

音乐剧《文成公主》：

剧场演出只是个开始

本报记者 苏丹丹

10月10日，大型史诗音乐剧《文成公主》亮相国家大剧院。这部在策划之初就受到广泛关注的音乐剧获得了业内人士的一致好评。“这部音乐剧创下了国家大剧院建成以来的几个‘之最’：灯光舞美最复杂、演员服饰最华贵、表演场面最壮观、谢幕时间最长久。”一位业内人士在观看之后这样评论。

值得一提的是，创造了4个“之最”的《文成公主》从剧本创作到排演仅用了3个月时间。3个月、4个“之最”，《文成公主》的创作团队是如何实现创作上的突破？有什么样的后续规划？音乐剧的产业链又将如何开发呢？



《文成公主》在国家大剧院演出

全盘规划 大胆创新

音乐剧《文成公主》是由山水盛典文化产业有限公司策划推出。这家公司曾在多部作品上有艺术形式的突破，我国首部实景演出的作品《印象·刘三姐》就是由其创作。对于这一次的音乐剧《文成公主》，很多观众同样觉得表现形式很新颖，虽是音乐剧，但也有歌剧的风格。据公司主创人、音乐剧《文成公主》总导演梅帅元表示，现在的艺术没有一成不变的格式，可以跨界，可以交融，对于创作团队来说，最需要的就是敢于创新和突破。《文成公主》这种独特的呈现形式就是团队大胆创新的成果。

对于一部音乐剧的运营，做到大胆创新，找准定位还不够。据主创团队透露，这次《文成公主》在国家大剧院的成功首演只是整体规划的第一步。该剧制作人是王康宏表示，主创团队在开始创作的时候就已经提出了一个完整的计划，这个计划包括几种演出形式的设计：剧场版演出、巡演、实景演出，甚至是驻场演出，至于在哪个城市驻演，创作团队都有研究。另外，配套的营销宣传策略和衍生品的开发也都在全盘考虑之内。

“我们一直试图在歌剧和音乐剧之间，在实景演出与舞台演出之间，以及在很多艺术门类及其表现形式之间寻找出一条路，希望能找到一种恰当的呈现方式。虽然最后将《文成公主》定位为音乐剧，但是显然这次是跨界了，表现形式介于歌剧和音乐剧这两种艺术形式之间。没有按照传统的格式来做，我们的观点是不管有没有严格遵循形式，只要

剧本本身好看就行。因为歌剧、音乐剧的形式都来自国外，在表现我们本土的文化尤其是藏文化时不一定适合。”山水文化公司负责人、音乐剧《文成公主》总导演梅帅元表示，现在的艺术没有一成不变的格式，可以跨界，可以交融，对于创作团队来说，最需要的就是敢于创新和突破。《文成公主》这种独特的呈现形式就是团队大胆创新的成果。

对于一部音乐剧的运营，做到大胆创新，找准定位还不够。据主创团队透露，这次《文成公主》在国家大剧院的成功首演只是整体规划的第一步。该剧制作人是王康宏表示，主创团队在开始创作的时候就已经提出了一个完整的计划，这个计划包括几种演出形式的设计：剧场版演出、巡演、实景演出，甚至是驻场演出，至于在哪个城市驻演，创作团队都有研究。另外，配套的营销宣传策略和衍生品的开发也都在全盘考虑之内。

好剧是根本 营销很关键

文成公主赴藏和亲、传播先进生产力、促进汉藏民族融合的全盘规划

故事家喻户晓。音乐剧《文成公主》就是为观众讲述年仅16岁的文成公主带着书、技工、牲畜经过漫长的3年从长安行走到西藏拉萨的故事。整个剧没有激烈的戏剧冲突，冲突是来自于剧中人物的崇高与观众现实世俗心理。梅帅元介绍，《文成公主》其实是在讲一个行走的命题。这种人类共同的哲学命题的挖掘和大爱情怀的展示使得这个剧本本身透露出一种文化品质，这也是能打动观众的原因。

