

# 中国音乐剧该走哪条路

刘 婧

中国的音乐剧市场今年尤其热闹,《吻我,凯特》、中文版《妈妈咪呀!》、《三毛流浪记》、《爱上邓丽君》等音乐剧都将在北京、上海、广州等城市进行巡回演出。随着这些剧目的引进、制作、排演,标志着中国音乐剧开始进入大规模、标准化的生产运作阶段,业内人士把今年称为中国音乐剧“元年”,所谓“元年”,并非指今年是中国音乐剧的开端,而是今年在音乐剧的原创引进、中文版制作、国内原创上的成果都已具有典型代表性。

## 引进:原版经典来“补课”

从上海大剧院引进《歌剧魅影》、《悲惨世界》,中国对外演出公司引进音乐剧《猫》开始,国内就开始了引进原版经典音乐剧的热潮。其后,《42街》、《狮子王》、《发胶星梦》等大批国外经典音乐剧走遍国内一线城市。

今年9月底,被誉为“百老汇获奖专业户”的托尼奖最佳音乐剧《吻我,凯特》将在京演出,负责该项目运营的是北展演艺文化有限公司,演出总监张力刚认为,音乐剧是未来演艺发展的趋势,但在中国需要时机和步骤,第一步就是“补课”。

张力刚说,“所谓‘补课’,即需要让国内音乐剧的业内业外人士了解和学国外经典音乐剧



本土音乐剧《三毛流浪记》



音乐剧《吻我,凯特》

作品,只有站在巨人的肩膀上,才能让音乐剧在中国落地生根,最终制作出本土原创的音乐剧。”

此外,张力刚还透露了北展关于引进音乐剧的长远计划,给中国音乐剧“补课”开出了教材剧目单:除了确定9月底演出的《吻我,凯特》和《巴黎圣母院》,还有《泰坦尼克》、《42街》、《芝加哥》等经典音乐剧都在原版引进计划之列。“音乐剧是非常商业化和都市化的,中国人做音乐剧先得学会打大套路,才能找到市场和观众。”张力刚说。

## 汉化:必由之路不走走不行

在中国发展音乐剧,制作国外经典剧目中文版是必由之路么?其实,中国对外演出公司最早准备“汉化”的音乐剧并非《妈妈咪呀!》,而是法国经典音乐剧《悲惨世界》。2007年,中国对外文化集团公司与英国卡麦隆·麦金托什公司签约,双方打算联合投资成立国内首家致力于世界经典音乐剧中文版制作与推广的音乐剧制作公司。

后来,由于某些原因该计划搁置下来。今年,中国对外文化集团公司的计划终于实现,联合上海东方传媒集团有限公司、韩国CJ集团成立了亚洲联合(上海)文化发展有限公司,完成了国内首部国外经典音乐剧的中文版制作、演出。目前,中文版《妈妈咪呀!》已经结束了上海32场演出,据透露,目前该剧票房已超过2千万元,上座率达八成。

该剧的制作经理李婧介绍说,在《妈妈咪呀!》中文版的制作过程中遇到的问题是国内音乐剧专业人才的匮乏。她说,在制作《妈妈咪呀!》最初有个难题,就是招聘“舞台监督”,这个职位在音乐剧制作中起着举足轻重的作用,舞台灯光、舞美、音响、服装等人员都需要他根据音乐随时调度。

国家大剧院舞台监督李根实说,音乐剧的舞台监督相对歌剧来讲具有更高的难度和挑战,一是音乐剧形式新奇、复杂、灵活,需要与演员、各类技术工种密切配合,二是其巡演团队相对歌剧偏小,舞台监督有可能身兼数职,因此要求更高。

李婧说,在招聘之初,应聘该职位的很多人完全不理解舞台监督的作用,甚至还有很多人停留在“催场”的概念。最终,大陆无法招聘到合适与外方配合的舞台监督,最后是从台湾招聘过来的。

问及中文版是否是发展中国音乐剧的必由之路,李婧认为,经典剧目《妈妈咪呀!》中文版的制作是国内首次按照国际惯例和标准来制作的,不论“汉化”是否是必由之路,这种国际化制作、运营过程对打造音乐剧团队都相当必要。《妈妈咪呀!》中文版制作人田元也说:“任何一个产业都不可能止步于引进中文版,我们很大一个目标就是推出自己原创的音乐剧,做中文版的其中一个核心就是培养自己的团队。”

