

哈尔滨演出市场为何闹“春困”

何燕

清明小长假里,市民于先生本想邀请外地朋友在家门口尽享几场音乐视听“盛宴”,但他开车在哈尔滨转了几圈后却遭遇了剧场的“闭门羹”,他无奈地感叹:“哈尔滨不是音乐城吗?为何音乐会、演唱会一年下来也见不到几个,太少了!作为一名普通观众,假日里在音乐之城看演出怎么就这样难?”

“渐近5月,正值各地演出商抢旺季扎推演出之时,而黑龙江省哈尔滨市的演出市场却依然闲得慌,业内人士无奈道出这样一句顺口溜:“小演小赔,大演大赔,不演不赔。”制约演出市场发展的瓶颈究竟在哪儿?

音乐城难觅音乐会

上世纪前半叶,哈尔滨曾是闻名遐迩的音乐城,从20年代开始,一大批德高望重、技艺精湛的俄侨音乐家汇集于此,登台献艺,哈尔滨之夏音乐会正是在这

样广泛的群众基础上创办的。从1961年举办第一届以来,历经45年,到目前为止已举办28届。每两年一届的“哈夏”都是哈尔滨市民的一道丰富的文化大餐。

市民于民海是一位下乡知青,他酷爱音乐。最近,于民海的一位上海老战友来看望他时说:“你们这里哪有音乐会啊,剧场都是关闭的,怎么还叫‘音乐之城’?”这话让他无言以对。他在北京、上海、大连等地出差时经常会到机场、宾馆、街上看到演出的海报,但在这座音乐之城却难得一见。

于民海遗憾地说:“在哈尔滨举行的大部分演出前期宣传做得很不好,所以很难听到一场像样的音乐会,有的音乐会秩序有些混乱,吃东西的、打电话的、大声说话的、随意进进出出的……在剧场里随处可见。哈尔滨之夏音乐会两年才举办一届,平时这里的音乐会也只有零星几个。”

的硬件设施跟不上,迄今为止,符合现代化标准的大剧院,该省一个都没有。哈市目前最好的场馆哈尔滨国际会展体育中心环球剧场和北方剧场等,无论是从舞台功能、配套设施,还是容量,距离现代化的大剧场都差之甚远。

据了解,因哈尔滨缺少综合性大型艺术演出场馆,近两年曾多次与一些演出失之交臂。2007年,著名舞蹈家杨丽萍打造的大型藏族原生态歌舞乐《藏谜》,在全国20多个城市巡演时,曾一度考虑将这台舞台艺术精品送到哈尔滨,但前期工作人员在考察剧场时却遗憾而归,哈尔滨现有剧场都无法呈现《藏谜》唯美的舞台艺术效果,最终剧团不得不放弃哈尔滨之行。大型原创音乐剧《蝶》巡演冰城之时,主创人员也曾对演出剧场表示诸多遗憾,从家乡走出去的音乐人李盾说:“环球剧场毕竟是会议和演出两用剧场,而《蝶》演出则需要一个集声、光、电于一身的现代化剧场,这次回哈最遗憾的是省博览中心大剧场没有。”

哈尔滨中泰兄弟文化传媒有限公司总经理姜宏斌表示:“当地受演出场地的软硬件设施限制,不少国际演出团体望而却步。”

要票成风挤走演出商

一位业内资深人士透露,近一两年来哈尔滨演出市场的上座率基本上都只保持在30%至60%,演出公司接下来单场演出后基本上赔的比赚的多——即使哈尔滨的票价已经比京沪两

地要便宜很多。制约哈尔滨演出市场发展的另一个重要因素是“要票”,让一场演出的主办、承办、协办方,乃至主管部门、场馆、公安、消防等与演出有关部门的所有人苦不堪言——手机不敢开,座机不敢接,甚至借出出差出去几天……即使这样,哈尔滨市的每场商业演出仍有30%的票因躲不掉的人情关系而,不得不白白送出。要票,可以让一场演出无利可图,甚至血本无归,同时还挫伤了一些准备在哈尔滨市办演出的演出公司的积极性。

相继有刘德华、周杰伦、张学友等不少明星来哈尔滨开个唱,但哈尔滨的演艺经纪人对演唱会市场不怎么看好。目前哈尔滨演出市场并不成熟,这也让很多演出商感到无奈。谈起“被要票”,几位与演出有关的业内人士均使用了同一个词——“苦不堪言”。他们说,如果手头有票,宁可自己不看,家人不给,也得省出票送人。

