

万达《汉秀》值得期待

本报记者 苏丹丹

提及驻场演出秀,大家往往会想到拉斯维加斯、百老汇……在那里,常年上演着各种精彩纷呈的演出秀,去游玩的人们将去秀场观看演出看做一项必不可少且有趣的安排。成熟的秀场文化不仅让城市充满文化活力,也为城市带来了源源不断的游客和丰厚的收入。随着秀场文化逐渐在国内和港澳受到青睐,不少城市开始打造属于自己的、具有地方特色的驻场秀,如澳门的《水舞间》已经颇具名气。除此之外,还有一些秀场正在修建中。那么,秀场文化为何受到青睐?驻场秀要如何吸引观众?秀场对于一个城市意味着什么?

秀场与城市

关于“秀”,百度百科中如此定义:从英文“show”音译而来,指现场演出。是继音乐剧之后,由美国最先兴起的一种综合舞台表演形式。“秀”往往将音乐、舞蹈、杂技、体育竞技、特技动作等多种表演形式有机结合,通过精致的舞台服饰、化妆造型等戏剧化设计,呈现出精彩的舞台现场表演。秀场是将高科技舞台机械与量身定制的剧院建筑、设备的运用(如大型表演水池、升降舞台、可移动观众座椅或布景等)融为一体,形成戏剧性的科技呈现。

兴起于美国的秀场文化在美国有着充分的展现。以著名的秀城拉斯维加斯为例,每天都有多场魔术秀、歌舞秀、模仿秀等同时上演,让人看得眼花缭乱。进驻这里的舞台秀一般都是经得起市场考验的,一部好看新奇的秀能驻场演出10年、20年甚至更长。太阳马戏团在金银岛大酒店表演的《神秘》是其中颇受欢迎的一个,这个被称为“历史上最会赚钱的马戏团”,自从《新体验》演出成功后,便开始在拉斯维加斯长期驻演,金银岛大酒店按照太阳马戏团的标准为《神秘》打造了专门的剧院。著名的驻场秀《O秀》、《KA秀》等也是太阳马戏团的作品,长演不衰。除此之外,还有明星的驻场演出,如席琳·迪翁的演唱会,曾5年内创下4亿美元的门票收入。

在拉斯维加斯,驻场秀是和旅游直接相关的,很多秀场由酒店直接投资打造,舞台秀是除赌博之外,他们吸引游客的又一个主要的手段。比如,《O秀》是贝拉吉奥酒店的金字招牌,《KA秀》是米高梅酒店的独家特色。这些演出秀在吸引全球观众眼光的同时,也为酒店带来了源源不断的游客。可以说,驻场秀对于拉斯维加斯来说,是一张重要的名片。提起拉斯维加斯,人们会想到这里的舞台秀;同样,提到这里著名的舞台秀,人们也会想到这个城市。

近些年,打造驻场秀开始在国内



《水舞间》演出现场

内兴起,同样是在旅游城市,如丽江等,但由于国内的观众对秀场文化接触不是太多,市场还需要一段时间去培育,所以,目前这种驻场秀与城市相互助力的效应还有待释放。

万达的秀场尝试

打造一台像《O秀》这样经典的、常演不衰的舞台秀,国内一直有公司在尝试。其中万达集团在武汉打造的《汉秀》尤其引人注目。

如同《O秀》一样,万达专门为舞台秀《汉秀》修建了汉秀剧场,目前正在建设中,计划今年12月20日正式开幕。这个项目还没有演出就吸引了众多媒体和观众的注意力。红灯笼造型、移动座椅、演出水池……汉秀剧场将传统文化元素和现代技术充分地融合了起来。值得一提的是,这个剧场的设计师正是曾担任过北京奥运会开闭幕式艺术总监的马克·费舍尔,汉秀总导演弗兰克·德贡正是拉斯维加斯《O秀》和澳门《水

舞间》的导演,超强的创作阵容加上极富想象力的剧场设计让人对即将上演的《汉秀》充满了期待。

除了《汉秀》和《海棠·秀》,据了解,万达还在其他城市进行这方面的探索。“有研究表明,人均GDP超过5000美元后,文化消费会快速增长。按国家统计局数据,2012年我国人均GDP已经超过6000美元,这意味着文化消费的春天将要到来。集聚了技术、创意与传统文化的驻场秀演出能给消费者带来非凡的文化娱乐体验,满足文化消费需求。这个需求是存在的,现在需要去激活这个市场,满足观众的需求。”一位业界专家表示。

不同于《水舞间》放在澳门这样的旅游城市,这次《汉秀》所在的城市武汉是一个综合性城市,并非以旅游著称。选择武汉,万达有自己的想法。武汉是全国重要的交通枢纽之一,有“中国立交桥”之称。根据湖北旅游局发布的最新报告统计,2013年全省共接待国

