资 讯

新年音乐会：警惕那些忽悠人的“名团”

本报记者 隗瑞艳

近年来，每年的岁末，新年音乐会都会在全国的多个城市上演，近日记者观察到，今年的新年音乐会演出热度不减。然而，在传统的演出旺季，曾被诟病的新年音乐会是否树立了良好品牌，并得到观众认可？对此，记者进行了相关采访。

北京新年音乐会已成贺岁档演出品牌

已成一道音乐风景线

“1993年开始后的几年间，中央电视台连续转播了维也纳金色大厅的新年音乐会，中国的演出市场也渐渐出现了新年音乐会演出。开始是在北京、上海、广州，后发展到江苏、浙江、山东、福建等省份，再发展到哈尔滨、长春、沈阳、贵阳、成都等地，如今全国除了个别省份如西藏外，基本上都有新年音乐会在剧院、体育馆上演。粗略算一下，仅国外乐团进中国就有30个左右，演出200场左右，已成一道音乐风景线。”从事浙江新年音乐会运营已10余年的浙江省演出业协会驻会副秘书长吕龙华介绍说。

1996年12月31日，北京市演出有限责任公司打造的北京新年音乐会在北京人民大会堂亮相时，全国还鲜有新年音乐会，而今年北京新年音乐会延续至第15年将演出时，北京已有多台新年音乐会推出。当年北京新年音乐会的策划人、时任北京市演出有限责任公司总经理的沈春友回忆说，起初办新年音乐会时，很多业界人士并不看好，认为风险大——“不就是一台交响音乐会吗？有多少人看？”而今，新年音乐会的市场越来越大，有的新年音乐会逐渐产生了品牌效应，拥有了一定的观众群。

“当然，市场竞争也更加激烈。”沈春友言道。

国外高品质乐团费用昂贵

去年，有媒体曾用《众多山寨乐团来华 音乐贺岁档几成“忽悠档”》为标题，报道了新年音乐会鱼龙混杂的现状，今年记者通过调查得知，这样的情况在各地依然不同程度地存在。

一位业内人士说，能称之为交响乐团或管弦乐团的，应有60至70人的编制，如果全团人员50多个，上台演出仅三十几个，最多就是一个室内乐团的编制，这样的团在质量上是难以得到保证的。

近日上海的一家媒体也报道说，申城演出市场以迎接新年和庆贺圣诞为主题的演出有几十场之多，但一些水准一般的“年终扒分”团依旧占据主流，演出商大多是在“炒冷饭”，更有介绍出处时“含糊其辞”、实际身份可疑的所谓一流名团，非常低调地现身一些剧院的年终档期。

对此，吕龙华坦言，引进一个国外高品质交响乐团的费用十分昂贵。2004年浙江在承办中国第七届艺术节时，邀请了德国柏林交响乐团，在杭州大剧院演出两场，仅演出费就达360万元，这样的价格，一般的演出经纪机构根本无法承受，市场也难以运作。

目前进行新年音乐会演出的高品质交响乐团价格比前些年大为降低，但也要五六十万元以上，而在市场上较为活跃的很多交响乐团市场行情是10万元至15万元，在此基础上市场化运作的成本相对较低，票价也适中，喜爱交响乐的观众能自己掏腰包观看。因此，新年音乐会档期引进的国外团一般不太可能是很专业的团体，或是世界一流、二流的高品质交响乐团，因为成本在那儿，一看就明白了。在这个档期内也会有高档团，常是政府间的文化协议签订双边交流团，或是某国国家领导人来访带来的乐团等。

演出商不愿捅破窗户纸

“事实上，目前国内听交响乐的大部分观众处在接受普及阶段，既然是普及，也不必花几百万元引进高档团，请一个世界级的交响乐团来演奏很专业、很深奥的曲目。”吕龙华的观点，也得到一些演出商的认同。

一位正在承办新年音乐会的演出商坦言，他们请的国外演出团就是被媒体称为“山寨”的交响乐团，然而他并不认为该团艺术水准低，并说国外的一些业余交响乐团水平也是很不错的，至于在宣传营销上没有明确指明是业余乐团，也是为了票房考虑。

