

# 打包批售：江苏演出季的营销方略

王军



一台以江苏民歌、舞蹈为主并融入苏州评弹、木偶及戏曲等多种艺术形式的“锦绣江苏·舞动世博”大型演出近日在江苏南京紫金大剧院举办，这也拉开了江苏省演艺集团“2010春之畅想”演出季的序幕。该演出季将持续到7月底，共有18场演出。

一年前的这个时候，江苏省演艺集团在这个南京发起了“文化暖心”演出季，随后又接连推出了“祝福祖国”演出季、“欢歌迎新春”演出季，这3个演出季共上演63场剧目，平均上座率为80%，观众约5万人次。伴随着几个演出季的展开，江苏演艺市场营销力度逐步加大，推广手段日趋多元化，剧(节)目不断丰富更新，观众群逐步壮大，存在已久的赠票看白戏现象正在悄然改变。

## 演出季精品打包批售

在江苏省演艺集团的市场发展战略规划里，把集团的3个剧场所在地——南京杨公井地区建成“南京演艺街区”，并打造为公益性演出、戏剧表演、娱乐性表演和文化旅游演出的集中地带。于是，演出季便落户该区域的中心剧场紫金大剧院及江南剧院驻点举办。

系列演出季精品荟萃，充分整合了集团内外的优秀艺术家及

精品资源，集中并规模化地上演包括音乐会、大歌舞、京剧、昆剧、锡剧、话剧、扬剧、苏州评弹、木偶戏等多种艺术，繁荣了演出市场，满足了观众对舞台艺术精品的美学欣赏需求。

同时，每个演出季都有各自亮点，如“文化暖心”演出季的招牌节目就有“格什温作品音乐会”、“祝福祖国”演出季包括中国音乐金奖民乐大赛暨江苏二胡之乡音乐节、京剧《霸王别姬》、新编昆剧《梁山伯与祝英台》等，“欢歌迎新春”演出季有爱尔兰大型舞蹈《大河之舞》等。演出季特邀了京剧名家尚长荣、华人指挥家胡咏言等参与，还为青年演员提供了锤炼平台。

“花一二十元就能进剧场近距离观赏到尚长荣等名家的表演，这在以前从未有过。”一次买了8张门票的张先生说。

## 刺激购买欲的营销战术

江苏省演艺集团领导班子认为，对于文化企业自身而言，仅仅仰仗剧(节)目本身质量远远不够，还要善于包装和营销，同时票价的承受度也须符合市场实际。

演出季的市场营销运用了打破习惯性消费心理进而刺激购买欲的战术。首个演出季“文化暖心”是让观众“免费看戏”，也就是纯公益性演出。而从第二个演出季起，便实行准公益性，即观众须付一定比例的票价款，“免费兑换券”变身可享受80元抵扣的抵用兑换券。而从“春之畅想”季开始，发行了可享受5折票价优惠并指定座位的VIP卡1000张、专门面向老年观众的老人卡，持老人卡看全部18场演出仅需120元，每场票价还不到7元。1张抵用兑换券可兑换3张票，购10张以上票再享受8折，加上抵用兑换券，这样一张票票价可优惠到8元。

为覆盖到更广大的受众面，避免想看的拿不到票、不想看的浪费票甚至倒卖票的恶性循环，首个演出季票务推广采取了如今在商业销售领域颇为流行的提货单据的做法，向社会发放了印有兑票地点、热线电话、手续说明及演出季所有演出场次内容、时间等详细信息的兑换券，而后再免费兑换门票。演艺集团营销部门及时主动出击，短短几天里就把4万张兑换券发送到南京市五大公园、40个街道社区、10多家机关事业单位、4家金融企业、4家星级酒店、10多所中小学、还有医院、大型商场、高档茶社等。“祝福祖国”演出季、“欢歌迎新春”演出季、“春之畅想”演出季分别发放了10万张、6万张、2万张兑换券。

除了直接发券上门服务外，演出季还创新票务推广手段，与杂志等传统媒体、互联网和移动通讯网络合作，进一步拓宽市场关联度，方便观众就近购票。一方面，优惠兑票券刊登在南京出版发行的时尚类畅销杂志的插图上，读者可以直接剪裁下来使用。另一方面通过手机平台和互联网输送，构建起立体的移动售票网络系统，网民可在集团网站“江苏演艺网”和“中国网”上直接下载电子版兑票券，日均下载量多达数千份。

果然，这些行之有效的手段极大地激发了大众的观演需求：紫金大剧院往往一大早还不到7点，就有市民排队等候，到8点半开演后，队伍已长达几十米，高峰期日均兑票不得不控制在200张以内。