三宝在接受媒体采访时曾说,直到现在他依然没搞清楚音乐剧究竟是什么,“做音乐剧,我还很肤浅,算是个小学生。目前中国观众对音乐剧的了解仍然很少,更没有形成欣赏习惯,观众需要培养,我预计至少还需要50年。”

去年,台湾音乐剧《向左走,向右走》在全国巡演了6个城市,总体票房反响不错,尤其广州和深圳票房爆满。对于原创音乐剧的定义,该剧导演黎焕雄也有其自己的理解,他认为音乐剧的概念不能完全西化,当一种艺术形式在遭遇不同文化时,一定会和本土文化习惯、语言习惯、审美情趣产生碰撞,一方面会改变当地观众的审美方式,另一方面也会融入本土文化,形成新的格局。

负责《向左走,向右走》巡演的北京繁景文化传播有限公司副总经理姚娟认为:“在文化商品化的今天,在抵制媚俗的前提下,市场是检验作品好坏的重要标准。音乐剧制作形式到底该走哪条腿,市场说了算,时间说了算,而不是哪个投资人、制作人或导演说了算。”

如果从国内早期被称为音乐剧的《芳草心》到作曲家三宝创作的《三毛流浪记》,理论上讲中国原创音乐剧已经走过20余年。从中央戏剧学院开办首个音乐剧班算起,国内音乐剧专业教育也已近20个年头。

去年5月,“相约北京”联欢活动发起了“高校音乐剧巡礼”系列活动,每场讲座都聚集了大批首都音乐剧界的从业人员、理论研究者、剧迷等。去年底,文化部艺术司也举办了第四届中国音乐剧发展国际论坛,集合了众多业内人士进行研讨。这两次音乐剧界高层次的聚会都曾围绕什么才是“中国原创音乐剧”进行了激烈的研究和讨论。

某位业内人士透露,除了普遍意义上的音乐剧,目前国内原创音乐剧还存在另外两种有意思的情况,第一种形式是话剧加唱歌,另一种是晚会加歌舞。且不论这两种形式艺术水准如何,究其目的,第一种无非是话剧导演想抢占音乐剧市场,第二种或许是政绩工程,为了花钱而打造辉煌效果。

对于什么是中国音乐剧,演员影子这样认为,国内原创作品都有其特点,难以评判它们的艺术质量,但评判其是否可以称之为好的音乐剧的标准不是所谓的进京汇报演出几场,而是该剧目是否常演不衰,如韦伯的音乐剧《猫》就是典型的例子。

三宝在接受媒体采访时曾说,直到现在他依然没搞清楚音乐剧究竟是什么,“做音乐剧,我还很肤浅,算是个小学生。目前中国观众对音乐剧的了解仍然很少,更没有形成欣赏习惯,观众需要培养,我预计至少还需要50年。”

去年,台湾音乐剧《向左走,向右走》在全国巡演了6个城市,总体票房反响不错,尤其广州和深圳票房爆满。对于原创音乐剧的定义,该剧导演黎焕雄也有其自己的理解,他认为音乐剧的概念不能完全西化,当一种艺术形式在遭遇不同文化时,一定会和本土文化习惯、语言习惯、审美情趣产生碰撞,一方面会改变当地观众的审美方式,另一方面也会融入本土文化,形成新的格局。

负责《向左走,向右走》巡演的北京繁景文化传播有限公司副总经理姚娟认为:“在文化商品化的今天,在抵制媚俗的前提下,市场是检验作品好坏的重要标准。音乐剧制作形式到底该走哪条腿,市场说了算,时间说了算,而不是哪个投资人、制作人或导演说了算。”

如果从国内早期被称为音乐剧的《芳草心》到作曲家三宝创作的《三毛流浪记》,理论上讲中国原创音乐剧已经走过20余年。从中央戏剧学院开办首个音乐剧班算起,国内音乐剧专业教育也已近20个年头。