“国内很多观众其实并不怎么懂交响乐，就是冲着名去听，企业也是冲着名购票。曲目还是那些曲目，演奏者还是那些演奏者，如果把这层窗户纸捅破了，就似乎丢了面子。新年音乐会有市场需求，但请名团的费用高，与观众的消费水平不对等，演出商做演出要核算成本，也就形成了现在的局面。”这位演出商无奈地说。

据介绍，在美国南芝加哥的一个社区，就有五六十个管乐团，十几个交响乐团，当地小孩从小学就开始每人学习一样乐器，经过十几年的训练，水平很难用专业和业余来区分，在美国等西方国家，专业和业余的区分主要是看是不是以这个职业来谋生。

吕龙华说，去年他们组织来中国演出的南芝加哥交响乐团虽然是业余的，但乐团中的主要声谱是专业的，乐团中的首席小提琴手——梅塔是音乐学院的青年教授，在演出中他拉了两首曲目，其中一首是演奏技巧高、难度大的帕格尼尼的第一小提琴协奏曲；两位歌唱演员都是从芝加哥歌剧院请来的，演出获得了在场观众的好评。

别打着名团招牌忽悠观众

“1998年12月31日和1999年1月1日，分别举办了两场北京新年音乐会，前一场是俄罗斯国家交响乐团与北京交响乐团联袂演出，后一场由俄罗斯国家交响乐团单独演出，第一场演出观众爆满，而第二场演出票房不如第一场。”沈春友说，这也说明新年音乐会与平时音乐会相比，观众的欣赏意境不太一样。

对新年音乐会是否要请专业团体，一些观众的观点也不尽相同。学音乐出身的王先生认为，看新年音乐会还是要看专业水准较高的演出，这样花费金钱和时间才值得。但自称“听不懂但很想听”的李女士并不在乎是不是专业团演出，只是希望依据演出团情况合理定票价，给观众多种选择。不过，接受记者采访的一些观众大都表示，演出商运作“山寨”团如果有市场需求无可厚非，但关键是别打着一流名团的招牌忽悠不明就里的观众。

吕龙华认为，新年音乐会在新年贺岁档是个很好的演出项目，如果运作好要注意以下几点：一是价位不能太高；二是演出曲目以中国曲目为主，或融入中国元素，不断地创新内容；三是各国的交响乐团在演出时要有自己国家的风格，能让观众欣赏到世界各国的音乐；四是政府从政策层面上给予大力的指导和支持；五是企事业单位在资金上能给予一定支持。这样在全国各演出商的精心运作下，新年音乐会的质量会越来越好，成为有中国特色的文化产品，并越来越受到观众的欢迎。

海报不能只贴在音乐厅

目前大陆的音乐会演出数量越来越多，但许多演出都没有得到宣传机会。除了少数名家名团能够得到较广泛的关注，更多的音乐会都是无声无息地演完了。余隆说，目前大陆都在谈文化产业，其实很多文化产业的相关基础设施是缺乏的。“我在维也纳、柏林、纽约看到，每一个街口都贴着演出海报。现在我们的城市把海报控制在音乐厅门口的几块，人家不经过音乐厅就不知道有这场音乐会。我觉得如果要把文化产业做起来，至少让所有的老百姓有机会了解到在这些文化场馆发生了什么事情，才能带动文化产业的走向。”他建议，演艺机构可以跟政府去申请贴海报。

朱宗庆在维也纳读书时，看到很多人家都有一张纸贴在冰箱上，上面印着每个月的表演。他在台湾也采取了这种宣传方式，每次印刷25万份宣传单，在美容店、汉堡店、餐厅等人流量大的地方投放。“后来大家变成习惯，把宣传单放在袋子里面，一看就知道这个月有什么节目。”

政府部门应提供便利

在余隆看来，除了盖音乐厅以外，我们还应该有很多文化产业的基础设施。从世界各地的经验来看，政府部门在推动文化产业上可以做很多服务性的工作，为文化产业提供便利，包括票务的管理等。

