

300平方米水面再现“千里洪湖”壮阔场景

汉秀版歌剧《洪湖赤卫队》全新上演

300平方米水面再现“千里洪湖”壮阔场景，经典民族歌剧与高科技舞台融合，由湖北省歌舞剧院与武汉万达汉秀商业管理有限公司联合打造推出、运用高科技手段全新呈现的汉秀版歌剧《洪湖赤卫队》于6日重磅回归，近2000名观众涌入剧场观演，领略韩英湖上高歌的魅力与赤卫队队员的热血信仰。有观众在社交媒体上评价“汉秀版歌剧《洪湖赤卫队》大气、现代”。

“千里洪湖”实景亮相

波光荡漾的湖面上，一叶小舟载着女主角韩英缓缓而来，她站在船上，深情地唱起“洪湖水浪呀嘛浪打浪”……这是汉秀版《洪湖赤卫队》中的一幕，其中的水面、船只等均为现场实景。

汉秀版歌剧《洪湖赤卫队》复排导演周彦介绍，“水”是《洪湖赤卫队》的核心场景，该版演出充分运用汉秀剧场的舞台实体水景，力图逼真地呈现剧中千里洪湖的水乡美景。汉秀版《洪湖赤卫队》中，近300平方米的水池变成波光粼粼的“洪湖”，荷花、芦苇点缀其间，韩英和赤卫队队员舟行水上，实体水景结合3块235平方米的巨型高清LED屏，呈现出千里洪湖烟波浩渺的美景。此外，女主角韩英乘船出场时，需要数名专业潜水员在水下推动船体前进。

相关负责人介绍，汉秀剧场舞台下方的水池深度达10米，储水量相当于4个奥运会标准游泳池，能在1秒钟内完成干湿区的瞬间转换，这也解答了为什么汉秀剧场内可以完成“千里洪湖”的实景呈现。

“赤卫队队员”神兵天降

在以往的剧目中，“天降神兵”是个形容词。而在汉秀版《洪湖赤卫队》中，汉秀的特技演员扮演赤卫队队员吊着威亚自高空落下，呈现一幕幕震撼的剧情，引来现场观众热烈的掌声。

据介绍，该版《洪湖赤卫队》为全程沉浸式演出，依托汉秀剧场的硬件和专业技术，使得剧目的舞台呈现更加生动立体，观众有很强的参与感。汉秀剧场的



汉秀版歌剧《洪湖赤卫队》演出现场。

舞台科技效果十分丰富，但剧组在创作中依然十分谨慎：“不是为了科技而科技，而是要和剧目融合。”特技演员参演也是一大特点。除水底有数名专业潜水员之外，还有8名特技演员全程参与省歌剧组演出，从而提高剧目观赏性，让全剧“更现代、更好看”。

主创团队介绍，汉秀版《洪湖赤卫队》充分运用汉秀剧场超强震撼的水特效、身临其境的灯光特效、感染人心的环境特效等，呈现一幕幕逼真的革命战争场景，把观众带回到当年的峥嵘革命岁月。

传统歌剧全新演绎

民族歌剧《洪湖赤卫队》作为中国经典剧目，60多年来共演出了超3000场，其音乐采用具有浓郁湖北

地方风格的荆州天沔花鼓和民间流传的小调为素材，借鉴了西方歌剧的表现手法，不仅具有强烈的民族个性，也呈现出歌剧的恢宏气势。

2021年8月，《洪湖赤卫队》第一次走入汉秀剧场，运用该剧场世界顶尖的高科技舞台，在保留《洪湖赤卫队》音乐性、戏剧性和审美气质的前提下，打破传统歌剧演出形式，进行全新演绎，带给观众耳目一新的视听感觉。国家一级演员、第四代韩英的扮演者马娅琴，曾经多次在悉尼大剧院、中国国家大剧院等不同的舞台演绎《洪湖赤卫队》。她表示，汉秀剧场的规模和特技的融入，对演员的体力和演唱技巧都是挑战。

7月13日、18日，《洪湖赤卫队》还将在汉秀剧场上演。
记者黄丽娟

『悦』读一夏



▲7月9日，武汉市少年儿童图书馆迎来了暑期阅读高峰，各阅览室座无虚席。凉爽舒适的阅读环境吸引家长带孩子来图书馆一起看书，避暑学习两不误，有的孩子在写暑假作业，有的在品读自己喜欢的书籍。

记者高勇 通讯员林翔 王辉 摄影报道

►7月9日，在武汉市武昌区蛇山人防工程纳凉点（蛇山防空洞）内，有不少前来纳凉的市民，有的在下象棋，有的在写暑假作业，有的在看书。纳凉点内无线网络信号、卫生间、急救医药用品、桌椅板凳等一应俱全，室内温度24℃，十分凉爽。

记者何晓刚 摄



中百首家“爆改”超市20日亮相

促销堆码消失了 增加顾客休息区

中百组团学习胖东来先进经验后，闭店调改的首家超市——中百仓储超市关山店将于7月20日亮相。据透露，“爆改”后的这家仓储超市，将迎来四变——变商品、变环境、变服务、变文化，商品80%换新，源头直采，一价到底，高品整体价格下降20%左右。

7月9日上午，中百仓储负责人介绍，要学习先进的文化理念、管理方法和先进的业务逻辑，“学习完后，觉得实体大卖场大有希望”。

据介绍，以前超市的升级改造，仅在装饰、装修方面对卖场进行美化，这次调改却是一次颠覆式、脱胎换骨式的改革。消费者一进入超市，就能感觉到商品变了，“商品80%换新，上新一、二线品质可靠商品。其次是减品，商品种类少了6000多个，方便顾客精准选择”。

商品陈列也有变化，现在是把颜值、品质最佳的商品放在第一排面，同时强调功能性产品，如低糖低脂低碳。调改后，最有吸引力的是全新价格策略。超市直接找到供应链源头，谈最低价，一价到底，商品整体价格便宜20%左右，“以后不做打折、促销、送券等活动吸客，而是专注于在好品质、好效期的基础上做平价”。

消费者另一个直观的感受是环境变了。比如，超市货架以前的高度是1.8米，现在改成1.6米，视野通透性更好。调改后，超市更“清朗”了，常见的促销堆码消失了，购物通道从不到2米拓宽到3—4米，顾客体验感更好。之前超市出口放置购物车的区域，改装成了顾客休息区，可以充电、喝水、洗手，舒适性、便利性加强。

为提升服务标准和规范，基层员工不再设绩效考核，无需做推广促销，只需把商品支撑服务做好，熟悉商品产地、功能等，以专业热情的服务，给消费者做参谋。薪酬激励之外，超市将贴心地给收银员、引导人员、打秤称重的工作人员提供凳子，没有客人的时候，他们可以坐着休息“充电”。

据悉，继中百仓储超市关山店后，7月26日，全新调改后的黄浦店也将亮相。预计2024年内，中百集团在市内的其他门店将分批进行调改。
文/周满珍