去年5月,“相约北京”联欢活动发起了“高校音乐剧巡礼”系列活动,每场讲座都聚集了大批首都音乐剧界的从业人员、理论研究者、剧迷等。去年底,文化部艺术司也举办了第四届中国音乐剧发展国际论坛,集合了众多业内人士进行研讨。这两次音乐剧界高层次的聚会都曾围绕什么才是“中国原创音乐剧”进行了激烈的研究和讨论。

某位业内人士透露,除了普遍意义上的音乐剧,目前国内原创音乐剧还存在另外两种有意思的情况,第一种形式是话剧加唱歌,另一种是晚会加歌舞。且不论这两种形式艺术水准如何,究其目的,第一种无非是话剧导演想抢占音乐剧市场,第二种或许是政绩工程,为了花钱而打造辉煌效果。

对于什么是中国音乐剧,演员影子这样认为,国内原创作品都有其特点,难以评判它们的艺术质量,但评判其是否可以称之为好的音乐剧的标准不是所谓的进京汇报演出几场,而是该剧目是否常演不衰,如韦伯的音乐剧《猫》就是典型的例子。

三宝在接受媒体采访时曾说,直到现在他依然没搞清楚音乐剧究竟是什么,“做音乐剧,我还很肤浅,算是个小学生。目前中国观众对音乐剧的了解仍然很少,更没有形成欣赏习惯,观众需要培养,我预计至少还需要50年。”

如果从国内早期被称为音乐剧的《芳草心》到作曲家三宝创作的《三毛流浪记》,理论上讲中国原创音乐剧已经走过20余年。从中央戏剧学院开办首个音乐剧班算起,国内音乐剧专业教育也已近20个年头。

去年5月,“相约北京”联欢活动发起了“高校音乐剧巡礼”系列活动,每场讲座都聚集了大批首都音乐剧界的从业人员、理论研究者、剧迷等。去年底,文化部艺术司也举办了第四届中国音乐剧发展国际论坛,集合了众多业内人士进行研讨。这两次音乐剧界高层次的聚会都曾围绕什么才是“中国原创音乐剧”进行了激烈的研究和讨论。

某位业内人士透露,除了普遍意义上的音乐剧,目前国内原创音乐剧还存在另外两种有意思的情况,第一种形式是话剧加唱歌,另一种是晚会加歌舞。且不论这两种形式艺术水准如何,究其目的,第一种无非是话剧导演想抢占音乐剧市场,第二种或许是政绩工程,为了花钱而打造辉煌效果。

对于什么是中国音乐剧,演员影子这样认为,国内原创作品都有其特点,难以评判它们的艺术质量,但评判其是否可以称之为好的音乐剧的标准不是所谓的进京汇报演出几场,而是该剧目是否常演不衰,如韦伯的音乐剧《猫》就是典型的例子。

三宝在接受媒体采访时曾说,直到现在他依然没搞清楚音乐剧究竟是什么,“做音乐剧,我还很肤浅,算是个小学生。目前中国观众对音乐剧的了解仍然很少,更没有形成欣赏习惯,观众需要培养,我预计至少还需要50年。”

去年,台湾音乐剧《向左走,向右走》在全国巡演了6个城市,总体票房反响不错,尤其广州和深圳票房爆满。对于原创音乐剧的定义,该剧导演黎焕雄也有其自己的理解,他认为音乐剧的概念不能完全西化,当一种艺术形式在遭遇不同文化时,一定会和本土文化习惯、语言习惯、审美情趣产生碰撞,一方面会改变当地观众的审美方式,另一方面也会融入本土文化,形成新的格局。

负责《向左走,向右走》巡演的北京繁景文化传播有限公司副总经理姚娟认为:“在文化商品化的今天,在抵制媚俗的前提下,市场是检验作品好坏的重要标准。音乐剧制作形式到底该走哪条腿,市场说了算,时间说了算,而不是哪个投资人、制作人或导演说了算。”

如果从国内早期被称为音乐剧的《芳草心》到作曲家三宝创作的《三毛流浪记》,理论上讲中国原创音乐剧已经走过20余年。从中央戏剧学院开办首个音乐剧班算起,国内音乐剧专业教育也已近20个年头。