余其铿也谈到，交响乐、歌剧、芭蕾舞、民族音乐这些艺术形式，对社会大众文化修养的提升是很有帮助的。这些年我们在经济建设上的投入和关注很多，但对于文化的发展，尽管我们盖了很多大剧院、音乐厅，盖了很多图书馆、博物馆，但是如何去发展和管理，很多方面还需要探索。

让更多人爱上高雅音乐

李 楠

在演出市场不断繁荣的今天，如何扩大高雅音乐的观众群体？音乐演出如何进行宣传推广？政府部门又能起到哪些推动作用？近日举行的“2010广东亚洲音乐节”上，本届亚洲音乐节艺术总监余隆与广东星海演艺集团总裁余其铿、台湾朱宗庆打击乐团创办人朱宗庆，就这些话题进行了探讨。

做好观众累积

与一些娱乐性演出相比，高雅音乐演出的观众群体范围要小很多。如何建立稳定的观众群体，是很多人关心的话题，朱宗庆介绍了台湾地区的经验。

从七八年前起，在台湾的计程车行中就已经开始建立针对个人的客制化服务，朱宗庆认为，这一方式同样适用于演出业。他说：“我们最近在做的一件事情是观众累积。个人的客制化早就设立起来了，音乐界很少有人在用。我们现在在做这件事，如果我这边有10万观众，谁来都没关系，来了就有票。有观众、有节目、有团体，就可以持续办演出，好好邀请团队演到最好。”

会员制营销也是观众累积的重要手段，这也是两岸演出从业者的共识。余其铿说，在商业领域里已经在做会员制营销，通过对消费人群的人数统计来掌控市场。艺术市场上这方面还比较薄弱。

会员制的优势是会员观众的忠实度比普通观众高。朱宗庆说：“开始我们有一个10万人的名单，寄出信以后回应只有8000人而已，后来我们就勇敢地把那9万给卡掉。以后我们隔段时间就做一次联络，慢慢观众变多，后来有了3万人，那就是你忠诚的观众。”

商演与公益展演交相辉映 南昌演出市场呈现“五热”

本报讯 2010年江西南昌的演出市场可谓好戏连台，呈现出前所未有的热闹场面，各种商业演出与公益展演交相辉映、相得益彰，极大地活跃了演出市场，满足了人民群众不同层次的文化需求。

据介绍，今年南昌的演出市场呈现五个热点和五个特点：五个热点是明星晚会热、儿童剧热、话剧热、钢琴热、戏剧热；五个特点是政府支持、媒体参与、场所主动、机构增多、联合运作。文化行政部门加强演出管理，规范演出市场，简化审批程序，扶持高雅艺术，为正规演出保驾护航；主流媒体纷纷参与各种商演，宣传造势，为演出推波助澜；演出场所从被动接受演出变为主动申办演出，增加了演出场次，提高了演出档次；演出经纪机构从原来的40余个增加到60余个，扩大了演出产业链；通过全省演出院线联盟的合作，各会员联手操作演出，降低了成本和风险，提高了演出成功率。今年底和明年初不少演出计划正在申报之中，将发起新的一波演出热潮。（张 鸣）

高希希执导话剧《曲蟮蟮》巡演到南昌

中国音乐剧发展国际论坛闭幕

本报讯 （记者鲁娜）12月6日，北京舞蹈学院演绎的百老汇经典音乐剧《西区故事》在北京中央戏剧学院实验剧场上演，该剧的演出，意味着为期5天的中国音乐剧发展国际论坛暨第四届音乐剧教学与创作研讨会落下帷幕。

据悉，中国音乐剧发展国际论坛由文化部艺术司、北京舞蹈学院和中国音乐剧研究会联合主办。中国音乐剧研究会会长王祖皆介绍，此次论坛围绕外国经典音乐剧和中国原创音乐剧的教学方法与创作规律研究、中国音乐剧演艺市场与产业模式研究等主题依次展开，涉及到音乐剧的创作、教学、表演、制作、运营等方面的问题。论坛吸引了来自海内外音乐剧领域的专家、学者，来自各大艺术院校、艺术院团以及艺术机构的音乐剧从业人员参与。

