

《断桥》从一个侧面反映了目前本土音乐剧巡演之路的现状:充满热情的业内人士执着地开拓市场,在巡演途中一次次提升剧目,适应不同的演出场地对剧目进行修改;观众有很高的观演热情,却不肯掏钱买票,以至于演出推广单位只能通过找赞助降低成本。

走在巡演路上的中国音乐剧

——来自二三线城市音乐剧演出的样本调查

本报记者 魏瑞艳

目前的演出市场,音乐剧是商演的一种热门形式,全国巡演是营销追求的一个重要目标。据记者近七八年来的观察,几乎每一部本土音乐剧走向市场时都有着全国巡演的打算,然而能够真正实现巡演的音乐剧少之又少。正因为中国音乐剧巡演的艰难,有些案例所经历的故事与探索的经验尤显可贵,值得业内关注。

巡演比预想的难

《断桥》是正在全国巡演路上的一部原创音乐剧,也是目前本土音乐剧中商演场次较多的一部,自去年9月15日在杭州剧院首演以来,已在浙江、上海、江苏、四川、广西、辽宁、吉林、山东等地巡演了近60场,其中既有一线城市,也有二三线城市。

开始巡演前,《断桥》已将营销渠道铺垫得不错。在去年6月的《断桥》剧组成立新闻发布会上,演出市场三大联盟的领头人——北方剧(院)场联盟理事长李长青、西部演出联盟理事长彭家攀、东部剧院联盟会长柯朝平,与剧组达成首轮80场的演出合作意向并现场签约。剧目未排、营销先行的生产模式,让人对该剧的巡演充满期待。

“然而,该剧一年来的巡演之路走得并不像预期那样容易,在一波三折中充满酸甜苦辣。”知情者告诉记者。做过巡演的人都知道,在目前国内演出市场中排演

出路线是件多么费心思的事。“从成本上考虑,每个演出点的演出场次越多越好,两个点之间的距离越近越好,而且点与点之间的时间要衔接好,时间太紧会影响装台,太松会加大承接方对演职人员的接待负担。可如果不在统一经营的演出院线里排巡演表,就会有更大的变数。”有经验的业内人士不止一次对记者抱怨说。

《断桥》的演出路线究竟排过多少次?只有他们自己知道。据记者了解,有预排了没有演成的,也有预排外演出了的。巡演排表的变化,折射的不是巡演受阻,就是喜遇新的橄榄枝。但如今演出市场现状是受阻多,橄榄枝少。

根据巡演地条件调整演出

按照国外经验,音乐剧适宜在较大城市进行驻场演出或巡演,可在国内,只有原创音乐剧《金沙》实现了在成都的长期驻场演出,以游客来支撑观众来源,去年演出市场的热点剧目本土版音乐剧《妈妈咪呀!》也只是实现了一段时间内的上海、北京、广州驻场演出。《断桥》最终追求的目标是驻场演出+国内外巡演,但现在所走的是一二三线城市“通吃”的巡演路子,在条件很差的剧场和几十个座位的体育馆都演出过。

已经接演了七八部音乐剧的演员喻越坦言,她渴望在舞美及观演条件较好的情况下演出,因为演出效果会提高。随《断桥》

来到二三线城市时,尽管演出条件不尽如人意,但观众给予的热情令她难忘。“在华西村的演出,整个剧场几乎被挤爆了,加板凳的、站着的、蹲着的观众都有,中间的掌声和热情更不用说了。印象深刻的是谢幕时灯光暗场,看见观众席的前二三排都是花白头发,眼里含着泪水的爷爷奶奶辈。我低下身去问候一对老夫妻,得知他们已经共同走过了60个年头,有着和剧中男女主人公同样纯真的爱情故事,而这是他们近20年第一次看演出。”喻越越说。

“跟《断桥》走了大半年,其间很多情况是生活在上海的专业音乐剧演员无法预料的。受各地剧场条件限制,我们不断调整演出形式,以适应不同演出场地的要求。”演员江南告诉记者,在四川自贡体育馆演出时,舞台是临时搭建的,没架设吊杆,灯光都挂在搭好的龙门架上,吊景、多媒体纱幕不能运用。抢妆间是几个道具箱拼凑的,照明不好,化妆师几乎完全凭借以往经验摸索进行,一段时间内的上海、北京、广州驻场演出,两次小小的延误都被他巧妙挽救。四川达州的舞台情况比自贡体育馆还棘手:断桥道具架在舞台中间动弹不得,吊杆已被剧场原有设备占满,灯光和吊景都装不上去。但晚上演出必须进行,只能对表演的调度、台词进行修改:桥不能动,人动;灯光效果