去年5月,“相约北京”联欢活动发起了“高校音乐剧巡礼”系列活动,每场讲座都聚集了大批首都音乐剧界的从业人员、理论研究者、剧迷等。去年底,文化部艺术司也举办了第四届中国音乐剧发展国际论坛,集合了众多业内人士进行研讨。这两次音乐剧界高层次的聚会都曾围绕什么才是“中国原创音乐剧”进行了激烈的研究和讨论。

某位业内人士透露,除了普遍意义上的音乐剧,目前国内原创音乐剧还存在另外两种有意思的情况,第一种形式是话剧加唱歌,另一种是晚会加歌舞。且不论这两种形式艺术水准如何,究其目的,第一种无非是话剧导演想抢占音乐剧市场,第二种或许是政绩工程,为了花钱而打造辉煌效果。

对于什么是中国音乐剧,演员影子这样认为,国内原创作品都有其特点,难以评判它们的艺术质量,但评判其是否可以称之为好的音乐剧的标准不是所谓的进京汇报演出几场,而是该剧目是否常演不衰,如韦伯的音乐剧《猫》就是典型的例子。

三宝在接受媒体采访时曾说,直到现在他依然没搞清楚音乐剧究竟是什么,“做音乐剧,我还很肤浅,算是个小学生。目前中国观众对音乐剧的了解仍然很少,更没有形成欣赏习惯,观众需要培养,我预计至少还需要50年。”

## 蒂凡音乐节管弦乐团开启亚洲巡演

本报 (记者蔡萌)8月5日晚,北京中山公园音乐堂响起了贝多芬交响乐,由以色列、阿拉伯和中东青年人组成的蒂凡音乐节管弦乐团,在著名指挥家、钢琴大师丹尼尔·巴伦博伊姆的执棒下演奏了贝多芬第三和第四交响曲,充满热情和激情的演出感染着现场的观众。此次演出也是该乐团首次亚洲巡演的第一站。

音乐会开始,贝多芬第四交响乐的第一乐章就让观众感到了不同,既没有传统乐团的沉重,也没有年轻乐团的轻佻,观众更多感受到的是音乐的纯洁和干净。“虽然不是柏林爱乐乐团的大牌,但他们发自内心对音乐的热爱,发自内心对和平的向往,通过他们演奏的每一个音符传达出来,让观众能切身感受到,这比有些大牌乐团来的更为真实,更为令人感动。”一位观众这样表示。

蒂凡音乐节管弦乐团是巴伦博伊姆与已故著名学者爱德华·萨义德,在魏玛艺术节的邀请下,于1999年创建的,乐团的成员均来自以色列、巴勒斯坦和中东阿拉伯国家,旨在通过演奏构建起不同文化背景间的对话。在演出前的记者见面会上,巴伦博伊姆这样阐述了乐团发展观:“我们从一开始就没有让乐团成为世界第一名的野心,我们的目标是让音乐家更深入地体会音乐的本质。经过我们在全球各地最重要场所的演出,这支乐团成了欧洲的一个神话,也成了冲突之外的世外桃源。音乐不能解决和平问题,但音乐能够做到把所有的音乐家聚集在一起,可以让以色列与巴勒斯坦和中东各国的音乐家们平等地相聚在一起。”

在开幕式现场,观演嘉宾国家话剧院副院长王晓鹰表示,从大学生身上看到了戏剧的未来,年轻人用戏剧的方式表达了对生活和艺术的犀利的、敏感的观点和态度,希望年轻的朋友能一起分享戏剧带来的快乐。来自台湾的著名导演赖声川说:“很多人问我应该向谁做音乐剧的戏剧,我觉得剧场没有商业与非商业之分,只有戏剧的好与坏之分。在大戏院、制作人或导演说了算。”

莫言用现代视角解读荆轲刺秦,这部剧被特别赋予了强烈的现代感,例如剧中采用了现代的切入方式,演员会时而跳进跳出,台词中更是不时夹杂着现代词汇。对于这些现代元素,导演任鸣认为,这是原著,但莫言在创作过程中对人物行为的动机却做了大胆的推度,进行了大量的改编,“我们的荆轲”并非是所谓的“历史剧”,它其实是一部现代剧。我不希望观众看完后拿这个戏和《史记》作对比,大家看完戏后,就会明白我所