在论坛举办期间，来自北京舞蹈学院、中央戏剧学院、上海音乐学院的5台音乐剧剧目进行了展演。其中音乐剧《西区故事》演出当晚剧场观众爆满。据悉，北京舞蹈学院在1995年就开设了国内第一个音乐剧表演本科专业，2001年创建了中国第一个音乐剧系。

新版《龙狮》北美演出月余观众超8万

本报讯 自美国当地时间10月21日晚在美国新泽西州特伦顿的中心体育馆首演以来，新版《龙狮》演出1个多月间，走过特伦顿、布法罗、雷丁、扬斯敦、温莎、奥沙华6个城市，演出39场，观众达8万人次。这标志着《龙狮》在旧版10年演出结束之后，新版再次开启全球巡演航程。

饮誉世界的加拿大太阳马戏团、中国对外文化集团公司和山东省杂技演艺有限公司强强联手，将合作推出的这台新版《龙狮》晚会带到北美，让慕名前来观看演出的观众深深陶醉在东西方文化交融的视觉盛宴中。新版《龙狮》的主要演员团队来自山东省杂技演艺有限公司，他们的节目是整台晚会的主干和基础。作为一台以中国杂技演员为核心的大型杂技晚会，《龙狮》在北美乃至全球的再次巡演有着标志性意义。

《龙狮》作为一台东西方文化交融的大型杂技主题晚会，将古老的中国杂技艺术与西方现代舞美融为一体，创造出极具视觉冲击力的舞台效果。新版《龙狮》是在旧版基本创意和节目的基础上，进行了更适合大型体育场馆巡演的重新编排，节目更加凝练，但场面更加宏大。

旧版《龙狮》演出有着辉煌的过去。由加拿大太阳马戏团、中国对外演出公司与成都军区战旗杂技团共同推出，自1999年4月在加拿大首演到2010年1月在墨西哥闭幕，共演出10年零9个月，在加拿大、美国、英国、荷兰、奥地利、比利时、西班牙、瑞士、德国、日本、澳大利亚、新西兰、墨西哥13个国家的60个城市演出3843场，观众达900万人次。2001年，《龙狮》还曾荣获与奥斯卡齐名的第53届美国电视艾美奖最佳导演、最佳表演、最佳服装设计3项大奖。美国《纽约时报》在冠以“惊人、非凡”的形容词后面，称这些节目的力度与高难技巧都是对人体体能及物理定律的挑战，是力与美、刚与柔的完美结合。（钟 衍）

越剧还剩下多少戏迷

冯 源 商意盈

在市场经济大潮和文化取向多元化趋势的冲击下，中国戏曲出现了萎缩态势，越剧也不能独善其身。在近日举办的第二届中国越剧艺术节上，越剧的下一个百年路向何方？成了引人关注的话题。

今天谁还在看越剧

王砚萍是河南省安阳市的一名教师，当地流行的戏剧是豫剧，而她却是一名越剧的忠实票友。这次她专程到浙江嵊州参加全国越剧票友擂台赛总决赛。她说，当地唱越剧的人很少，平时都是在网上的聊天室里和票友们交流。

来自陕西安康的沈婷也是当地仅有的越剧坚守者，去安康之前，她一直在西安的越剧业余艺术团里演戏，因此她是代表西安票友参赛。“越剧本身是有魅力的，因此无论多孤单，我都会坚持下来。”

越剧曾经红遍全国。当年因为有江南青年支边，天山南北都播下了它的艺术火种。时过境迁，目前越剧艺术的主要传播区域还是集中在浙江、江苏、上海和福建等省市。许多北方省份的越剧票友就显得十分孤独，如同大潮退后停留在沙滩上的贝壳。

