

《繁花》强势“盛开”燃起更广泛人群对上海和这座城市文化的关注和热情，更多沪产舞台作品陆续开票

为城市文化代言，上海故事成舞台主角

■本报记者 王筱丽

时代发展的风云变迁、弄堂里巷的吴侬软语、海派男女的风情百转……电视剧《繁花》的强势“盛开”燃起了更广泛的人群对上海和这座城市文化的关注和热情。上海故事的升温不仅在荧屏上，这股热潮在舞台领域也同步涌动。上海话剧版舞台剧《长恨歌》首轮15场演出抢票一空，加演两场后同样迅速售罄。近日，《繁花》《魔都俏佳人》《蒸蒸日上》等舞台作品也陆续开票，延续上海城市文化的热度。

“多种文艺样式的城市文化IP在市场中引起反响，这不是一种偶然。”上海戏剧学院教授荣广润对记者表示，上海的城市精神、上海人的生活风情与风貌，这都是观众感到亲切并渴望看到的内核。一条马路、一份小吃、一座建筑的走红只是缩影，其背后是大家更愿意了解上海的历史和文化，形成的联合集聚效应为整个城市代言。

在追《繁花》的过程里，荣广润被剧中的真实性打动，“里面的道具、场景没有经不起推敲的。这对舞台创作同样有所启发。”他提醒，沪语并不是“制胜法宝”，故事质感与作品质地才是关键。语言只是媒介，语言所讲述的地域特色和城市文化才是能够引发观众共鸣的要素。

富于烟火气的生活图景，串起沪上往事

茅盾文学奖获得者金宇澄的《繁花》，不仅衍生了让黄河路登上网络热搜的电视剧，也成就了现象级舞台剧。早在2018年首演之时，舞台剧《繁花》就是城中风头一时无两的舞台剧，多轮演出仍旧坚挺的票房让其获得了“沪上社交硬通货”的头衔。今年3月底，舞台剧《繁花》第一季又将迎来新一轮演出。本周一上午正式开票后，因为大量用户涌入，服务器一度瘫痪。仅三小时，票房就突破200万，目前在匀速增长中。

相较电视剧，舞台剧更贴合原著的故事，在上世纪60与90年代两条时间线交叉跳跃，将三兄弟阿宝、沪生与小毛从“相识到绝交”的过程作为全剧线索。演员们全沪语演出，舞台上丰盈绽放各色各样的人物魅力，用一个个富于烟火气的生活图景，串起沪上的浮华往事与时代传奇。墙内开花墙外亦香，舞台剧的魅力不止于上海，在北京、香港等地也上演同样火爆。

在《繁花》上演的剧场，常能见到父母与子女结伴而来。不同代际的人相邻而坐，看旧时光里的生活如何一步步延续，直至自己生活的当下。剧中饰演“小毛娘”的资深演员张芝华就曾表示，“作为上海人，演上海市民的故事，非常幸运”。导演马俊丰将上海的城市基因比作《繁花》故事目光所及最远处的画布，“城市是流动的，人入人往，一个个故事发生，但这块画布永远



①舞台剧《长恨歌》上海话版剧照。尹雪峰摄
②电视剧《繁花》海报。
③舞台剧《繁花》第一季剧照。(演出方供图) 制图：冯晓瑜

都在”。早在项目之初，《繁花》便定下“舞台连续剧”的创作概念，以三季的体量完成小说的舞台演绎。据了解，舞台剧第三季剧本今年将启动解约，预计明年首演。

语言的重要性不言而喻，但不是“制胜法宝”

“再看还是很兴奋，台词用沪语说得自然，让人舒服。”上海话版《长恨歌》首演那天，原著作者王安忆坐在台下，她细心地观察到演员们在台上的用词，“很地道，我想一定是有高手在指导”。这位“高手”便是滑稽戏名家程程，在正式建组前的剧本朗读会上，他就提出要求，希望在上世纪40年代的场域中，演员们能够多使用一些上海话的尖团音，因为那个年代的人比较讲究吐字发音。随着剧情发展，到上世纪80年代，发音可以稍微

松一些。煤球炉、缝纫机、热水瓶、核桃木家具……《长恨歌》的舞台充盈着上海那个年代的生活气息，从小在石库门长大的舞美设计徐肖寅打造了舞台上波浪形的屋顶，用多媒体投射出老虎窗，沪语更是为这三个半小时的“戏剧场”增添了氛围感。台上导演周小倩从20年前就伴随舞台剧《长恨歌》一路走来，当第一次在排练厅听到演员用上海话对戏，她忍不住惊讶，“语言一变，完全不一样了，我像重新接触了一个戏”。语言对于舞台艺术的重要性不言而喻。“坐在台下三个多小时，没有产生一点疲劳感。”在荣广润看来，方言作为媒介，强化了观众的感官享受，不仅增强了作品的生活气息，也使其更易被接受。

