

演出火爆催生“卖折族”

南芳

当“团购”争先恐后地秒杀下“今日团购”的物品后,一定会暗自庆幸“今天真是赚了”,这样的画面已经成为许多“团购”进入工作状态的前奏。靠着“团购”来赚钱的人被称为“团长”,行情好的时候,月入万元。

无需庞大的机构组织,无需专业的策划队伍,一部手机,一台电脑,这就是“团长”的全部装备。也许是看中了近些年百姓对文化精神的追求,“团长”们把赚钱的眼光盯准了演出票市场,无论是话剧、演唱会,只要是演出市场的票,“团长”通通负责“包团”。

启动电脑,登陆QQ,打开豆瓣网、19楼、百度贴吧,已有一年“团龄”的阿树,算是业内资深人士。“以团购的价格去买票,再以正价或者比团购价稍微高一点的折扣价卖票,赚一点中间的差价。”正如以豆瓣为主要根据地的阿树“团长”所说,他们又被称为“卖折族”。

歌迷会里淘来的商机从跟团到自己做“团长”

“现在人们越来越懂得去享受文化消费,无论是演唱会还是话剧,只要是好的演出,就有人愿意自己花钱去看。”阿树曾在广告公司任职,因为公司票务代理的业务而发现了演出票市场的巨大潜力,于是,他想:“票务代理公司都会从主办方那里赚点手续费,我就想干嘛不自己来做,赚取其中的差价。”

有了这样的想法以后,阿树就常常关注近期的演出,他发现

无论是什么形式的表演,但凡有明星参演,必定会有其粉丝团的热情追捧,组团去见偶像就成了粉丝们必做的事之一。“就像周笔畅要在杭州开演唱会了,他们还有迷会就会组织团购,因为人数众多,歌迷会负责人就和主办方谈成了团购价。”

歌迷会团购演唱会门票的主要目的是想让粉丝们都能坐在一起,而阿树却看到了其中的商机,“我一开始就是和歌迷会一起团购几张票,然后通过网络转卖给别人,因为位置好、连号的优势,买的人挺多,我就赚一点差价。”

每次赚一点差价让阿树看到了新的赚钱市场,他渐渐发现与其“跟团”还不如从根本入手——直接作为“团长”和主办方联系进行团购。“我就自己与主办方协商,不通过歌迷会这个中间环节,然后再发布票务信息,进行交易。”为了全心当“团长”,阿树甚至辞去了原来广告公司职员的工作,自己给自己当老板。

阿树说他只需要一台在网络上发布信息的电脑和一部与主办方、“团员”联系的手机,“成本不高,但是赚得并不比以前少。”一切协商、卖票、交易都是通过网络,阿树说自己目前是一个不能透露真实身份的“虚拟人”。

“卖折族”的典型生活每天在家上网发帖

专职当“团长”以后,阿树无需过朝九晚五的职员生活了,每天的工作和生活都是在家里完

到盈利空间。

据了解,标价在200元左右的剧目,推销到导游手上一般不到50元。“演出剧团赚得并不多。”一位在成都旅游演出中串场的杂技演员无奈地表示,参加这类演出,他们普通演员只是可以增加一点收入而已。

最新上演的《道解都江堰》推销模式,依然是以捆绑旅游为主,将周边青城山、虹口景点和市内宾馆进行打包销售,普通市民只能按挂牌价购票观剧。

成都一家旅行社的工作人员表示:“如果凑够七八个人一起观看,我们可以提供低价格的票,不过必须是预订。”

远离市民观众,在很大程度上让旅游演出成为游客“圈内戏”。“为何不推出低票价吸引市民观众?”对这样的提问,一家文化公司的老总张犁认为:“好不容易培育和引导出的市场,改起来也不容易。”

固化的销售模式背后,其实还有更深层的原因。成都一家旅行社经理杨斌坦言:“这些演出节目,旅行社一般都能拿到5折甚至更低的票价,这样就可以给导游留下自主经营的空间。”