不好,靠演员张弛有度的表演。“每个部门都在尽全力适应这些变化,演出依然受到观众欢迎,比如自贡的演出结束时出现了观众长达半个小时的掌声,让演员们都流了泪。”江南的话表达了剧组人员的心声,“无论条件多艰苦,只要你全力投入表演,观众就会被感染。舞台有魔力,当你得到观众肯定,所有的艰辛会烟消云散。”

准备打持久战

据记者了解,《断桥》在二三线城市的演出平均上座率达到95%以上,且常出现观众不散的场景。这些观众是如何走进剧场的?音乐剧制作人梁卿告诉记者:“二三线城市的演出承办方往往直接与企业等单位对接,以庆典或者答谢客户的形式做演出,以企业包场为主,观众基本不买票。但部分二线城市包场与窗口售票并行的形式也有成功案例,如四川自贡体育馆内的两场演出,适逢自贡电视台成立庆典,80%的票由电视台买走,剩下的20%留在窗口出售,由于演出场地在高校附近,有一定宣传,很多大学生以优惠票价买票,每场观众达到4000余人。”

梁卿现在每天工作十几个小时,常在排练和装台时熬通宵,从他的微博就能知道他在巡演路上如何忙碌——继续提高剧目质量,培训年轻演员,联系承办方演出事宜……但他说,非常珍惜这

难得的成长机会,再苦也乐于承受。梁卿形容《断桥》的巡演是苦行僧式的演出——为了扩大影响,增强团队实战能力,只要有地方愿意接演,不论剧场情况如何他们都会想办法调整方案去演,“因为二三线城市市民也是未来中国音乐剧的重要受众。”梁卿说。

在《断桥》剧组,像梁卿这样执著的人不止一个。杭州剧院总经理柯朝平是该剧巡演得以实现的重要操盘手,他将《断桥》视为自己的孩子,爱之深切。据介绍,《断桥》准备打持久战:首先,立足国内,争取在各省市区展开巡演,今年下半年的预定场次已基本排满;其次,面向世界,逐步走向海外与境外——7月将赴韩国演出,12月赴中国台湾,明年将赴日本、欧洲等地。第三,争取在杭州驻场演出,与各地巡演相结合,实现“两条腿走路”。

谈到巡演的运营体会,柯朝平说,前阶段的巡演依托了中国东部、西部、北方三大剧院联盟资源,演出场次有一定保障,尤其是一些演出商以外的人员在现场观摩后相继邀约,给巡演锦上添花。音乐剧进入二三线城市演出票价不能定高,但票价太低又无法回收成本,所以在剧目没有形成品牌影响力之前,只能找企业冠名包场。需注意的是,要有多套方案应对不同剧场和突发状况,每地演出要靠当地演出运营商和剧场来运营执行,否则很难成功。

演艺资讯

巴黎举行第二届中国曲艺节

据新华社消息 (记者唐睿) 6月18日,第二届巴黎中国曲艺节在塞纳河畔的巴黎中国文化中心拉开帷幕。中国相声表演艺术家、中国曲艺家协会副主席姜昆以讲、演结合的方式,向法国观众介绍了中国曲艺的历史、特点和现状,讲解中穿插了两位法国朋友的相声、中国艺术家的评弹和青海花儿以及姜昆本人的即兴表演。

据介绍,本届曲艺节的高潮是6月19日的演出,包括中国少数民族曲艺的7个曲种——月琴弹唱、白族大本曲、白族绕三灵、布朗弹唱、傣族章哈、青海花儿、恩施耍耍以及苏州弹词、哑剧小品和中国民歌共10个节目。

“对于中国的传统艺术,比如评弹,法国观众虽然听不懂,但仍

会静静聆听,这令人感动。虽然存在语言障碍,但喜爱相声的法国观众越来越多,这说明文化的作用是春风化雨、潜移默化。”姜昆说,“外国观众可以通过我们的节目看到这些艺术形式在中国的生存状态,了解中国目前文化的发展和繁荣。让不了解中国的外国人来看一看台上的演员,看一看来自最基层的演员们如何用中国老百姓最土的艺术——民间说唱、曲艺艺术,来表现老百姓自己的生活和精神状态——这就是我们的中国,我们的民族,我们的今天,我们的文化。”

本届曲艺节由巴黎中国文化中心、中国曲艺家协会、《欧洲时报》与法国华商会联合主办,是第二次在法国举办的大型中国曲艺活动。

儿艺《青蛙王子》探讨友情和幸福感

据新华社消息 (记者白滨) 中国儿童艺术剧院的新作《青蛙王子》日前在北京建组,这是继《伊索寓言》、《小王子》之后,中国儿艺“假日经典小剧场世界经典童话年”的第三部作品。

