

文化视点

过去两年年均演出场次近2万场,占全市总量半数,首演作品数量已超100部,吸引原创新作“首演首秀首展”,推动“演艺码头”迈向“演艺源头”

演艺大世界:“拖着行李箱来看戏”成为城市文化风景

■本报记者 顾一琼

昨天上午,首届长三角城市戏剧节正式启幕。围绕庆祝中国共产党成立100周年,来自长三角三省一市各演艺集团推荐的九部优秀红色主旋律剧目轮番上演。此次戏剧节将主动突破“小循环”,在塑造跨区域演艺大生态方面先行先试,掀开演艺资源和产业的集聚和跃升。借由此次展演,演艺大世界也将进一步发力打造“一公里演艺生活圈”——提供触手可及的票务服务,随处可见的各类演出,打造以演艺为核心的文化娱乐消费综合体,与长三角优质演艺资源联动互动,让更多原创新作在这里“首演首秀首展”,让“拖着行李箱来看戏”成为常态,推动“演艺码头”迈向“演艺源头”。

集聚市场主体及资源,年均演出场次近2万

现存历史最长的百年剧院——人民大舞台,跳出传统演艺舞台,拓展开辟“星空间”打造驻场剧,首部剧目《阿波罗尼亚》甫一推出即成“网红”,票是需要“秒杀”的,许多观众是从各地拖着行李箱而来的。

中国大戏院,主动迭代自身演艺思维和模式,推出原创剧目《石库门的笑声》。去年受疫情影响演出场次曾有调整,很多观众甘愿持票等待近一年,“退了票怕就抢不到了”……

百年大世界,开出了国内首个演艺夜市,构建起一个集纳各类演艺资源及海量数据的“大世界演艺资源交易平台”,让演艺有了全新的交易模式。截至目前,交易平台达成交易意向超过1.1亿元,与上海的30多家剧院实现大数据共享,且与长三角专业机构取得合作。

演艺大世界,以人民广场为核心区域,辐射市中心城区,拥有全国密度最高的演艺集群。目前,区域内共有专业剧场22个,经授牌“演艺新空间”38个,演出艺术形式涵盖戏剧、戏曲、音乐剧、音乐会等各剧种门类。过去两年,虽一度受新冠疫情影响,但年均演出场次仍近2万场,占全市总量半数,首演作品数量已超过100部。

剧场当作“聚”场来打造,放大吸引力

这儿,对名家名团、头部机构吸引力持续增强。导演田沁鑫、陈薪伊等一批名家入驻;上海音乐剧中心、上海音乐剧文化研究中心等机构落地运行;果果工厂、秘密影院等一批新型演艺业态相继落户;演艺资源交易平台投入使用,助推长三角地区演艺项目和机构资源的供需对接;演艺大世界在线演艺联盟成立,近180家演艺相关企业参与其中。

演艺大世界始终把剧场当作“聚”场来打造,黄浦区文化发展基金投入补贴票项目的专项资金逐年递增,累计参与项目单位达36家,参与项目274个,惠及观众逾万人;坚持线上服务与实体空间同步布局,线上线下信息发布、文化展示、票务服务功能不断加强;加快新技术应用和新模式探索,实施剧场5G新基建建设布局,想方设法丰富观剧体验。

优质的剧目汇集,丰富的资源集聚,便利的服务设施,吸引了更多观众慕名而来,越来越多的人愿意坐着高铁,拖着行李箱,来看一场戏。

做强产业链吸引“合伙人”,开拓“剧场经济圈”

当下,演艺大世界完成了第一轮形态功能上的融合打造,接下来将着力推进演艺核心功能区建设,进一步提高演艺大世界的社会知名度,构建起跨界融合产业链,形成与经济、文化、科技,生活各领域双向赋能的共生共荣发展生态。