要讲的。”莫言表示,每个人头脑中都有一个荆轲,每个人的灵魂深处都藏着一个荆轲,而这部剧的目的就是要帮助观众发觉属于自己的荆轲。

因此,尽管讲的是历史,这部剧却特别赋予了强烈的现代感,例如剧中采用了现代的切入方式,演员会时而跳进跳出,台词中更是不时夹杂着现代词汇。对于这些现代元素,导演任鸣认为,这是原著,但莫言在创作过程中对人物行为的动机却做了大胆的推度,进行了大量的改编,“我们的荆轲”并非是所谓的“历史剧”,它其实是一部现代剧。我不希望观众看完后拿这个戏和《史记》作对比,大家看完戏后,就会明白我所

要讲的。”莫言表示,每个人头脑中都有一个荆轲,每个人的灵魂深处都藏着一个荆轲,而这部剧的目的就是要帮助观众发觉属于自己的荆轲。

因此,尽管讲的是历史,这部剧却特别赋予了强烈的现代感,例如剧中采用了现代的切入方式,演员会时而跳进跳出,台词中更是不时夹杂着现代词汇。对于这些现代元素,导演任鸣认为,这是原著,但莫言在创作过程中对人物行为的动机却做了大胆的推度,进行了大量的改编,“我们的荆轲”并非是所谓的“历史剧”,它其实是一部现代剧。我不希望观众看完后拿这个戏和《史记》作对比,大家看完戏后,就会明白我所

要讲的。”莫言表示,每个人头脑中都有一个荆轲,每个人的灵魂深处都藏着一个荆轲,而这部剧的目的就是要帮助观众发觉属于自己的荆轲。

因此,尽管讲的是历史,这部剧却特别赋予了强烈的现代感,例如剧中采用了现代的切入方式,演员会时而跳进跳出,台词中更是不时夹杂着现代词汇。对于这些现代元素,导演任鸣认为,这是原著,但莫言在创作过程中对人物行为的动机却做了大胆的推度,进行了大量的改编,“我们的荆轲”并非是所谓的“历史剧”,它其实是一部现代剧。我不希望观众看完后拿这个戏和《史记》作对比,大家看完戏后,就会明白我所

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 共图美国市场

联系人:张萍 电话:010-63704158-226

传真:010-63704198 邮箱:meingbais@163.com

地址:北京市南四环西路188号总部基地十区九号楼

## 海洋迷笛引爆夏日激情

本报记者 李 铮

8月4日到7日,“2011海洋迷笛音乐节”在山东日照海滨开幕。红领巾、海魂衫、滑板、跳蚤市场、飘扬的旗帜、草地上不时出现的帐篷、极具个性的发型和服饰、各式各样的摇滚和民谣争奇斗艳,让现场的乐迷大呼过瘾。在4天时间里,70多支中外乐队齐聚在日照奥林匹克水上公园,共同演绎音乐的魅力风情。

### 电音卡车舞台唱不休

8月4日,在音乐节唐舞台前现场观众热情高涨。当一袭黑色衬衫、灰色短裤外加白色红星帽的中国摇滚界标志人物崔健在舞台上放声歌唱时,所有人都情不自禁跟着节奏摇摆,他带来的《假行僧》、《快让我在雪地上撒点野》、《像把刀子》、《最后的抱怨》、《飞了》等歌曲,让众多观众在崔健的激情演出中痛快过了把瘾。

作为主打“海滩”特色的海洋迷笛音乐节,除了原有的风格多元、阵容强大的唐、宋、元三个舞台的演出之外,还增添了更多电音特色。最早诞生于电子舞台的迷笛音乐节,今年在上海电子艺术节(eARTS)的大力支持下,电子舞台的活动安排和硬件支持上较以前有所突破,更为新颖,在原有元舞台的电子乐演出之外,增加了极富创意的“eARTS电音卡车舞台”,每天下午从海滩缓慢开至音乐节现场,在每晚演出结束后的零点至次日凌晨6点,又在万平口景区附近的演艺广场上继续开派对。