旅游演出经营方式待突破

其实,旅游演出的策划者忽略了一个营销目标:本土市民。他们对旅游演出的热情,并不亚于外地游客。

一位网友在网上晒他观看《芙蓉国粹》的经验:“花了60元,就坐在第一排位子上。演出开始后,我几乎没有时间喝茶吃东西,完全被台上演员的精彩演出吸引了,看得很过瘾。”对如何获得低价的门票,这位网友说:“去和他们摆。”所谓“摆”,一方面是找旅行社和导游拿折扣票,另一方面是找演出单位的熟人带进去。

从传统的舞台走向景区,从《芙蓉国粹》到《道解都江堰》,再到将上演的《英雄·三国》,成都旅游团虽然在形式上跟上了节奏,可惜经营方式并没有突破……

成。入行渐深,阿树发现话剧是一个更大的赚钱市场,“由于话剧演出的主办方往往也是导演的工作室,团购的折扣价可以更低,这样就能保证售出价有折扣,我们还有赚。”阿树利用人们挡不住折扣诱惑的心理,开始主攻话剧市场。

“像话剧《翠花》的票,每张可以赚十几块到几十块的差价,和工作室的人熟悉了,就可以进行长期代理了。”通过这样的差价阿树每次能赚不少钱,“行情好的时候,月入一万,一般没问题。”

据阿树透露,发布信息的帖子也有技巧,通常是以一个票务代理公司的名义来发布,因为公司往往比个人的可信度高,而帖子中通常采用“前排”“折扣”“限量”等字眼来吸引眼球。“我是正规的,不骗人的。有时候和买票的人用杭州话聊天,彼此的信任度也增加了。”阿树说自己只是一个人经营一个票务代理公司而已。

“最好的交易方式就是开场前

当面取票、验票,既保险又省了快递费。”阿树不忘提醒观众购票时一定要多多个心眼,“太低的折扣或者高价转卖肯定有问题,我们不会这么做。”每个“团长”都不确定自己的团能够支持多久,所以目前大多还在摸索阶段。

“团长”引来多方关注 剧院表示欢迎

这些“团长”,在北京、上海风行已久,甚至有固定的票务公司合作,在演出市场扮演了“催化剂”的作用。在杭州等城市,这股新势力刚刚萌芽,据了解,目前像阿树这样的“团长”很多都是兼职,但他们的出现已经引起演出界的关注。

红星剧院经理陈红革说,如果这个“团长”有自己独特的销售网络,那么就是演出市场的帮手;如果分流的是剧院本身的顾客群,对剧院会有一些影响。不

过,总的来说,他对这些“团长”还是欢迎的,“在各大论坛传递剧院的剧目,做免费广告,捧热演出市场,这种做法很值得借鉴,接下来,剧院也会派人专订各大论坛。”

“人都追求性价比高的东西,这跟拼车一样,实际上就是变相的团购。”快票网老总蒋洪生认为,这实际上是演出复苏的表现。比起“黄牛”的无序,他喜欢“团长”这种合作伙伴,“‘黄牛’喜欢哄抬价格,而‘团长’们比他们规矩,也不会扰乱市场秩序,而且能培养一批计划型的消费者,而‘黄牛’的票是专门卖给那些冲动型消费的人。”

看来,“卖折族”还是深受多方欢迎的——对于话剧演出工作室来说,“团长”成了免费的活广告,折扣部分全抵广告费;对于观众来说,可以选到好位置,又能享受点折扣;而对于像阿树这样的“团长”来说,开创自己的事业既当老板又赚钱,不能不说是个好善事。