在电视剧《繁花》热播之前，其实已经有不少文艺作品以沪语讲述上海故事。电影与音乐剧《爱情神话》展现了

都市生活的灵动与鲜活、方言话剧《雷雨》以别样的方式再演曹禺经典，均收获了业内外的良好反馈。如今，乘着电视剧《繁花》的东风，海派风情吸引更多关注。

台上的南翔小笼氤氲出热气，台下的观众席同样热情洋溢——近日，大型原创滑稽戏《蒸蒸日上》在天蟾逸夫舞台连演四场，几乎场场一票难求。作品聚焦非遗传承，以一家点心店的历史变迁和两户人家几代人的命运纠葛，串联起上海南翔小笼100多年的发展史。

下月初，由何赛飞、郝平、茅善玉、赵志刚、毛猛达等主演的首部沪语话剧《魔都俏佳人》也将揭开帷幕。

业内人士指出，上海历史文化底蕴深厚，红色文化、海派文化、江南文化在这里交相辉映，中外文化在这里交汇融通，这座巨大的富矿值得更深入的发掘，期待更多原创IP为上海这座城市代言。

■本报记者 姜方

好的配乐缘何是影视剧的『第二台词』

验证最流行的思潮和文化都在上海这片沃土上涌动

很多观众喜欢看《繁花》，剧中的豪华配乐阵容功不可没。其中，大量上世纪八九十年代流行金曲和影视歌曲，承载着不同年龄观众的记忆。乐评人范志辉整理发现，汪小姐为了宣传三羊牌，邀请时装编辑、香港摄影师和模特吃饭，酒桌上唱的是王杰的《安妮》，那是香港流行音乐大举影响内地的时代；宝总为三羊牌造势时，邀请到的歌手是在春晚享誉大江南北的国民偶像费玉清，唱的是《冬天里的一把火》；宝总与麻老板为了生意推杯换盏时，在卡拉OK唱的是《爱拼才会赢》，也是那个时代无数从底层爬上来的生意人最爱的励志金曲……

这些旋律是如此脍炙人口，当贴合着剧情重新响起时，也穿越了时间的风霜，戳中无数观众的心弦。也难怪会有网友呼吁，“哪家KTV能出个《繁花》BGM（背景音乐）套餐”“希望能推出剧中背景音乐的完整专辑”，因为配乐里不仅写着《繁花》的故事，也镌刻着大家的青春。当剧情渐入佳境时，那些无以言说的感情，借由恰如其分的配乐进行表达。就像《执迷不悔》之于汪小姐，她将宝总送来的凯迪拉克车钥匙递给了潘经理，然后头也不回地离开了至真园，那一天的黄河路失去了颜色，因为她需要的不是好车子，不是撑面子，而是宝总看到她靠自己也能闪闪发光的样子。就像《突如其来》之于玲子，她与阿宝在东京邂逅，他寻遇故知，她以御守好运相赠，他则还以从东京飞回上海的一张机票和夜东京的名片，随着小田和正的清亮歌声，观众也仿佛听见了玲子怦怦的心跳。就像《再回首》之于菱红和玲子，当菱红决定北上打拼，玲子带着一沓钞票相送时，两人隔着马路对望，“你当心点儿”和“谢谢”算不上什么豪言壮语，却在歌声中显得特别荡气回肠。

剧中让人印象深刻的配乐，还有张雨生的《我的未来不是梦》、Beyond的《不再犹豫》《光辉岁月》《喜欢你》、邓丽君的《路边的野花不要采》、王杰与叶欢的《你是我胸口永远的痛》等。其中不少歌曲都选择了原唱版本进行授权，从它们背后也能看到唱片行业的发展变迁。比如上世纪90年代初，张学友演唱的歌曲《偷心》和王菲演唱的《执迷不悔》所在专辑，分别由宝丽金唱片和新艺宝唱片（宝丽金唱片旗下的子厂牌）发行，后来环球音乐收购了宝丽金唱片公司，因此这两首歌曲的录音版权目前隶属于环球音乐。除了港台地区的流行音乐，《繁花》中的配乐还有古典乐、摇滚乐、中国地方戏曲和红色经典歌曲。正如范志辉所说，“不同地域、不同种类的音乐汇聚在一部影视剧中，也验证了那个时代最流行的思潮和文化都在上海这片沃土上涌动”。

音乐承担着帮助叙事和塑造人物的重要功能

不仅仅是《繁花》，从《隐秘的角落》到《漫长的季节》，在辛爽导演的剧集中，音乐也承担着帮助叙事和塑造人物的重要功能，并且留下了不少打动人心的一幕。《漫长的季节》剧中最后一幕，范伟扮演的王响，探寻了二十年丧子真相，终于释怀。在送养子上学的路上，他穿过一片玉米地，看到一辆火车驶过，而开火车的正是年轻时的自己，那时儿子尚在世。这时王响早已意识模糊，他奔跑在玉米地里，追着二十年前的自己大声喊：往前看，别回头。这时，姜育恒《再回首》的歌声响起，这一幕与开头第一幕开火车的王响呼应，也让观众们狠狠感怀了一次。歌曲唱响了这部时代悬疑剧的尾音，“今夜不会再有难舍的旧梦”，故事就此结束，余味却无穷。