“我们在努力将音乐剧做得有艺术水准，有商业价值，有观赏性，这是出于对音乐剧艺术的尊重，也是出于对观众的尊重。当然

一次对《文成公主》的宣传，主创团队也进行了一番精心策划。《文成公主》的营销宣传充分发挥了网络微博等一些新媒体的作用。据了解，早在剧本创作之初，工作人员就建立了剧目的相关微博，每天发布创作进展以及演员排演的一些故事，达到未演先热的效果。除了利用微博这样的新媒体，他们还将拍摄关于音乐剧《文成公主》纪录片，以达到更持久的宣传效果。

开发产业链 挖掘剧作背后价值

在记者采访过程中，“如何开发产业链”是《文成公主》的主创

人员最常提及的。开发剧作的产业链在音乐剧、戏剧领域并不多见，可以说这个行业对产业链的开发应该还处于起步、摸索阶段。这次《文成公主》的创作团队提出将深度挖掘剧作背后的商业和文化价值。

“《文成公主》亮相北京只是个开始，后续的产业链开发将是我们下一个重点。目前已经有了一个完整的想法。”梅帅元介绍，首先，对这部戏我们将会“一剧两用”，先是进行剧场演出，下一步计划在17个城市进行巡演，另外还要在拉萨布达拉宫对面进行实景演出，将此剧打造成拉萨的一个文化演出的重点剧目之一；再者是，这部戏将丰富多样的藏族文化融入其中，民族服装、藏戏、舞蹈、唐卡等西藏的标志性元素都有展示，这让更多的人有机会目睹和接触到西藏的文化和工艺品。我们计划在巡演的城市建旗舰店，专门售卖西藏的纪念艺术品、工艺品以及演出的衍生品；另外，还有对演出衍生品的开发，《文成公主》中的服饰和道具都是经过特别设计，非常考究，这主要就是为其后续的衍生产品开发考虑的，目前我们已经有一些产品的设计开发。

王康宏表示，音乐剧是文化，但也是产业，我们把文化当成产业做，深度挖掘《文成公主》的产业链，开发衍生品其实是在做文化产业的事。



10月14日，由中国戏曲学院与美国马里兰大学联合制作的舞台剧《仲夏夜之梦》在北京中国戏曲学院演出。该剧中美演员各半，分别用汉语和英语叙述故事和刻画人物，同时该剧融入了中国戏曲的表现手法和美式话剧的先锋元素，这种中西戏剧融合的演出样式不仅为演出带来了更大的探索空间，也带来了有趣的观赏效果。

《仲夏夜之梦》是英国剧作家威廉·莎士比亚青春时代最为成熟的喜剧作品，讲述了有情人终成眷属的故事。图为演员在剧中表演。

新华社发(李方宇 摄)

布赫宾德把“贝多芬”带进三里屯

本报讯 (记者蔡响)10月13日至20日，被认为是当今演绎贝多芬钢琴作品的最佳人选，并刚获得德国回声音乐大奖“2012年度最佳钢琴家”称号的奥地利钢琴家鲁道夫·布赫宾德，在北京三里屯橙色大厅为北京观众演奏贝多芬全套32首钢琴奏鸣曲。

作为第十五届北京国际音乐节最值得关注的重头戏之一，钢琴大师布赫宾德将以7场音乐会演绎贝多芬《悲枪》、《热情》、《告别》、《华尔斯坦》、《月光》等全套贝多芬钢琴奏鸣曲作品。据悉，到目前为止，布赫宾德已在慕尼黑、维也纳、汉堡、苏黎世、布宜诺斯艾利斯等40个城市

演出过贝多芬全部32首钢琴奏鸣曲，但此前他还从未在亚洲完成过这一宏伟计划。北京国际音乐节节目总监涂松向记者介绍：“当年我在维也纳和布赫宾德大师一拍即合，他对来中国演奏32首奏鸣曲有着很大的兴趣，这次演出后大师将完成他在五大洲演绎贝多芬奏鸣曲全集的梦想。”