8月9日,上海世博会迎来南非国家馆日。图为南非演员与出席国家馆日活动的嘉宾在舞台上一起跳舞。新华社记者 刘颖摄

园林版《牡丹亭》:演绎跨界营销大戏

尤蕊洁



园林版《牡丹亭》剧照

有黄豆任舞蹈总监,于丹任美学顾问。

虚实关系是最大挑战

每周末演3场

每场演出当天,张军都要看青浦天气预报,比晴雨更重要的,是日落时间。他说,每一场演出都要从日落前开始,比如7点03分日落,那么6点53分就要开始演出。这样,唱到杜丽娘死后与柳梦梅相会那一场,刚好进入深沉的夜色。

昆曲之中,没有哪个剧目像《牡丹亭》这样有名,不算历史,即便是当代,全国7个昆曲团统统演出,加起来有30多个版本。张军自己演过形形色色的《牡丹亭》,包括55折21个小时的“全本”,但在过去,他面对的是简单朴素的舞台,“一挥鞭千军万马,一转身千山万水”,原来的舞台是静的、虚的、写意的,一把扇子就扇活了满台的花花草草,如今课

植园的“五角亭”成了“牡丹亭”,一座假山犹如《游园惊梦》中的“太湖石”。亭台楼阁,花鸟鱼虫都成了真,观众与“舞台”,仅隔着数米宽的水面。

“不到园林,怎知春色如许”,对演员而言,虚实的关系反而成为最大的挑战。“剧场是镜框式的舞台,你一上台,200个灯照着,啥也看不见。”张军说。自从13岁第一次学《牡丹亭》中最经典的折子《游园惊梦》,20多年来张军已经到“不用排,拿起来演就是”的境界,但现在,他却要考虑出场时是从葡萄架下还是从鹅卵石上走过,“每一个场景都不一样,近到一水一石,远到观众的反应,都要想在心里。”

“我们在创作一个新的东西。”张军说,尽管挑战很大,但在园林中演昆曲,是他多年的心愿。他引用已故建筑大师陈从周先生《园林美与昆曲美》的观点:昆曲盛行于江南,园与曲起了不可分割的关系。不但曲名与园林有关,而且曲境与园林更互依存,“曲境就是园境,而园境又同曲境。”在气质上,园林与昆曲非常贴近,他觉得在园林里表演昆曲,有一种鲜活的动感。

跨界的争论

75分钟的戏演到终场,当杜丽娘和柳梦梅相拥,掌声雷动。

“小众歌手”广州受宠

本报讯 8月7日,李健、万芳分别在广州星海音乐厅、雕塑公园内的TU凸空间举办了演唱会。这两场“小众歌手”演唱会的门票很抢手,尤其是李健的演唱会在开演前半个月已是一票难求。

据了解,在广州演出市场,这类“小众歌手”演唱会正逐步升温。自去年初以来,这类入场人次平均不超过1000人的演唱会已悄然在广州盛行,陈绮贞、万芳、卢广仲、张悬、弦子、李健……他们演出的

陈维高唱“我心永爱”

本报讯 (记者陶瑞艳)8月30日,“我心永爱——抒情女高音歌唱家陈维高音乐会”将在北京保利剧院唱响。

这台独唱音乐会由中国农工民主党中央文化工作部、中国农工民主党海南省委员会、中国农工民主党湖北省委员会主办,中国农工民主党云南省委艺术团承办。陈维是荆州市艺术团的首席歌唱家,从艺20多年来,数次随团全国巡演,多次在全国、省、市歌唱比赛中获奖。

“我心永爱”音乐会阵容强

场地虽小,却常爆满且气氛热烈。不过,“小众歌手”演唱会口碑虽好,却似乎不赚钱。有位演出商说:“算上歌手的出场费、工作人员的开销、场地费、制作费等,如果座位和场次太少,是很难赚到钱的。”这些“小众歌手”演唱会门票通常只卖80元至280元,如果以500个座位来算,票房收入很难超过5万元。而在广州想以5万元的成本开一场小型演唱会,要想赚钱实在太难了。(易芝娜)