演出季在对观众群体细分化的基础上，注重有针对性地锁定目标人群，如音乐会类票务主要发往工商企业、金融界和机关事业单位等人群，戏曲类则发往戏迷社团、社区居民。

实际上，早在2002年江苏省演艺集团刚组建不久，就发起了历时一年的“天天有演出、月月有新戏”大规模系列演出，以此来培育市场。当然，培育市场战略绝非企业的一厢情愿。顾欣分析说，全国文化产业消费市场总额应在3万亿元左右，文化消费潜力巨大；在南京这样的城市，加上流

动人口，七八百万人口应该拥有相当规模的演出市场。当前江苏的文化消费市场处于转型升级阶段，特别需要有意识地引导大众的文化需求、科学培育演出市场。

## 拉动内需式的市场培育战略

作为大型文化企业，江苏省演艺集团自然有其战略利益的考量。演艺集团未来要打造成“航母”的“吃水浅”问题，需要解决“航母”的“吃水浅”问题，需要相应规模的支撑作保障。而眼下正是主动培育健康持续的国内演出市场的大好时机，演出季就成了拉动内需式的市场培育战略的开端。

传统艺术欲适应今天的市场而生不息，须培养那些热衷于文化、追求时尚又是文化市场消费主力的白领群体，江苏省演艺集团深谙此理。从市场培育入手，到逐渐占有市场，集团在培育市场上走出了低成本扩张的成功路子。自2004年3月在省内率先开始昆剧周演，到2007年又发展成天天演，票价始终定为20元的大众价，由此培育了以南京本地为主、辐射周边地区乃至全国的以大学生、白领及昆剧迷为主体的昆剧爱好者群体。这在3个演出季观众信息反馈调查中得到了有力验证。

(本文配图均为“锦绣江苏·舞动世博”演出剧照。朱炳蔚摄)

## 演艺视点

“五一”假期，北京有3场大型户外音乐节上演，中外老中青三代乐队在迷笛音乐节、草莓音乐节、朝阳音乐节中齐齐上阵，带领乐迷领略摇滚乐在初夏释放的激情。相较北方的一片沸腾，南方摇滚乐的“呐喊”则相对安静。户外摇滚音乐节北盛南衰，专业人士称，南方城市举办大型户外摇滚音乐节还需等待。

“近些年来，国内涌现出许许多多的音乐节，这是好事情。”深圳宝丽金酒吧负责人、老牌乐队电波乐队成员郭翔评价说，“音乐节越来越多，不仅有利于摇滚乐的传播，更引导了观众的音乐消费方式。中国有许多慢摇吧，还有电视演唱节目，歌手都是唱‘卡拉OK’的，那不是真正的唱现场。真正的唱现场对乐队也要现场演奏，让观众对‘现场’这个词有一个正确理解。”深圳根据地酒吧负责人、曾举办过多届摇滚音乐节节的杨坚表示，音乐节不改变乐迷以往听歌的被动状态，为乐迷与乐队提供了一个交流的平台，每个音乐节都细分了摇滚、民谣、流行等各类音乐形式，让乐迷有了很大的主动选择空间。

纵观国内的大型户外音乐节，主要集中在以北京为中心的北方地带，南方较为出名的音乐节，只有西南的丽江雪山音乐节。“北方的音乐节都逐渐形成了自己的品牌，而南方的音乐节却默默无闻，甚至还没诞生。这种分布不均的情况不好，音乐节应该在全国遍地开花。去年的迷笛音乐节就因为某些原因在江苏镇江举行，这很好。”郭翔、杨坚均表示，摇滚乐在欧洲音乐节非常合适，“杨坚表示，有许多知名的品牌，如美国的伍德斯托克音乐节每年都有上百万观众参与，这些音乐节不仅带动了摇滚乐的发展，还促

进了当地旅游文化的发展，产生许多周边产品，形成一条成熟的产业链。

“10年来，中国的户外音乐节越来越多，摇滚乐展示的平台也越来越多，这是一个趋势。”郭翔、杨坚表示，南方的“土壤”虽然还不能让摇滚乐成为主流音乐，但观众群的消费观念已经开始慢慢变化，摇滚乐的现场演出也得到了不少观众的认可与喜爱。

