张力，同时以细腻的情感表达中和武戏的刚猛。婺剧身段有一定的程式规范，可以通过演员的身体动作，如手势、台步、眼神、甩袖等，表现人物的情感、身份和情境，帮助演员在舞台上生动地演绎故事。



主持人 听完您的介绍，感觉婺剧离我们更近了。从传统民间戏曲到西方典雅乐曲，因为工作转变，您接触到了两种不同的艺术形式。可以结合您的实际工作体验，谈一谈您对婺剧和交响乐的理解吗？

姜妙 婺剧与交响乐的不同点在于它们的乐器组成。戏曲音乐以民族乐器为主，如京胡、曲笛、锣鼓等，音色独特且地域性强。交响乐则使用弦乐、木管、铜管、打击乐四组标准化编制，音色融合统一。

而两者的共同点在于，它们都以音乐来表达情感，通过旋律和器乐编排营造情感张力。在音乐里，传统与现代也能够完美融合，如交响乐《社戏》里融合了婺剧元素，《庆祝新中国成立75周年》演出里也融合了婺剧戏歌《七律·人民解放军占领南京》《婺剧八八战律》等，这样的结合为交响乐这一外来音乐形式注入了独特的中国韵味，从而开启了‘洋为中用’的崭新篇章。

主持人 近些年来，无论是传统婺剧还是交响乐，都在表演形式上不断推陈出新。作为同时接触这两种艺术形式的婺剧工作者，您觉得，创新对传统艺术的传承发展带来了哪些积极的影响？

姜妙 我觉得创新是引领传承发展

的第一动力。只有跟随时代生活创新，以自己的艺术风格进行创新，我们的传统艺术才会春色满园、百花齐放。同时，要充分认识艺术与技术的关系，丰富文化内涵，开拓新的表现手段，实现艺术与技术新的融合。这样才能让现在的年轻人喜欢看、喜欢听，让更多的观众学会欣赏我们的传统艺术。

婺剧《三打白骨精》最近特别受年轻观众喜爱，剧目里白骨精可以同时变脸和变衣服，孙悟空变蜜蜂的环节，也用上了无人机这类现代科技……这些都是这个剧的创新和看点。

■ 本期推荐

《社戏》

《社戏》是浙江交响乐团原创交响乐《浙江组画》三部曲之一。乐曲由三个乐章构成，以浙江戏曲音乐为主脉，从最具浙江特点的绍剧、越剧、婺剧这三大剧种中提取元素予以演绎，整部乐曲充满丰富的变化性，既大气恢宏，又不失柔美婉约，在交响乐中洋溢着浓郁的地域风情。

在第一乐章‘绍剧叙事曲’中，时长15分的管弦乐曲对绍剧唱腔进行了巧妙运用，用西洋乐生动演绎了《三打白骨精》这一经典故事。第二乐章‘越剧随想曲’，融入了脍炙人口的越剧唱腔‘天上



姜妙剧照

掉下个林妹妹’以及《梁祝》的爱情主题，深情动人。第三乐章‘婺剧狂想曲’，除了运用婺剧音乐素材所作的变奏外，还融合了丰富戏曲元素，在极具震撼力的音乐中，让这一场‘大戏’落下帷幕。

融媒记者 王巧铮

“跑马圈地”优服务 “一区一策”促增量 我市外贸企业重塑出海新赛道



在复杂多变的全球经贸环境下，我市外贸展现出强劲韧性。八大主要出口行业中，七个行业实现正增长，电器厨具、技术装备、车业等增幅显著，成为重要支撑。

连日来，记者走访发现，部分外贸企业通过锚定空白细分市场、深耕本土化服务、推行区域定制化产品以及强化功能创新等‘精耕细作’策略，打造了独特的外贸竞争新优势，成为驱动逆势增长的关键动能。

锚定空白市场 优化本土服务

在酷格公司六楼，轰鸣声断断续续。该公司技术部部长卢阳正和同事正在对一款电动摩托车做疲劳测试，采集相关项目数据。看着摩托车承受着80公斤重的砝码，动力仍表现得游刃有余，调试人员准备继续加码。

“这款电动越野摩托车精准锁定8-18岁青少年群体，产品性能对标国际大牌，重量仅50公斤，最高时速55

码，在国内外开辟了一个新的市场。今年以来，我们销售总量达到了8万台。”卢阳正一语道破了该公司上半年逆势增长的关键。

酷格公司总经理金豪介绍，近些年，“新能源”锂电产品大火，作为专业生产电动滑步车的企业，该公司于2022年开始开辟电动摩托车赛道。

破局关键不仅在于产品本身，更在于

拥有一套击中跨境卖家痛点的本土化服务体系。许多跨境卖家有冲劲、有想法，但产品开发能力与本土化运营是短板。

记者了解到，酷格公司在美国东、西、中部布局四大仓库网络，构建了覆盖全境的仓储物流与售后支撑体系。近期，作为公司掌舵人的金豪前往美国，深入四大售后仓解决疑难杂症。“跨境卖家最头疼的就是面对棘手的质量问题无法

解决。我们直接在当地开箱检测，找到问题根源，然后回国联动技术团队进行攻关。”金豪说。

目前，该公司正将线上积累的流量与口碑，导入美国线下分销商体系，逐步把头部线上卖家变成头部线下卖家，实现真正的全域联动。这种线上线下双轮驱动的模式，推动该公司上半年出口额同比激增约100%。

做好区域定制 实现‘一机多能’

当酷格公司在摩托车赛道狂奔时，深耕电动工具领域的豪迈公司走出了另一条破局路径：针对全球不同区域市场的特性，精研产品系列，以‘一机多能’拓展应用场景，并通过传统展会经济锁定高质量订单。

在豪迈公司的一楼展厅，记者深切感受到了该公司以区域定制与功能创新打破市场壁垒，并以全球视野落于产品线的清晰规划。

欧洲系列崇尚简洁高效，主打单一功能极致性价比，契合欧洲市场对实用

性和成本的平衡需求。美国系列借力亚马逊电商平台高效触达，快速响应北美市场偏好；‘一带一路’系列突出‘一机多用’的实用性，以多功能、高适应性满足新兴市场对设备利用率追求……豪迈公司营销部经理应宇璇坦言，这样的区域定制系列，该公司整整拥有7个。

产品创新是区域战略的支撑点。以“一带一路”系列走红的一款切割机为例，通过锯片的升级迭代，其功能实现了质的飞跃——以前，同类机器只能切铝

材和木材，现在换上特定锯片，能切割直径50毫米的实心圆钢。又如一款原本只能单向倾斜的斜切锯，完成了可左可右双向倾斜的升级改造。

此外，在获客渠道上，豪迈公司特别看重传统展会的独特价值。记者在市商务局提供的‘展会日历’上看到，豪迈公司热衷于参与全球各类相关展会。该公司认为，线下参展往往能带来更精准、更高质量的客户和订单。面对面的专业展示、深度沟通与技术交流，依然是建立信任、促成大宗优质订单不可替代的平

台。据悉，今年上半年，该公司出口额实现同比增长约30%。

记者发现，酷格公司与豪迈公司，路径虽有不同，其内核高度一致：告别“低价血拼”的粗放模式，转向基于深刻市场洞察的精耕细作，通过产品创新与不可替代的服务、功能，创造独特价值。

正是越来越多这样的永康企业敢于重塑产品逻辑、深耕服务细节，我市今年上半年外贸出口总额方才实现逆势增长。

融媒记者 程明星