经调查,因为收入差距等因素,哈尔滨本地院团演出的票价明显低于南方城市。如哈尔滨市歌剧院排演的《浪漫之旅》经典爱情电影大型视听交响音乐会,在南方城市门票能卖到180元、280元、380元,而在哈则只能卖到30元、50元、80元,最多100元。经理李庆玉说,即便这样,票也很难卖出去,多半都是赠票。业内人士介绍,票价中的净利润一般为15%左右,其余为成本,包括前期投入的艺人出场费、场地租赁费,而包括“要票”造成的损失,也都计入了成本,最终转嫁给了自费购票者。据悉,起初赠票只占可售票的

5%至10%,2006年的几场演出达到20%,目前哈尔滨的每场商业演出达到了30%。2007年6月举办的理查德·克莱德曼钢琴演奏会,1万张门票就有近3000张是送的。在哈演出的话剧《西望长安》投资方说,尽心尽力办完一场演出,只维持住了收支平衡,没挣到钱。如果白送出去的票数量再增加,恐怕连成本都保不住了。

“要票现象”严重挫伤了演出公司的积极性。据统计,哈尔滨市可以举办演出的公司有上百家,有一定经济实力的只有七八家,其中,一年能办上一两场大型演出的更是少之又少。因为不赚钱,有的干脆不办演出了。

别让“春困”凉了舞台

进入4月中旬,哈尔滨剧场闹起了“春困”,一些看不到中意演出的观众表示失望。而与元旦新年音乐会加演到欲罢不能、连国外的拼凑团也来“插上一脚”相比,现今“春困”的市场令人关注。演出经营者及管理者的同时,也可能凉了观众的心。

有业内人士表示,哈尔滨的演出市场虽然目前还不成熟,尚未形成真正的文化消费群,但随着文化体制改革的推进,这种状况必然改变。部分业内人士则提议建立演出市场“调温”机制,其中包括让演出立项、档期等信息渠道畅通,避免好戏撞车;演出审批、管理部门能适时宏观把握,对演出运作提出合理市场建议;演出场所预排档期时,适当“错开”疏密度。

演艺视点

“我是见过世面的,我去过拉斯维加斯。”生怕被当成土包子的某些演出商,在阔谈演艺项目的发展态势时,总爱搬出自己身临其境的见识,对拉斯维加斯娱乐秀场如何如梦如幻,舞美灯光如何神奇炫丽,绘声绘色描述一番,结论总归是,相比之下,我们的演艺节目寒酸简陋,土味十足。要打迎合时代潮流和观众口味的演艺剧目,得向拉斯维加斯看齐,舍得花钱做华美包装。有的地方演出商为了大制作创意获得财政支持,甚至拉上当地政府领导亲赴那个纸醉金迷之地实地考察,让领导大开一回眼界。这样,回来再怎么花言巧语,至少有了上面的挡箭牌,少了说三道四的麻烦。

内地此起彼伏的新一轮演艺剧目打造热潮里,向拉斯维加斯取经的不在少数。千万以上大制作的经费,多半用在了华美包装上,电脑灯必须是进口的,音响设备要国际名牌,服装要精美绝伦的,舞台还得转起来。再请国内忙得难以抽身的大牌主创亲临指导一下甚至亲自操刀,一场场华丽的地方演艺秀纷纷耀眼登场。可是这些豪华包装的节目,有多少引起了艺术上的震撼,有多少掀起了市场风暴,有多少已经收回成本,有多少荣升为城市名片,统计出的比例恐怕相当寒碜。东施效颦、华而不实、急功近利、好大喜功,

必然产生如此的结果。很多演出只是轰轰烈烈演了几场,便偃旗息鼓,巨大的投资成了黑洞;若要起死回生,只有赢得市场;若要票房回暖,只得回炉加工;继续锻造“精品”,唯有追加投资——这个轮回何时能了,只有天知道。

说不清内地演出商做大项目以拉斯维加斯为标杆的用心,是有同样的基础,还是有同样的目标,单就演艺环境来讲,两者近乎天壤之别。得天独厚的拉斯维加斯如同纽约百老汇,世界仅此一家,别无分号。光怪陆离的演艺秀与世界第一赌城的称号密不可分,它的观众更多是来自世界各地的赌客,看一场秀不过是赌客们夜晚的消遣之一而已。为何演艺秀都在赌场里?可见它的投资不是单靠票房回收的。那种超炫的舞美及声光电效果,在百老汇舞台也难以找寻。反观我们地方的演艺大制作,多是想当然的结晶,内容不外是当地传说、新编历史故事、当地歌舞原生态或已有节目拼盘,配上高科技的华美包装,以为这便是时尚的追求,观众在眼花缭乱乱的演艺秀场会自我陶醉。可惜,

这种自以为是的论断,让众多演出在现实中栽了大跟头。颇具黑色幽默的是,跟头怎么栽都伤不到主创大腕们的皮毛,他们照样扛着拉斯维加斯的标杆,云山雾罩中,攻下一个个大制作的山头,至于怎样引山花烂漫,令四季如春,那还需要再竖起一个标杆。

以拉斯维加斯为标杆?