大,由著名指挥家许知俊执棒,中央歌剧院交响乐团伴奏。音乐会由“乡音乡情”和“我心永爱”两个章节组成,一歌一曲都表达着陈维爱祖国、爱家乡、爱音乐、爱生活的美好情怀。

《何处寻爱》英国爱丁堡上演

本报讯 8月8日,作为爱丁堡艺术节首演剧目,原创音乐剧——《何处寻爱》登上了英国爱丁堡普利森大剧场舞台,并将在该剧院连续展演3周,演出24场。

去年底,《何处寻爱》剧组就接到了“世界之旅”——爱丁堡国际艺术节组委会的邀请,并被确定为该剧首演剧目。经过长达半年时间的“精装”,《何处寻爱》顺利完成了剧本修改、演员挑选、技术合成等前期筹备,并启动了艺术

节演出宣传营销工作,开通了专门英文网站,以扩大影响力。在国内第二轮演出结束后,该剧所有道具、布景即运往爱丁堡,相关技术团队、演员等也陆续抵达。

《何处寻爱》由北京市怀柔区与美国百老汇联袂打造,继去年首个金秋演出季演出之后,该剧又在舞美设计、故事情节和音乐舞蹈等方面增加了新创意、新场景、新情节。目前,该剧已连续演出两轮,共87场,吸引各地观众4万多人。(木鱼)

VIVA-GIRLS 雅乐团9月赴日演出

本报讯 8月12日将在北京北展剧场演出新概念音乐剧《人间四季——音乐之旅》的VIVA-GIRLS雅乐团日前透露,北京站演出后,9月该剧赴日本的演出已敲定。

新概念音乐剧《人间四季》虽被冠以音乐剧,却没有器乐演奏,没有演唱,更没有故事和戏剧冲突,分别以“开场——生命的原初”“春——新生与纯真”“夏——成长与悸动”“秋——收获与分享”“冬——宁静与安详”为题,将风格迥异的音乐篇章一一铺展开

来。在器乐表演同时,有多媒体影像投射到后侧巨型环幕上,并辅以炫目的灯光。虽然定名为《人间四季》,多媒体呈现的背景却不是春华秋实,而是搭配舞台多媒体特效营造出截然不同的时空变幻情境,将人的一生比喻为“春夏秋冬”四个季节的流转,展示不同阶段的内心感受和人生态度,用音乐诉说着生命轮回的美妙与庄严。

据悉,目前,一些国外演出商已经向该剧团提出意向,把这台演出带到更多的国家。(白丁)

旅游演出:离当地百姓很遥远

黄里

票价虚高 市民被挡在剧场外

在成都工作的张小姐家里来了亲戚,听说《蜀风雅韵》、《芙蓉国粹》演出不错,就想去看看。一打听,演出优惠门票只针对旅游团队,普通市民买不到,只好遗憾地放弃了。

“260元一张,看场川戏这么贵啊!”8月3日,两位成都大姐被锦江剧场窗口上张贴的价目表吓了一跳。“听说是地方戏曲的精品,我们想寻找老成都久违的感觉,但……”两个人打消了购票入场想法。窗口内的工作人员说:“虽然广告上写明是旅游节目,但普通市民也可以按票价上的原价购票观看。”

夜幕开始降临,成都华兴街上的锦江剧场外,几辆漂亮豪华的大巴艰难地停靠在并不宽敞的街头,一批批游客在导游的引领下进入剧场,观看四川戏曲精品集《芙蓉国粹》。《芙蓉国粹》的票价为120元、180元和260元三个档次,工作人员说:“晚上演出,各个档次的门票都能够买到。”这表明,一方面票房并不紧俏,另一方面价格依然高悬。

“圈内戏” 旅行社能拿到5折票

在《锦城云乐》、《蜀风雅韵》、《芙蓉国粹》、《道解都江堰》的广告词上,都有一个相同的理念:“把四川的‘文艺特产’推出去,让旅游者领略四川文化精髓”。它们在打造之初,就期望从越来越多的旅游者身上找