往届北京国际音乐节大多把保利剧院等剧场作为主要演出场地，而今年主办方独出心裁，以京城时尚文化风向标三里屯VILLAGE橙色大厅作为重要演出场所，让普通观众能更直接地接触和感受到古典音乐的魅力。

综艺演出《信》首次亮相国话剧场

据新华社消息 (记者白斌)由国家话剧院出品的主题综艺演出《信》，在经历4年百场的“三下乡”演出后，10月14日晚首次亮相国话剧场，作为献礼剧迎接党的十八次召开。

演出中，体现“信心”的小品《心灵》将舞蹈、哑剧融入剧情；体现“信念”的情景广播剧《深山信使》和体现“信赖”的小品《小河淌水》一庄一谐，相得益彰；体现“信任”“信仰”“诚信”等在当今社会亟待呼唤的“信”精神。

紧贴上海世博会背景，关注了劳动力输出地区的留守家庭；体现“信心”的短剧《希望的田野上》讲述了经济危机背景下厂长与员工顽强奋斗、共度时艰的故事。

据演出制作人刘铁钢介绍，主题综艺演出《信》成型于2009年，虽已演出4年，但仍能吸引众多明星加盟，其原因正在于每个节目都巧妙地体现出了“信心”“信任”“信仰”“诚信”等在当今社会亟待呼唤的“信”精神。

英国创新木偶剧《桌子》将在华上演

本报讯 10月23日至28日，作为2011年爱丁堡新潮流戏剧展佳作之一的英国木偶剧《桌子》将在北京上演，并于30日至31日移师上海。

该剧由英国盲顶剧团(Blind Summit)创作，是一部由操控师与木偶共同于前台表演的创新型木偶剧，一改过去隐藏木偶操纵者来制造木偶自己活动的做法，真实呈现出道具与操纵师间的关系，操控师在精确控制玩偶肢体的同时，通过表情和声音影响木偶的表演，戏剧化地表现出剧中人物的多重人格，使观众得以“看”到一具具木偶在大笑、在蹙眉或在抽泣。

盲顶剧团由尼克·巴恩斯和马克·当于1997年创建，主要演出专为成年人打造的新式木偶戏剧，贝克特、塞缪尔式的黑色幽默和北欧极简风格是其标志性艺术风格，曾在2008年参加首届英国新潮流戏剧展，到中国献演了《低处生活》(Low Life)、《桌子》是该剧团的第8部原创作品。

该剧由英国盲顶剧团(Blind Summit)创作，是一部由操控师与木偶共同于前台表演的创新型木偶剧，一改过去隐藏木偶操纵者来制造木偶自己活动的做法，真实呈现出道具与操纵师间的关系，操控师在精确控制玩偶肢体的同时，通过表情和声音影响木偶的表演，戏剧化地表现出剧中人物的多重人格，使观众得以“看”到一具具木偶在大笑、在蹙眉或在抽泣。

国际戏剧季开幕在即

《图兰朵》招募小演员

本报讯 10月18日，国家话剧院第五届“国际戏剧季”——华彩欧罗巴将在国话剧场开幕。有9部世界优秀剧目将在国话剧场、国话小剧场以及国话先锋剧场进行演出。来自俄罗斯的《图兰朵》将作为本届“国际戏剧季”的开幕之作，在10月18日、19日为中国观众演绎一场撼动人心的爱情故事。

本次《图兰朵》来京演出，国家话剧院还专门面向全社会公开招募小演员。据了解，最终通过招募选拔的8名小演员将接受为期1至2天的专业戏剧训练，并且在“国际戏剧季”期间随《图兰朵》登上国话剧场的舞台。自9月份消息发布以来，众多家长纷纷来电咨询并踊跃报名。国家话剧院本次的公开招募，为广大喜爱戏剧表演的小朋友提供了一个专业学习戏剧知识、体验戏剧艺术的平台。