杨坚曾于2001年至2008年举办过8届“根据地摇滚音乐节”，郭翔也在去年与深圳东部华侨城合作，举办过首届“国际音乐节”，两人表示，相较于北方，南方的摇滚乐受众群较小，氛围也比较弱。“摇滚乐是一种年轻人喜欢的音乐，而北方的高等学府比较多，以学生为代表的文艺青年都非常喜欢摇滚乐，他们的喜好带动了普通青年的喜好，逐渐形成了浓厚的音乐氛围。”郭翔说，摇滚在南方还是属于小众的，成为主流音乐需要一定的时间。杨坚认为，南方城市为摇滚乐提供的平台也较少，唱片公司、电视节目等等都乏善可陈，音乐节很难办起来。

“南方的一些城市，比如深圳，其音乐消费形式正在慢慢地转向现场，比如大剧院、音乐厅、体育馆等场所经常有现场演出。演出仅有西南的丽江雪山音乐节。”郭翔说，“深圳其实具备很好的条件，比如优越的地理位置，本地乐手接洽资讯非常方便快捷，外地乐队与乐迷也很乐意来到深圳；还有温暖的气候条件，寒冷的冬天是北方音乐节的淡季，但深圳却很暖和，举办音乐节非常合适。”杨坚表示，现阶段在深圳举办摇滚音乐节比较困难，商业操作方面有一定的难度，希望能得到各方面的支持。

# 南方的土壤不「摇滚」？

祁琦

## 资讯

### 北京人艺首排希腊悲剧

本报讯 (记者蔡萌)日前，话剧《晚餐》在北京人艺排练厅宣布建组。这是北京人艺建院58年来，首次尝试排演希腊悲剧。

尽管北京人艺的舞台上，也曾经演出过《哈姆雷特》等外国剧目，但最令观众印象深刻的还是那些有着原汁原味老北京腔调的本土剧目。而这次，人艺特地请来了中戏教授、希腊戏剧专家罗锦麟执导该剧，打算给习惯了老北京腔调和京味儿调侃的观众换一道菜。罗锦麟曾导演过《俄狄浦斯王》、《美狄亚》等多部古希腊戏剧，曾有希腊媒体这样评价：“中国人演出的古希腊悲剧，使希腊人要重新认识自己的传统悲剧。”

《晚餐》是希腊当代最有名的剧作家卡巴奈利斯的杰作，展示了4个亡灵和4个生者共进“家族晚宴”的故事。在该剧中，曾经历战争、宫廷权争的亡灵们如今已经冰释前嫌、坦诚相待，而生者却仍旧在恩怨怨中痛苦挣扎，甚至杀掉亲人。罗锦麟认为，卡巴奈利斯借助古希腊的故事背景，却颠覆了原有传说中的价值判断，谴责了一切战争的非正义性和对人性的压制。该剧的核心主题就是呼唤“大爱”。据了解，该剧将于6月16日到7月5日在人艺小剧场与观众见面。

## 文化“走出去”系列报道之一

2006年暑期，我的梦泽影戏馆迎来了两个法国朋友，他们的中文名一个叫海百川，一个叫安林，两人都是武汉大学的外教。海百川的汉语说得很好，他对我说，想在我的梦泽影戏馆拍一个电影纪录片。他们先后来了4次。

2007年末，海百川突然给我打电话，说他们所拍的纪录片在法国电影节上获奖了，还把影片的光碟寄给我。

2009年秋，我又接到海百川的电话，他问我愿不愿意去法国演出。就这样，今年1月13日，我接到了法国布列塔尼孔子学院的邀请函，前往法国参加布列塔尼中国周活动。其实，接到邀请函时，我又喜又担忧，第一次走出国门，不知道欧洲人会不会喜欢皮影艺术。

编者按：一年365天，除了大年三十外，天天上演皮影戏，且影戏馆座无虚席，这就是位于湖北省云梦县的梦泽影戏馆，馆主是著名的云梦皮影艺人秦礼刚。云梦皮影戏属西乡高腔，演唱需真、假嗓子相结合，说唱吐字清晰，行腔豪放。因为一部法国人拍的电影纪录片，秦礼刚和他的梦泽影戏馆近日受邀踏上了“走出去”之旅，并对自己所从事的皮影艺术有了新的见解。

## 云梦皮影戏的法国之旅——

# 没有想到的四件事

秦礼刚

国发扬光大。晚上，孔子学院院长白思杰在为我们接风时，忽然起身举起酒杯对大家说：“今天是秦老师的生日，我们祝秦老师在法国生日快乐。”于是大家都用汉语为我唱了生日快乐歌。这是我意想不到的第一件事。