白丁

俏佳人传媒/ICN 电视联播网

美国的文化传播之窗
诚邀演出商加盟 共闯美国市场

联系人:张萍 电话:010-63704158-226
传真:010-63704198 邮箱:mengbais@163.com
地址:北京市南四环西路188号总部基地十区九号楼

剧场设施 吓跑演出商

不少文化圈内人士认为,黑龙江省的演出市场专业性不够强,这主要是指适合大型演出

10余个国家的22支知名乐队参演

朝阳流行音乐周 凸显国际色彩

本报记者 陶瑞艳

第六届朝阳流行音乐周将于4月29日至5月5日在北京举办。作为北京流行音乐的品牌活动,本届音乐周以“五月浪潮”为主题,在原有品牌“潮流”的基础上,做了一定创新和改变,届时将邀请国外流行音乐界精英齐聚朝阳体育中心及朝阳公园,进行41场演出,并运用多种方式突显国际流行音乐交流色彩,在“五一”假期吸引观众享受流行音乐带来的激情与狂欢。

奉献具有国际化水准的流行音乐盛典,是本届音乐周的一大宗旨。为此,主办方朝阳区文化馆、朝阳区对外文化交流协会倾尽全力,在演出乐队方面组织一流的阵容,邀请来自法国、荷兰、澳大利亚、英国、波兰、瑞典等10余个国家的22支知名乐队参演。这些流行乐队主要从三方面精选而出:一是每年“相约北京”国外乐队中的精英乐队;二是长年

与朝阳区保持友好交流合作关系的各国文化馆、文化机构推荐的优秀乐队;三是在“英国河畔艺术节”中脱颖而出、红透欧洲的重磅乐队。这其中包括来自波兰的“摇滚爱上东邦”乐队,赢得了MAG AWARDS中的最佳乐队奖的英国古博乐队,以及走遍爱尔兰多个高端街区及艺术节的爱尔兰赫根根乐队。

除了超强演出阵容外,本届朝阳流行音乐周在运作模式、内容形式上也逐步向国际流行音乐节转变,逐渐由户外广场的庙会式流行音乐节向户内结合的专业化流行音乐节过渡。音乐周采取公司主办、政府支持的方式,以推动其向市场化、专业化方向发展。在这种思路下,本届音乐周几个新的活动板块应运而生,如用艺术家聚会“party”的形式开展国际流行音乐节的交流与探讨,还将开展活动纪念品、音乐产品的展示与互动,形成以朝阳流行音乐周为核心的流行音乐产业链。同时,还首次在朝阳体育中心尝试商业运作的可能性,从早10点到晚9点,50元通票就可欣赏到国际大牌乐队。

在演出内容上,本届朝阳流行音乐周以爵士、摇滚、流行音乐为主线,同时囊括时装、汽车、多媒体、油画、摄影、现代舞《莎乐美》摇滚版等多种艺术展示。



将参加朝阳流行音乐周的黑如蛛乐队



“琴动心弦——合景泰富2011音乐巡礼”近日在北京音乐厅首演,著名小提琴家薛伟、女高音歌唱家沈娜、华裔钢琴家贾森、男中音歌唱家孙砾献上中外名曲。“合景泰富2011音乐巡礼”秉承其“以心筑家,创建未来”的企业文化,倡导让艺术从殿堂走向生活,构筑“品质、品质、品质”的生活模式和文明、融洽的新型邻里关系。图为沈娜在演唱普契尼咏叹调《漫步街上》。

身材瘦小,走路风风火火。两鬓白发,一丝不苟往梳。这是陈伯琪给人的第一印象。坐下不久,陈伯琪就接到一个电话,问舞台怎么搭。再过几天,陈伯琪介绍的浙江台州越艺剧团就要在黄岩下埠村开演了。

村民们要看戏,第一个找的是陈伯琪。剧团下乡演出,第一个找的还是他。这位66岁的老人,一生与曲艺结缘,不仅是当年闻名台州的说书人,更是一位农村文化“媒人”。越来越庞大的农村文化经纪人群体的出现,在很大程度上是为解决农村文化消费市场供需双方的信息不对称。随着农村文化市场的繁荣,文化经纪人日显重要。