上海称得上是越剧的“婆家”，越剧到了上海后才大红大紫。专程前来观摩第二届中国越剧艺术节的上海越剧联谊会的杜柏根老先生告诉笔者，目前论戏迷数量，上海还是第一位的，许多社区的票友每周都有自发的聚会演出，但是绝大多数都是老年人了，四五十岁的就已经算是年轻人了。

而在越剧的“娘家”浙江嵊州，越剧艺术的土壤要深厚得多。嵊州全市民营剧团有100多个，从业人员4300多人，全年演出2.6万多场，最多的一年达3.6万场，年收入约6千万元。但这片土壤也出现了明显的老龄化和去城市化现象，嵊州市越剧艺术中心二团一年演出600多场，年收入约300万元，团长许维勇介绍，该团主要演出市场还是在浙江农村，而观众则以中老年人为主。

新鲜血液当然也有。“全国越剧戏迷超级挑战赛”有1500多人参赛，其中以在校大学生剧社为主体的青年“越迷”比例达到35%。天津同样是个戏曲的大码头。天津青年越剧团团长胡巧燕告诉笔者，现在在天津还有13个越剧剧社，其中大学里有3个，越剧以它的柔美吸引了不少青年人。

青年“越迷”能否改变观众群体老龄化和去城市化的现象？金华的青年票友洪颖俐坦言，每次看到剧场里的观众，甚至是农村戏台下的观众，绝大多数是老年人，心里就感到担心，他们不在了怎么办？

第二次城市化的新命题

显而易见，在改革开放所启动的世界上规模最大的中国城市化大潮进程中，越剧与城市文化出现了脱节。杜柏根回顾说，“文革”打断了越剧发展的进程，这使得戏迷群体出现了明显的断层，现在的老戏迷大多还是越剧黄金时代的见证者。

“在这样一个文化多元化的时代，怎么样才能让今天的观众依然能够去接受越剧呢？”浙江小百花越剧团团长茅威涛表示，越剧的受众主体改变了，在上世纪四五十年代，其受众主体以城市家庭主妇和女工为主，现在更要关注白领、金领、知识分子。“越剧用女性眼光审视男性、演出男性，代表了女性的浪漫和理想，慰藉了观众的心灵。今天我们必须考虑，观众还会不会在模式化的爱情故事中感动，越剧除了非常雅致地表现爱情之外，还有没有更开阔的道路。”

“现在越剧老年观众比较多，我们也一直担心能否吸引年轻观众。”浙江省文化厅副厅长来颖杰认为，越剧既要坚持本体，也要适应新时代和新形势。“例如走年轻路线，在舞美、唱词、灯光等方面加入新元素，这样的创新剧目就能受到大学生们的欢迎。”

.宁波市艺术剧院小百花越剧团演出的越剧《烟雨青瓷》

谁能接过传承接力棒

沈婷告诉笔者，她真正爱上越剧是因为一次梅花奖得主组团来西安巡演。“我小的时候就喜欢越剧，但是这次专业团体演出，让我真正领悟了越剧艺术的美，我们太希望专业剧团能到西北地区来演出了，推广越剧的主力军还是要靠她们。”

洪颖俐曾经是南京农大的学生会艺术部部长，在组织文艺演出的时候，她也有意安排一些越剧专场。“许多同学虽然不是浙江人，也未必能听懂，但是他们都觉得越剧很美。他们不是不愿意看戏，而是从来没有接触过戏曲，这不仅需要业余的戏迷票友去推广，更需要专业剧团进入校园。”

“戏曲文化传承，既要有专业教育，也要有普及教育，这是一个必须两手抓的‘一体化工程’，也需要政府、社会和学校形成合力。”江苏省戏剧学校校长何华平认为，没有专业教育就培养不出优秀的演员，而没有普及教育，就无法形成新的观众群体。

文化部艺术司巡视员蔺永钧透露，文化部正在制定地方戏保护计划，该计划的宗旨是通过优秀剧目来带动重点地方戏院（团）的发展，通过培育领军人才、优秀人才等“名角”来保护剧种发展，要确立一批重点地方戏院（团），让地方戏积极走向市场，走向城市生活、人民生活和百姓生活。