比如,助力产业“新发展”。在商业、文旅等产业领域注入演艺元素,做大“+演艺”的场景应用,通过演艺繁荣赋能其他产业,反哺演艺产业——引进体验式演艺新业态、新产品、新服务和新场景,通过线上传播推动线下戏剧“出圈”,增加影响力;鼓励专业剧场引入高质量作品,鼓励驻场演出,让更多叫好又叫座的演出引领演艺市场;持续增加“演艺新空间”数量,以演艺浸润城市生活;特别是完善大世界演艺资源交易平台功能,辐射长三角地区,形成完整的演艺产业链条,形成“剧场经济圈”,鼓励支持文创衍生品开发等。

今年演艺大世界还将继续聚力集聚“新伙伴”,推进“大世界演艺夜市——大世界演艺资源交易集聚区”建设,提供专业服务和孵化配套政策,扩大对长三角地区乃至全国的辐射影响力,让更多演艺主体成为演艺事业的“合伙人”。



上图:伦敦大剧院现场高清录制的凯莉·霍普·弗莱切音乐会线上《巡演零号站》。

下图:首届长三角城市戏剧节上演的黄梅戏《共产党宣言》剧照。制图:李洁

2020年,上海演出场次占全国市场近三分之一;今年一季度,全市演出场次已恢复到2019年同期86%

受疫情影响后,上海演艺市场靠什么迅速复苏?

数字化建设与多业态运营,驱动上海剧场创新发展

■本报记者 童薇菁

近期周末,在上海话剧艺术中心剧场门口从中午到华灯初上,始终人流如织,排队入场的队伍始终都在。原来,在海派话剧《长恨歌》回归时,带来了一系列座谈、导赏、旗袍秀;“剧院咖啡”咖啡店更推出了《长恨歌》“快闪”限定款饮品与甜品。点一杯“王琦瑶同款”,咖啡香气中流转着往日与今日的海派风情。

与此同时,上海大剧院推出的“云上”演艺产品《巡演零号站》,又将迎来新一季的在线精彩;而线下“探索申城舞台红色密码”同样人气爆棚。去剧场看展、喝咖啡,去直播间与明星主演邂逅,演出前“拼一堂”文艺党课……去年以来,上海各剧场不断出现创新亮点和不俗的运营成绩,发展混合经营业态、数字化文化商业综合体等已经逐步成为在数字化建设和文化“双创”背景下,上海剧场发展的显著潮流。

上海文旅局提供的相关数据显示,2020年上海共举办营业性演出30772场,虽然受到疫情影响演出有所减少,但据上海主要票务平台测算统计,去年上海演出场次占全国市场近三分之一,约80%的票房来自剧院演出。2021年一季度,全市演出场次也恢复到了2019年同期的86%。“推动剧场数字化建设,拓展多业态运营,不仅让上海演出市场在疫情后迅速复苏,更以创新驱动市场发展引擎,持续领跑全国。”上海市演出行业协会会长韦芝在接受本报采访时说。

当“红色文艺”遇上数字剧场,线上线下全覆盖连结更多观众

今年第一季度,上海大剧院、上汽·上海文化广场、上海话剧艺术中心、上海儿童艺术剧院等沪上主要剧场,尝试进一步突破剧场场地的物理空间,持续大力开拓“演艺新空间”等演出形式,以崭新的运营思路创新“多业态”的运营模式,如上海大剧院的线上演出季“巡演零号站”、上海音乐厅“纪念贝多芬诞辰250周年声音交互艺术体验大展”等,为演艺市场先行先试的开拓中积累了宝贵经验。

看演出前,不妨在咖啡厅小憩片刻,点一份“红砖”套餐,或是前往艺术品商店或天猫旗舰店,选购一只“积极分子专用包”编织袋、“倍儿精神”搪瓷杯。为迎接中国共产党建党100周年,上海大剧院总经理张笑丁向记者介绍,大剧院在不断创新新的体验空间的同时,推出融红色演出、主题展览、文创产品、文艺党课于一体的“红色套餐”,让红色主题下的舞台艺术,与观众的生活发生紧密的连接。文创商品之外,“文艺党课”也是“五分钟秒罄,手慢则无”的爆款。正在一楼展出的《探索申城舞台红色密码》主题展览,马上将“穿”上二维码,迎来数字化的升级,观展中只需打开手机扫一扫,就能获得相关丰富的历史视频、音频资料。上海大剧院还计划开发“红色文艺”后台探班之旅,让“剧中人”亲自担当历史的讲述者,并穿插小型表演,为参观者带来更全方位、更沉浸的艺术体验。