连续4天每天3场,从沙滩到草坪,从白天到第二天日出,来自欧美及京沪最优秀的30余位老辣的中生代DJ和原创型的新生代制作人团队在山东日照碰撞出中国电子乐的最强音。为期4天的电音派对分别以黄、白、蓝、红四种颜色命名每天的主题,从音乐风格的丰富性和阵容的多样化变化中,看见了中国电子音乐突飞猛进的发展。

### 保持商业与艺术平衡

然而面对国内日益火爆的音乐节市场,每个音乐人保持着清醒的认识。针对国内摇滚乐的现状,“缺乏互动”是崔健直言不讳

的看法。在崔健看来,在中国,很多买票来看摇滚的观众仅仅是为了看热闹,缺乏的是与摇滚乐产生共鸣的互动。他表示,目前中国的摇滚乐人应该关注如何在商业化与保持音乐风格间保持平衡,一味保持风格终将走向曲高和寡,而过分商业则必然陷入庸俗。在当前这样一个浮躁的社会,崔健认为摇滚乐不是观众表面欣赏到的发牢骚、愤怒的怒吼,而是摇滚乐真正敢于面对自己的内心的诚实。

当被问到摇滚乐该如何面对当今流行音乐的冲击时,作为中国第一支重金属摇滚乐队的唐朝乐队主唱丁武表示,期望通过更多演出的机会与乐迷们进行互动,增进相互的理解,希望观众不要用片面、偏激的态度对待摇滚,“大环境我们无力改变,我们只能把自己的音乐做好,能坚持多久就坚持多久!”丁武说。

面对国内日益增多的音乐节,乐队是如何选择演出呢?唐朝乐队表示,他们将音乐设备的效果放在首位。鼓手赵年也表示赞同,“像我们这种音乐,如果没有好的设备,效果根本不出来。”其次是对音乐节的组织和安全保障措施也十分的关注。

### 提高安全系数

鉴于近期海外音乐节发生的意外,针对音乐节上的现场安保和舞台安全,主办方迷笛演出公司常务副总经理单蔚表示,此次海洋迷笛音乐节现场安保人员增加到了近450人,除了严格按照公安消防要求搭建舞台外,举办期间每天都加派一次舞台。同时,为了应对意外的意外,现场除了配备消防车、救护车,主办方还提前与当地几家医院联系,设置了应急床位;如果遇到暴雨等天气问题,音乐节会考虑暂停演出,确保人员安全。这次的“梅花”到来,迷笛乐迷,并且做好了充分的准备。

此外音乐节主办方还提前培训了当地100多名大学生志愿者,负责维持现场秩序,当地交通管理部门也派出50人负责现场交通疏导。



“2011海洋迷笛音乐节”现场观众拉圈

暑期到来,许多孩子兴奋地涌进北京中山公园音乐堂,参加每年如约而至的“打开艺术之门”暑期艺术节,这扇门已经开启了17年。17年来,不管其他演出票价涨到数百元,还是上千元,“打开艺术之门”的每场演出始终保持几十元的低票价。

### 坚持低票价多年不涨

7月17日下午,天气有些闷热,中山公园音乐堂却是一派清新的感觉。77岁高龄的指挥家杨鸿年,带领中国国家交响乐团附属少年及女子合唱团,为观众带来了一场世界名歌童声合唱音乐会。杨鸿年的现场讲解生动有趣,小观众们听得全神贯注。

这个暑假,像这样的场景几乎每天都在音乐堂上演,指挥家杨鸿年更是“打开艺术之门”的老朋友。“从第一届到如今,我们共同走过了17年。”他回忆说。往年,他基本上演出两场,今年则加演一场。不过,这位指挥家从音乐堂拿到的演出费却一直都没有改变。他淡淡地说:“其实也有其他演出商和演出机构邀请我去,演出费比音乐堂高一倍,但我还是乐意在这儿给孩子们演。我始终觉得,孩子们的今天就是艺术的明天。”

17年来“打开艺术之门”的票价最低10元,最高100元,在音乐堂1400多个座位上,50元以下的低价票占一半以上。今年“打开艺术之门”的票价新划为20元、40元、60元、80元、100元5个档。“在