配乐同样出彩的，还有聚焦上世纪90年代企业家奋斗历程的剧集《风吹半夏》，一部剧里拥有数十首版权，从童安格的《忘不了》到Beyond的《海阔天空》，从齐秦的《大约在冬季》到高枫的《大中国》，动人旋律不仅吹来了扑面而来的怀旧风，也传递着剧中人物的情绪变化与命运走向。

■本报记者 姜方

根据昨天在沪发布的《2023中国演出票务行业研究报告》(以下简称《报告》),去年我国演出市场迎来强劲复苏,供给需求旺盛。2023年前三季度,全国演出市场实现票房收入315.40亿元,相较于2019年同期增幅达84.2%,且已大大超过2019年全年200.41亿元的票房收入。其中,大型演唱会、音乐节的井喷式发展态势尤为亮眼,仅第二季度便将22.31亿元收入囊中,环比增长738.6%,呈现出超强的吸金能力。与之形成鲜明对比的是小型演出的节选遇冷,据不完全统计,2023年有近20个音乐人/乐队取消巡演。而对顶尖艺人的高度依赖,也让演出内容同质化竞争加剧。

靠拼阵容带动的盈利结构单一

报告显示,2023年前三季度全国营业性演出场次、票房收入及观众人数较2019年同期均实现显著增长。在大型演出活动按下暂停键的三年里,国内乐迷们对演唱会、音乐节的渴望达到极致。自2023年第一季度大型演唱会和户外音乐节集中开票,该类型演出在2023年上半年热度持续上升。

数据表明,仅在2023年第二季度,大型演唱会、音乐节演出场次428场,环比增长448.72%;票房收入22.31亿元,环比增长738.6%;观众人数482.33万人次,环比增长611.71%。

然而,与大型项目呈现超强吸金能力形成鲜明对比的,是小型演出的遇冷。以Livehouse为例,据中国演出行业协会数据,去年第二季度音乐类Livehouse场地演出和巡演已出现关注度及票房下滑。一方面是头部IP演唱会与户外音乐节吸走了不少乐迷;另一方面,本就缺乏竞争优势的腰部及以下乐队和小型音乐现场演出由于租金、设备、宣传推广及人力等运营成本

本增加,生存压力加大。现场演出盈利结构单一,对于票房收入的依赖度高,这也导致演唱会主办方更多地靠拼阵容来带动票房。然而,头部艺人终究是有限的,演出阵容的高重复率不免让乐迷陷入审美疲劳,体验受限;也让本就承担较高盈利风险和演出举办风险的主办方陷入了高度依赖顶尖艺人、演出内容同质化竞争加剧的恶性循环中。另外,某些头部艺人因演出场次过多,无法保质保量完成现场表演,出现了假唱、擅自更改演出内容、突然在台上晕倒等现象。同时,“咖位”和流量也在不断固化“强弱”音乐人之间的依附性关系,导致“后浪”缺乏动力,不利于行业健康持续发展。

演艺新空间呈现蓬勃发展态势

业内人士指出,这些都说明市场狭窄、培育不足的问题依然存在,呼唤更多元的演艺生态和内容供给。令人欣慰的是,作为城市演艺发展的新形式、新业态,演艺新空间在我国各大城市呈现蓬勃发展态势,正逐渐成为演出市场的重要组成部分。它们打破传统剧场物理空间的限制,打破“你演我看”的传统观演关系,打破演出与其他业态的壁垒,应观众需求和市场变化,打磨精品内容,并将演艺与现代科技融合拓展现场文艺表演,沉浸式演出、互

2023年前三季度我国演出票房收入大幅超过2019年全年，而高度依赖顶流艺人加剧演出内容同质化竞争

演出市场火了，有喜也有忧

动性剧目不断涌现，营造出多空间、多维度、多视角观演体验。报告显示，仅在2023年第二季度，小剧场、新空间演出场次环比增长89.51%，票房收入环比增长105.38%，观众人数环比增长95.59%。

以上海为例，作为演出行业中相对年轻的业态，沉浸式演艺在不同的城市空间遍地开花，释放出令人难以忽视的市场号召力。自2016年底亚洲首演至去年11月23日，沉浸式戏剧《不眠之夜》上海版驻演达到1800场，项目总收入超4.7亿元，接待观众人数近55万人，平均上座率超过90%，持续打破全国驻演项目的票房纪录。而在汇聚多种演艺形态的演艺大世界，依托周边丰富的商旅资源优势，将驻演演出融入旅游景点、商业空间和城市公共空间，形成“演艺+”的破圈效应，加持演艺新空间。其中，亚洲大厦“星空间”的驻场剧目《阿波罗尼亚》等持续火爆。机遇中心打造“X-META | 奇境穿越元宇宙乐园”，以“风起洛阳·全感VR”为代表的新型沉浸式演艺产品受到广泛关注，被国家文旅部评为首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点。不久前，开心麻花位于五角场合生汇城市集市的新演艺空间聚集体正式亮相，总面积近5000平方米，包含三个剧场新空间和位于公共餐饮区域的开放舞台，进一步融合消费与演艺的边界，助力演出市场繁荣有序发展。



亚洲大厦“星空间”的驻场音乐剧《阿波罗尼亚》持续火爆。(演出方供图)