话剧《长恨歌》演出期间,上海话剧艺术中心剧场特设旗袍展示。

即将开始又一次新尝试:把剧院八楼的望星空宴会厅和一层的咖啡厅打造成“演艺新空间”,未来,这些全新的演艺场景将成为“舞会戏剧”“咖啡戏剧”的场地,成为如同外外老老汇一般创意诞生的“摇篮地”,打造一批小而美、体量轻、引领都市潮流的创新型演艺IP。

“新空间演出”成为都市新社交,释放票房之外的衍生商业潜力

正如托举着纽约百老汇剧场庞大产业基座的,是500多家散落在外百老汇、外外百老汇的中小剧场,上海在建设成为“亚洲演艺之都”的道路上,离不开剧目孵化、驻场演出和人才培养的庞大体系,需要富足的中小型演出空间提供生存、发展土壤。上海市演出行业协会副会长张余说:“‘新空间演出’有望成为上海演艺行业金字塔的坚实塔底,也为丰富多彩的都市文化消费圈不断扩容、增量。”

开放户外场地打造成演艺新空间,虽上汽·上海文化广场由于疫情影响开拓的新产品,

创立及运营还不到一年,却已经在观众和粉丝心目中集聚了极高的人气,形成了“年轻、活力、开放、时尚”的品牌定位。上汽·上海文化广场“2021春季户外季”开幕前,吸引了众多粉丝和演出商如同设计师等待时装周一样等待着这一季的“新品发布堂”。新一季的节目上,来自上海戏剧学院、上海音乐学院、复旦大学、南京大学等多所高校的学生戏剧社团将带着他们的作品登上这个轻松、热烈的户外舞台,展现上海青年戏剧的原生力量。

在苗江路上的上海儿童艺术剧院,孩子们不仅能看到剧院从国际、国内精挑细选的好戏,还能和爸爸妈妈一起坐在明媚的日光下聆听一场广场音乐会,或是一起准备好精美的书籍、玩具、鲜花……打开私家车的后备箱,和小伙伴们共赴一场热闹热闹的“大鲸鱼集市”。

“演艺新空间”被很多业内人士视为“剧场之外的补充”,它更具市场灵活性,又可容纳更多新创的艺术形式,其创新的商业形态和文旅商融合的消费动能,让市场看到了更多未来发展的前景。自上海在全国范围内首创“演艺新空间”,两年多来,这些从商厦、酒店、书店、游轮、酒吧、咖啡、书吧等商业场馆中开拓出的“文艺绿洲”,逐渐成为城市演艺空间生态的多样化特征。

新空间演出的另一个特点,就是发生了收入模式的变化,从传统的完全票房收入,带动了相关的衍生产品的收入。不久前,互联网票务平台大麦网宣布进军内容制作,成立了一个全新的戏剧厂牌“当然有戏”,上海成为重要的合作伙伴。“上海的新空间演艺潜力无限。”厂牌主理人李婧介绍说,在百老汇有一个1:4定律——1元钱票房对应4元钱的衍生收入,这个比例在中国大概是1:2,“如果只看戏剧的衍生产品,这个比例大概是一比零点几,还有极大的开发上升空间,未来,这部分增量将很大程度体现在新空间演出上。”

譬如,从去年诞生起就火爆上海的沉浸式音乐剧《阿波罗尼亚》,在新空间演出模式上的创新令人眼前一亮;吧台、卡座、酒箱都是座位,百分百还原的实景酒吧模糊了舞台界限,它既是戏剧演出,也成了都市社交的新场合,释放票房之外的衍生商业潜力。

近期,上海剧场行业第二次被列入了“上海市文明行业”表彰名单,上海35家50个剧场共同成为为“行业文明”的优秀集体,上海剧场群已经成为市民交口称赞的先进行业。韦芝告诉记者,为更好提升服务质量,上海市演出行业协会将推动行业常态化培训服务员,提升服务质量的“内训”机制,打造更细腻更温情的剧场体验。