据介绍，报名者中，有将近一半的孩子是国话儿童俱乐部的成员，参加过今年夏天举办的儿童戏剧教育主题活动。很多家长在报名时表示，暑期的戏剧教育活动让自己和孩子受益匪浅，特别期待国话儿童俱乐部的其他活动。据了解，在社会的广泛响应下，国家话剧院将举行更多类似的招募活动，向更多的孩子敞开戏剧的大门，为他们提供表演机会。

布以来，众多家长纷纷来电咨询并踊跃报名。国家话剧院本次的公开招募，为广大喜爱戏剧表演的小朋友提供了一个专业学习戏剧知识、体验戏剧艺术的平台。

据介绍，报名者中，有将近一半的孩子是国话儿童俱乐部的成员，参加过今年夏天举办的儿童戏剧教育主题活动。很多家长在报名时表示，暑期的戏剧教育活动让自己和孩子受益匪浅，特别期待国话儿童俱乐部的其他活动。据了解，在社会的广泛响应下，国家话剧院将举行更多类似的招募活动，向更多的孩子敞开戏剧的大门，为他们提供表演机会。

北京交大十年排演《长征组歌》

据新华社消息 (记者李江涛)由北京交通大学学生艺术团排演的红色经典声乐套曲《长征组歌》10月13日再次在该校上演，《长征组歌》首演至今10年来已在校内外举行各类演出50余场，观众达6万余人次。

据了解，北京交大版《长征组歌》2002年12月22日在校内举行首场演出，并曾登上过人民大会堂的舞台。10年来《长征组歌》在学校为新生共举办迎新专场演出30多场次，受到学生们的欢迎。此外，《长征组歌》还

先后在北京交通大学、北京西城区社区、中央音乐学院等处为铁路职工、武警官兵、社区居民举办过专场演出，为高雅艺术普及和革命传统发扬发挥了引领和窗口作用。

北京交通大学党委副书记高艳表示，学校支持《长征组歌》的排演，最根本的目的是让同学们感受长征那段历史，了解红军长征过程中的艰苦奋斗。学校希望同学们参与和观看演出，坚定自己的理想信念，学会吃苦，坚强面对生活，争取全面发展。

李伟《如此美丽》音乐会将办

本报讯 (记者陶瑞艳)近日，江苏扬州籍歌手李伟携新专辑《如此美丽》在京举办发布会，并宣布将于10月28日在扬州大剧院举办个人音乐会。

在李伟的新专辑《如此美丽》中，收录了词作家贺东久和曲作家印青继《芦花》和《旗帜飘扬》后再

次合作的作品——以扬州为蓝本的歌曲《如此美丽》、《四季花开》。由江苏省文联、江苏省中华文化促进会、南京师范大学、扬州市文广新局共同主办的《如此美丽》音乐会上，李伟除了演唱她新专辑中的歌曲，还将演出苏州弹词和京剧经典名段。

“堂吉诃德”的生意经：低票价长档期

雷志龙

作为全球热演半个世纪的“神剧”，音乐剧《我，堂吉诃德》引进我国音乐剧市场之后，于今年五六月份连续演出20场，受到观众的热捧。引进方七幕人生开始第二轮的排演，计划于11月在北京朝阳9剧场·Che行动剧场连演40场，这将打破中小剧场音乐剧单轮演出场次纪录，成为今年演出季的一大亮点。其艺术品质的保证与全新运营模式的结合，也为中小剧场音乐剧产业运作提供了全新思路。

较之很多以轻松快乐为主要卖点的音乐剧，音乐剧《我，堂吉诃德》无疑是个异数。这部剧脱胎于名著的音乐剧，以严谨的戏剧结构、动人而不失幽默的唱段，塑造了追梦骑士堂吉诃德的形象，并讴歌了梦想的力量，以及在严峻现实环境下追梦的勇气。