3月3日是我们法国最忙的一天，早餐后便开车前往雷恩市教育厅文化中心演出，这儿是教师度假、学生春游的地方，在市郊。这场演出的观众是200名学生及老师。首先便放映了那部获奖的电影纪录片，片名是《云梦皮影艺人》。我万万没有想到，在法国看到的电影却不是有关我的梦泽影戏馆。天哪！我惊讶，我感动，我自豪。这时我才相信他们说的这个影片在法国、美国、俄罗斯、伊朗等国放映是真的。而且回家后发现，在2009年中国广州国际纪录片大会上这部影片也榜上有名。这是我意想不到的第二件事。

电影放映结束后，我们演出4个皮影节目，演完后又是掌声雷动。在之后的兴趣小组互动提问中，有学生问：皮影是用什么材料做的？做个影人需要多长时间？教不教徒弟？你的孙子来不来法国？我一一作答。下午4时，我们又登台回雷恩市电影院布台。晚上8时的演出，观众是成年人。我又开始担心，学生们喜欢皮影

戏，成年人又会怎样呢？听说来的都是白领，都是搞文化艺术的，还有在法国工作的中国留学生。

演出前还是先放电影，但这儿是用宽银幕放映，真壮观！电影放完后一片掌声，直到演出开始场上才安静下来，只看见到处都是闪光灯，每个节目开始前都由海百川介绍剧情，演出结束我拿着影人出来谢幕，观众掌声更加热烈。这时，我心中的石头才落了地。我又在想，法国人这么喜欢皮影戏，我要是能常在法国演出就好了。海百川和安林非常高兴，我女儿看见影院门口有人在卖我的皮影照片，15欧元一张，有个观众用20欧元买了一张还说不带钱了。这是我意想不到的第三件事。

谢幕之后，现场观众却留下很多，成年人也提问，他们问得更加广泛。有的问皮影在中国的历史和现状，有的问在中国有皮影戏学校吗？有人问我几个徒弟，徒弟要学几年？有人问我国家的工资吗？还有人问我喜欢法国吗？居然还有人问我在世界上有名吗？由于观众太多，不能让他们参观后台，观众要求我在银幕前演示，连锣鼓也要搬到前面来演示。通过这场演出，我想再也不用担心了。这时，海百川和安林说明天还要去另外一个城市演出。

## 湖南“童心周末”剧场“五一”开演

本报讯 由湖南省话剧团打造的“童心周末”儿童剧场于5月1日在长沙红色剧院正式开演。首场演出的经典童话《灰姑娘》，用真、善、美来给父母和孩子煲了一壶“心灵鸡汤”。

湖南省话剧团有关负责人介绍，“童心周末”儿童剧场全年每隔一周的周六下午固定演出两场儿童剧，每月推出一部新剧，采用国际流行的季播剧模式，针对不同主题边演边排，顺应孩子与家长共同的需求，让家长拿出一个下午的时间陪在孩子身边，就可以给孩子一个健康快乐的“童心周末”和快乐童年。

“童心周末”儿童剧场里每过10分钟就会有一次互动，不仅有演员出现在孩子身边，让孩子零距离接触，而且孩子们会有更机会随着剧情发展，被邀请走上舞台参与演出，代替演员做出选择或决定，直接影响剧情的发展，无形之中由旁观者变成小演员、小编剧。(汤红辉)

## 俄罗斯诗文音乐朗诵会天津大卖

本报讯 作为“乐动天津·五月音乐节”的重头戏，“俄罗斯启示——诗文音乐朗诵会”于5月2日登陆天津音乐厅。本场朗诵会是明星大腕云集，但涉及的俄罗斯诗人诗文、对观众的文学水准却是一次不小的考验。让主办方有些感到意外的是，本是为小众群体打造的一场朗诵会，却出现不冷反热的局面，在音乐节22场演出中售票一路领先。

天津音乐厅有关负责人原来担心，把这些文学性、思想性极强的内容做成一场商业演出，有可能出现“无人喝彩”的局面，但事实却恰恰相反，观众对于演出的期待超乎想象。许多购票的观众表示，这种采用名导演、名演员、多媒体的综合表演方式，让各个年龄段的观众能够通过一场演出饱览一个民族的文化经典，实属不易。

据悉，此次演出也将开启其全国巡演历程。主办方对朗诵会可谓制作精心，不仅有丁建华、方明、剧雪、肖雄等影视明星联袂演出，演出更荟萃了普希金、托尔斯泰、高尔基等文学巨匠的伟作，将带领观众跨越200余年的俄罗斯历史。(陈玮)



法国当地学生在秦礼刚的指导下学习云梦皮影