据编剧慕星介绍,此次改编的《青蛙王子》仍然以原著中小公主丢金球,青蛙王子找回金球为线索,但是从中提炼出了新的主题。“在原著中能看到爱情、亲情、诚信,

我们提炼出了‘朋友’和‘幸福感’这两个词。剧中加入了很多有趣的富有想象力的情节和台词,比如青蛙王子真心真意将他精心收藏的300条蚊子腿作为礼物送给他心目中最好的朋友小公主。”慕星说。

《青蛙王子》是格林童话中的第一个故事,与《灰姑娘》、《白雪公主》、《睡美人》等齐名,美国迪斯尼公司曾将其拍摄成电影,由埃兰·阿库什导演。

“男巫”杰森·玛耶兹首登中国内地

本报讯 (记者于帆) 第52届格莱美最佳男歌手得主杰森·玛耶兹(Jason Mraz)全球巡演日前登陆中国内地,于6月12日和16日14日分别在北京工人体育馆和上海大舞台举办了演唱会,这也是杰森·玛耶兹第四次全球巡演的第三站和第四站。

据演出主办方歌华莱恩介绍,被歌迷们称为“男巫”的杰森·玛耶兹以现场表演著称,曾两获格莱美奖,6次获得格莱美提名,是当代最具天赋的流行民谣歌手之一,他于2008年发布的第三张专辑《We Sing, We Dance, We

Steal Things》在21个国家被认证为金、白金和多白金专辑,其主打歌曲《I'm Yours》(《I'm Yours》)是美国作曲家协会2010年度最佳歌曲,并保持了美国公告牌Billboard单曲榜上榜时间最长的纪录。

据了解,“男巫”北京演唱会当晚吸引了1万多名歌迷到场,在100分钟的时间里,杰森·玛耶兹共演唱了包括《I'm Yours》、《I Won't Give Up》、《Lucky》等在内的20多首作品,并尽可能赋予了歌曲全新的编曲和表现形式,而返场曲《I'm yours》更是引发全场大合唱。

多明戈携弟子在京开唱

本报讯 近日,多明戈世界歌剧声乐大赛首次中国站比赛落下帷幕。作为此次大赛战略合作伙伴的北京华彬集团特邀请歌剧之王普拉西多·多明戈以及本次大赛的6名获奖者,于6月13日在华彬歌剧院共同献上了一场高水平音乐会。

据了解,多明戈世界歌剧声乐大赛由世界三大男高音之一多明戈创立,旨在发现当今和未来最优秀的年轻歌剧新秀,华人歌唱家和慧、廖昌永、孙秀苇都曾

在此项赛事中脱颖而出,刚刚在北京落幕的是第20届比赛决赛。

2008年,多明戈受邀担任华彬歌剧院的艺术顾问,参与创立了“华彬亚洲青年艺术家培训计划”。此次6名获奖者也受邀成为该计划的成员,将在未来4年获得与多明戈学习交流的机会。演出当日,多明戈还受聘担任了华彬文化基金会的文化大使,以帮助中国经典传统艺术走向世界,也把西方更多优秀剧目带给中国观众。(周志军)

北京广德楼戏园上演《牡丹争春》

本报讯 6月16日,庆祝北京曲艺团成立60周年系列展演之二《牡丹争春》——北京曲艺团牡丹奖获奖者演唱会,在北京广德楼戏园上演。

本次演出集合了单弦、京韵大鼓、梅花大鼓、河南坠子、铁片大鼓等多种表演形式,牡丹奖表演获奖者轮番上阵:沈洋的一曲河南坠子《穆桂英挂帅》获得满堂喝彩;李想的一段

高亢激昂的京韵大鼓《击鼓骂曹》将“女为悦己者容,士为知己者死”的知己难觅讲述得淋漓尽致;杨惠乔运用巧派坠子“俏口”的演唱技巧唱出河南坠子《借板凳》……

“中国曲艺牡丹奖”是由中国文联和中国曲艺家协会共同举办的全国性曲艺艺术专业奖项,是曲艺界的最高奖,北京曲艺团有多人获得该奖。(微文)

6月9日,来自波兰的DagADaNa乐队在北京798艺术区“玫瑰之名”艺术中心举行了一场融合东欧民乐、爵士和电音的专场音乐会。该音乐会由朝阳流行音乐节常态化演出的首次尝试。原朝阳流行音乐节在每年“五一”期间举办,此次主办方尝试邀请世界优秀演出团体在节假日为京城歌迷奉献精彩演出,将音乐节常态化,丰富人民群众的日常生活。本报记者 卢旭 摄影报道