“百老汇音乐剧包罗万象，有欢乐逗笑的，有充满视听奇观的，也有严肃深刻的。”音乐剧《我，堂吉诃德》出品方七幕人生高级市场经理胡亦男表示，“2002年至今，无论是原版引进剧还是音乐剧中文版演出，都体现出音乐剧巨大的市场潜力。但目前为止，北京舞台上的演出在题材风格上都存在一定局限，以欢乐和视听效果为主要卖点。七幕人生在剧目选择上，会坚持‘经典名作、品质打造’的准则，回避以高科技声光电打造的大片式剧目，引进创作(剧本、音乐、舞蹈)基础扎实、经过时间考验的优质作品，让观众欣赏更触及内心和灵魂的音乐剧，从而感受全新的剧场体验。这一艺术理念，同样也能为观众带来多样化的音乐剧作品。”

音乐剧《我，堂吉诃德》由约瑟夫·格雷夫斯担任导演和主演，格雷夫斯拥有上千场“堂吉诃德”导演、演经验，此次排演，他希望将百老汇标准带入中国版的演出

中。约瑟夫斯介绍：“与很多诞生于新世纪，注重舞台奇观和视听享受的音乐剧不同，《我，堂吉诃德》主要依靠故事与音乐，以及演员的表演打动观众。在没有其他辅助表现手法的帮助下，演员表演成为重中之重。”

在场次有限、票价居高的北京演出市场，《我，堂吉诃德》单轮长达40场的演出档期，刷新了北京中小剧场音乐剧演出纪录。据了解，每场的最高票价为880元，但中低价票占据90%的份额，均价不超过200元。这么长的档期，是否存在如此大的潜在观众群？较低的票价如何保证票房与投入的营收平衡或者盈利呢？

七幕人生负责人杨嘉敏解释道：“纵观全球最为活跃的音乐剧市场，无论是纽约百老汇、伦敦西区、欧陆各国，还是亚洲日韩地区，演出机构无不奉行低票价、长

档期的运营策略。”这位年轻的制片人经过调查发现，在西方，音乐剧属于大众娱乐范畴，受众面以中等收入人群为主，因此远大于中高端观众为主要受众的歌剧、芭蕾舞等高雅艺术，其产业的长期良性运营模式是通过一次创作、制作、运作投入，在市场站稳脚跟后，就能获得长期的票房收入以及衍生品、版权转让的收入。“音乐剧及市场的兴起，发展与繁荣，需依托数以万计、十万计、百万计甚至更多的观众。高票价的短期演出模式，将受众群体限制在高端人群，在一定程度上是对市场潜力和资源的浪费。这种模式纵然带来利润，也是短期的，不具备长期可持续发展的。因此，西方音乐剧低票价、长档期的运营策略可以说势在必行。”杨嘉敏如是说。

“《妈妈咪呀!》、《剧院魅影》、《猫》、《狮子王》等作品在国内有

着更多场次的演出，并取得良好的票房成绩。这些事实说明，国内文化产业容量可以支撑这样的档期，40场演出的确是一个挑战，但完全可以通过行之有效的市场营销来突破。而现行的大量音乐剧演出制作，在未经过科学的成本营收核算、有效成本控制的情况下，盲目追求高投入大制作，导致前期投入额、运营成本偏高，间接导致票价居高不下。”杨嘉敏表示，制定低票价策略，正是建立在核算与控制基础上，真正具有可行性。当然，演出档期也是增加演出前期成本的因素。大多数剧场采取开演前付清场租的保守策略，而不像西方演出市场里，按周结算场租或是票房分成模式。但是这一现状也在发生改变，随着《我，堂吉诃德》演出档期的加长，剧场方面改变场租支付形式的愿望也会加强，合作方式可以得到进一步深化。