从演员到“媒人”

“前前后后说了不下300本评书。”从古代书到现代书,什么《平原枪声》、《渡江侦察记》、《隋唐演义》等等,陈伯琪全都说过。他还在台州临海创下了连演49晚、场场爆满的记录。

评书一说是就是10年,这段时间,陈伯琪往来各地,不仅与大量

的农民粉丝打成一片,还结识了各大剧团同行,为文化“媒人”事业打下了基础。

浙江戏曲种类繁多,农村普遍都有看戏的传统,特别是台州、温州一带的氛围更是浓厚,一个村子一年要演两回戏,一回就是5天、7天,白天黑夜都演,也因此有人把这一带的农村叫做“戏窝子”。随着农村经济的快速发展,农民看戏需求高涨,需要联系剧团来农村演出,这就是农村文化经纪人的商机。

1980年,陈伯琪离开温岭曲艺队,与一位同行搭档创办了一个越剧团。有一次在温岭石塘演出,一位村干部找上他,问:“老陈,村民们想看有字幕、有幻灯的戏,你看能不能演。”

陈伯琪一愣,这还真演不了。原来,民营剧团限于条件,没有打字幕、布景的设备,而有这些

设备的国有剧团,一般情况下也不会到这里来。

“既然自己演不了,那就介绍能演的。”陈伯琪当即联系到玉环县剧团,邀请他们前来演出。这是陈伯琪第一笔经纪人“生意”,自此一发而不可收。

牵线搭桥不简单

1981年,陈伯琪干脆跳出自己创办的剧团,全身心投入到经纪人角色中。他的“文化媒人”称号,也渐渐响了起来,来找陈伯琪的人越来越多。

农村文化经纪人都有自己的人脉资源,有一套游戏规则,靠相互默契、人际关系、人情投入,经过多年合作,与剧团和村主任、书记或是村老年协会等经纪对象建立了良好的合作关系。

北京人艺再演希腊悲剧《晚餐》

本报讯 (记者蔡萌)4月15日,北京人艺首次尝试的希腊悲剧《晚餐》再次回归北京人艺实验剧场,时隔不到一年,这部用现代观点阐释的希腊悲剧经过回炉,导演称决不能简单重复。

此次重演前不久,从希腊传来卡巴奈利去世的消息,这让《晚餐》剧组感到十分遗憾。而导演罗锦鳞更是深情追忆起了作者和该戏的一段情缘:“去年我们排练该戏的时候,通过大使馆找到作者去谈版权事宜,卡巴奈利先生一听说中国要改编自己的作品,高兴得不得了,当即表示不要一分钱版权费,把他这个作品的中文版权无私授予我,让我们特别感动。”

“没想到这部戏的观众有90%都是年轻人。”谈到这出戏首演后的反响,主创人员直言没想到。由于该戏的题材比较严肃,

内容也比较“深奥”,导演一度担心这样一出“学术性”作品难以让广大观众接受,但结果却出人意料,除了戏剧、文学等领域的业内人士,该戏观众的主要构成都是年轻人。看过了五花八门的小剧场戏,很多年轻观众更愿意静下心来感受一把心灵的震撼。尽管看戏前需要了解大量背景资料,但这反而吸引了不少观众前来,毕竟戏剧市场上这样的作品不多。而导演则将该剧的成功归功于“戏剧是综合艺术”。据悉,本轮演出将持续至5月2日,共16场。



看戏要找陈伯琪

于洪海

了矛盾。有一年的正月初八,在院桥演出的时候,大雪将舞台压塌了,压坏了很多设备,幸好没压着人,陈伯琪又忙着为一个村一个村地去处理。

多演才有生命力

“50岁的时候,跟家人说55岁就不干了,到55岁,跟家人说60岁不干,结果现在还没放下。”干这一行,上山下乡,又苦又累,陈伯琪却总是舍不得离开。

为什么?陈伯琪说:“因为让村民们看上戏是件好事。有戏看,村民们的业余生活丰富不少,还在一定程度上减少了赌博现象。”为了让村民们能看到好戏,陈伯琪每次都会尽力把最好的剧团拉到最基层的地方演戏。“有的剧团,花上大量人力、资金排一出好戏,只在评奖的时候演过几次,这太浪费了。”

对于戏曲等表演来说,演得多、观众爱看,才有生命力。有了老陈这样的文化经纪人的穿针引线,剧团老板可以腾出更多精力用于演员的管理、培训和新的排演,提供更多农民喜闻乐见的好戏。