“情暖农运会”音乐会举办

本报讯 由第7届全国农运会南阳市筹委会主办、南阳电视台协办的《敬礼国旗 情暖农运会》音乐会,近日在河南南阳体育馆举办,以迎接第7届全国农运会倒计时100天。

音乐会在赞美国旗、祝福祖国的歌声中拉开序幕,中国武警总部政治部文工团青年歌唱演员

子祺担纲本次音乐会的主唱,她以《红旗飘飘》、《启程的好日子》等歌曲把全场观众带入了浓浓的爱国情怀之中。

子祺有着纯朴的女中音,音域宽阔、音调浑厚,曾多次参加中央电视台春节联欢晚会、文化部春节联欢晚会和公安部春节联欢晚会。(李弘)



6月16日晚,由北京第二实验小学的小学生们主演的大型校园童话舞剧《天鹅湖》在北京亮相。新华社发(李青山摄)

演艺论语

剧场要为百姓而建

赵乾海

据有关媒体近日报道,吉林省政府决定加强大众剧场建设,要加大投入修复、重建基层影剧场所,包括乡镇破旧的老建筑。笔者认为此举不仅让公共文化设施投资回归了大众,而且也是文化惠民政策真正落到实处的体现。

曾几何时,一股剧院建设攀大求洋风席卷大地。据不完全统计,全国现有100多个大中小城市新建了投资在亿元级别的大剧院,总投资超过了1000多亿元。比如,苏北一个经济并不富裕的县级市耗资7亿元,建设了近6万平方米的大剧院,用10公斤黄金装饰大幕以示金碧辉煌,用钢结构代替常年闲置的窑洞,即使是北京这样的文化中心,完全靠演出赢利的剧场也为数不多。在城市化高速发展过程中,建设与其相适配的文化场馆设施本无可厚非,可是美其名曰的“提升城市文化品位”和如此攀大求洋的做法,实际反映的是一股文化面具之下的面子工程之风。在这股风潮之下,某些地方的城

江苏大剧院。有调查显示,这些高、大、全式的剧院全部采用高耗能、高耗材的建筑形式,使文化设施建设投资金额迅速攀升。这些本来属于公共文化服务场所的建筑,却大多建在远离居民区的城市新区,有的尚未通公交车,交通极为不便。盲目追求豪华甚至奢华的结果是使剧院丧失了使用机会与实用功能,造成了极大的文化资源浪费。如江西某市斥资1.6亿元建设了一组包括汤显祖大剧院、博物馆、图书馆、文化广场的建筑群,但剧院建成后遇冷,连正常运转都无法维持。而就全国看,也有很多剧场处于常年闲置的窘境,即使是北京这样的文化中心,完全靠演出赢利的剧场也为数不多。

在市场化高速发展过程中,建设与其相适配的文化场馆设施本无可厚非,可是美其名曰的“提升城市文化品位”和如此攀大求洋的做法,实际反映的是一股文化面具之下的面子工程之风。在这股风潮之下,某些地方的城

市文化服务体系的建设偏离了城市文化发展的本质和规律。文化建设本应体现公众的参与性,服务于广大国民的精神需求,文化场馆也应该真正成为大众吸收文化营养、享受文化成果的福地。面对众多奢华文化场所“重兴建,轻使用”和重为“名”建设,轻为“民”建设的现象,文化主管部门不能熟视无睹与袖手旁观,要从培养高度的文化自觉和文化自信入手,始终保持清醒的头脑。

其实,要保证群众的基本文化需求,完全可以在中小城市尤其是小城镇建设方便市民就近能享用的平民化剧场。眼下,豪华大剧院的演出票价动辄数百元甚至上千元,剧场要价太高,一定程度上把大部分观众挡在了门外。观众更需要的是能被他们接受的平民化中小型剧场,因此,剧场规模不是越大、越豪华越好,没必要拆除原剧场而新建剧场,应考虑改造现有剧场,“谁来建剧场、谁来经营剧场、应建多少剧场”这些问题应引起更多人关注。



文化产业总裁高级研修班

(立项号:112560569)

文化引领未来,学习汇聚人脉!
搭建以文化产业为中心的融智、融商、融资平台!

开课时间:7月18日
文化与商业对接
以敏锐的商业战略,探寻新经济下文化产业发展路径;
文化与管理对接
以先进的国际化管理方法实现文化企业的快速发展;
文化与品牌对接
以多元化品牌策略,提高文化企业的市场影响力;
文化与科技对接
以创意的文化内容和前沿的科技手段,实现文化全产业链开发;
文化与资本对接
以多样的融资渠道和资本运作手段扩大文化企业发展平台。
教学形式:产业专题研讨+总裁班精品课程+文化产业沙龙+文化项目交流考察+文化产业年度论坛
课程咨询:010-62798379 13910773617 赵老师
同期热招项目:商品展示陈设高级研修班(立项号:1125639078)
主办:清华大学继续教育学院
咨询与投诉电话:400-818-0909
官方网站:www.sce.tsinghua.edu.cn