## “艺术之门”为何17年不涨价

李红艳 巩育华

这之前,我们一直是10元、30元、60元、90元、100元5个档,后来发现90元的不好卖,因为观众觉得和100元就差10元,还不如买100元的。现在的档位,80元和100元相比,差20元,很多观众可能就会选择80元的了。另外,最低票价涨到20元,也只是为了使每档之间的差价都是20元,更加平衡一些。”音乐堂副总经理程晶解释说。

### 一本账:算上场租准赔本

其实音乐堂不是没动过涨价的念头。音乐堂总经理徐坚表示:“水电费以及节目制作费、海报印刷费等,都在逐年增长,我们也几次考虑涨价,最终都不了了之,主要还是不忍心。我们总在想,如果我们涨价了,也许就会把很多孩子拒之门外了。”

对于像杨鸿年这样十几年来一直坚持在音乐堂演出的艺术家,音乐堂更是心怀愧疚。“我们特别感谢他们对‘打开艺术之门’所做的贡献。”徐坚说,“近些年来,北京演出市场红火,艺术家们的出场费普遍有所增长,他们如果到别的地方去演出,可能会挣到更多的演出费。虽然我们也适当地给他们涨一些演出费,不过真的只是象征性的,多了我们难以负担。”

展剧场等规模较大的演出场所不同,音乐堂的经营路线基本上是“小项目,小投入,小产出”。徐坚算了一笔账:去年的“打开艺术之门”,52天内推出61场演出,共计收入约300万元,再加上北京文化艺术基金会和品牌的赞助费100万元,总共收入约为400万元。刨去约300万元的成本——艺术家、院团的演出费,制作节目、海报的宣传费,以及水电等等费用,他们最终剩下100万元左右。“这其中还没算场租成本,因为音乐堂是我们自己的。如果按照通常的成本核算方式,‘打开艺术之门’完全是个赔钱项目。”

近年来,北京很多演出场所的场租都在攀升,音乐堂就算只是坐收场租,也会过得不错。“音乐堂现在场租是一场6万元,以30场计算,我们就有180万元的净收入。何况‘打开艺术之门’一般都是跨年演出,总得有五六十场演出,要是按场子算,那得好几百万!”而“打开艺术之门”卖多少票也赚不了这么多钱啊!”徐坚笑着说。

当然,如果能拉到赞助是再好不过的事了,因为赞助商通常会消

面,有些商家对音乐堂提出的回馈要求音乐堂难以实现。“例如,有的商家要求我们在演出间隙播放他们的宣传广告,商业味太浓,我们做不到!”

### 企业主动包场遭拒绝

如今的“打开艺术之门”已经在市场和观众心中立稳了脚跟。随着演出场次的增多,演出内容的丰富,活动项目的拓展,以及演出票价的低廉,“打开艺术之门”开始逐渐积累起深厚的人气。

如果说创立一个品牌不容易,那么,维护一个品牌更需要耐心、毅力和智慧。今年,有企业找上门来,想包几场“打开艺术之门”演出,作为对员工的福利。对很多演出机构来说,这可是好事情,来钱快,又省事。但是,音乐堂却不领情。“要是包了,那普通观众想看就没有票了,最终我们决定如果场档期允许,就临时加场,一场给企业,一场针对普通观众。如果档期不允许,那就只能拒绝企业了。”徐坚说。

类似“犯傻”的举动,音乐堂还有不少。比如,“打开艺术之门”的票价已经很便宜了,使用会员卡不打折也无所谓。不过,出乎很多人意料,使用会员卡

五折,即使是10元、20元的最低票价,一位刚买完票的家长,一边把会员卡收回包里,一边连连感叹:“真没想到还能打折,虽然是几块钱、十几块钱的事,但这是一种态度,让人感觉很实在、很舒服。”

“打开艺术之门”在细节方面的考虑也很多,由于最低票价数量有限,而抢购的观众又很多,音乐堂的票务人员特意选在午夜零点放票。“我们觉得这样做对公平一些,因为如果白天放票的话,很多上班族根本没时间来购票。”票务人员解释说。

“我们希望通过一点一滴的努力,累积观众群,培养观众主动观看演出的意识。”徐坚说,“我们的观众,大致说有一半是新观众,一半是老主顾、回头客。这样的结构很稳定,出票率也相对平稳。”