也会馈赠给演员本身。”《觉醒年代》拍摄中,一场外景戏至今让张桐念念不忘:“导演说,想用李大钊先生攀登长城的外景,象征他在革命中不断前行摸索的历程。”那是很陡的一处坡,观众能直观地看到李大钊为中国革命的路不断求索,一路披荆斩棘。而演员记得:“那是段野长城,好多灌木都已穿过石缝长出来了,虽然拍得艰苦,但心中油然而生一种情绪,会真切感受到我们的伟大历史,感受到我们民族的精神。”

还有《大江大河》系列之于王凯,《山海情》之于黄轩,《隐秘而伟大》之于李易峰……太多事实已证明,昂扬又动人的青春叙事里有着塑造未来的宝贵力量;英雄主义、现实主义的书写中,蕴藏着流量的正向导航。只要演员走得心无旁骛,那些从了不起的岁月与真实奋斗中投射而来的光,会照亮年轻人的路。

理想照耀下的荧屏青春之歌,好戏养人也育人

演员的表现亦可圈可点。随着系列剧《理想照耀中国》逐渐披露阵容,王俊凯出演的港珠澳大桥总工程师林鸣,彭小冉、李兰迪演绎的乌兰牧骑,吴磊出演的爱国青年方大曾,邓伦诠释的红旗渠精神,张艺兴饰演的熊大镇,谭松韵饰演的王会悟,秦俊杰与蒋梦婕共谱陈毅安烈士夫妇的鹤唳情深,以及王一博集编导演于一身所演绎的蒋先云烈士事迹等,更多角色引发观众期待。加之肖战的《王牌部队》,以及由陈晓、赵樱子、张新成、赵志伟等出演的《百炼成钢》等剧,无不是以青春底色勾勒青春叙事。

重大主题创作尤其是红色题材为什么要大范启用年轻演员?许多导演都说:因为当年救亡图存的不少是年轻人,当年建设新中国的奋斗者也有许多年轻人。年轻人眼里的清澈与希望,由年轻人来演自然最动人。而重大主题创作又能让年轻人收获什么?不妨看看曾经也是如此走来的80后们怎样说。张桐是《觉醒年代》中李大钊的扮演者,也是第一个获得中国电视剧“飞天奖”最佳男主角的80后。从《亮剑》开始,他的演员生涯几乎都在重大历史革命题材中度过。专心沉潜于红色主题,他说:“能沉浸在一个个‘戏比天大’的剧组里,当演员从心理上、身体上努力靠近自己所塑造的英雄人物,角色身上的力量

以昂扬又动人的青春叙事,塑造年轻演员的未来力量

以“理想照耀中国”之名,已播和待播剧里,有一份朝气蓬勃的演员名单。

90后的杨洋与黄景瑜、00后的赵今麦是《在一起》里的平凡英雄;90后的白宇帆和黄尧是《山海情》里事业爱情两不误的得宝和麦苗;《觉醒年代》中扮演陈延年与陈乔年兄弟的是90后的张晚意和00后的马启越。精品剧里,年轻

(上接第一版)两人在一次次生死救援的考验中相知,被对方在各自“战场”展现出的忠贞无畏所吸引。他们的爱情里,有与年轻人如出一辙的生活日常,也有让人向往的共赴理想。

再看特警董文波与女记者阮青夏、外科主任邵宇寒与企业家邢云霄、医生同学陈韬与许妍娜,他们各有各的相爱路径,但相同的是对彼此价值追求的相互赞赏。最终促成爱情开花结果的,亦是他们不约而同出现在社会最需要的地方,心有灵犀向着最需要帮助的人伸出援手。一路走来,他们在感情中互为镜鉴、同甘共苦,所以有情人终成眷属,留下了“我着婚纱你扛枪”“震中的爱情告白”诸如此类最美剧照。一切就像一名网友所说:“同样的理想天空下,这是我们都向往的人生。”