内游客4.06亿人次,这其中相当一部分都是过境武汉或在武汉逗留的。另外,武汉还是重要的会议会展、商贸集散中心,这也将为《汉秀》带来大量的客源。

驻场秀中引入高科技

关于丽江有“一山一水,一城一秀”这样一句话,这里的“秀”指的是实景演出《印象·丽江》,像丽江这样有相匹配演出秀的城市并不少,广西桂林有《印象·刘三姐》、杭州有《宋城千古情》等,这些驻场秀已经成为当地的一张文化名片。在越来越多的城市打造自己的驻场演出秀的时候,如何才能独具特色,从中脱颖而出是需要考虑的问题。

“震撼、惊奇、不可思议、刺激的消费体验,这是拉斯维加斯秀场和百老汇音乐剧经久不衰的原因,也是驻场秀类节目移植到中国的首要条件。”有人如此总结驻场秀的成功经验。如何做到震撼、惊奇、不可思议,从《O秀》、《KA秀》可以看出,除了要有极富想象力的节目编排,还要有高科技做保障。澳门的《水舞间》就将高科技充分地融入演出中,单是舞台水池容量就高达370万加仑,相当于5个奥林匹克标准泳池的容量。

在演出中融入高科技,从这点来看,《汉秀》的确值得期待。据介绍,汉秀剧场内设有巨型表演水池和大量悬挂设施,颠覆传统的二维舞台概念,形成空中、陆地、水中“三维舞台”,另外,场内还有可飞行LED巨幕、可移动坐席等顶尖科技设施,拓展了《汉秀》的节目创意和表现空间。因此,可以想象《汉秀》的表演形式将十分丰富。除了大家在目前国内表演中所看到的音乐、舞蹈等以外,还将包括数十米跨度的室内飞行等人体极限表演,以及摩托艇、花样游泳、杂技等表演。不仅如此,通过高科技的声光电控制和别具匠心的舞台创意,“水”将成为《汉秀》舞台上最具有表现力的“演员”,带给观众前所未有的新奇体验。

值得一提的是,在打造《汉秀》的同时,万达在武汉还有个“大动作”——万达电影乐园也在建设中,同样是个高科技项目。园内设4D剧场、5D剧场、飞行剧场、互动剧场、体验剧场、太空剧场6个电影科技项目。建成后预计年接待量达300万人次。电影乐园与汉秀剧场分别坐落在武汉楚河汉街的东西两端,相互辉映。“在白天经历了身心震撼的电影娱乐的全新体验后,在晚上还可以观看一场顶尖科技舞台秀,感受‘水中千年’的惊人魅力。”两个全新的文化娱乐项目设在一个城市,相互映衬,刺激文化消费,逐渐成为当地的一张文化名片,这可能就是武汉人最初的设想。

场不在大 戏好则灵

——从唐马仓库剧院到奥利弗奖

水晶

日前,英国戏剧最高奖项奥利弗奖2014年提名名单出炉,业界又是一片沸腾。“汤姆·希德勒斯顿和裘德·洛共同角逐最佳男主角”这样的标题固然引人注目,但热点话题之下也有许多细节与亮点值得关注。

人称“抖森”的希德勒斯顿并不是以“玩票”性质登上舞台的,事实上,这位在银幕上如日中天的“80后”男明星,演过《伊万诺夫》、《哈姆雷特》等多部戏剧作品。去年12月,他再次出现在伦敦的戏剧舞台上,出演莎士比亚的《大将军寇流兰》,并在伦敦西区的唐马仓库剧院(Donmar Warehouse)演出长达2个月,场场爆满,也正是这部戏为他带来了今年奥利弗奖最佳男主角的提名。

不过,值得注意的是,希德勒斯顿演出的唐马仓库剧院,是一个仅有252个座位的小剧场,在伦敦西区这样不乏各种宏大壮观、悠久历史的百年剧院群中,一个只有几十年历史的小剧场却赢得了众多荣誉,自上世纪90年代以来共赢得了20余枚奥利弗戏剧奖。这个剧院在短短几十年里,曾吸引众多英国及好莱坞一线影星前来演出,其中不乏奥斯卡奖获得者,如朱迪·丹奇(今年以《皮特与爱丽丝》一剧获得了奥利弗奖最佳女主角提名)、尼克·基德曼、格林尼斯·帕特洛等。

唐马仓库这个如今载誉满身的剧院,前身仅仅是伦敦考文花园市场(Coven garden market)一个储藏蔬菜

的仓库。上世纪60年代,剧院制作人唐纳德·阿尔伯利买下这个库房当排练场,当时英国著名的芭蕾舞舞蹈家玛歌·芬尼也经常来这里练功。后来这里被改建成一个正式的剧场,剧院名字“Donmar”就是唐纳德和玛歌两人名字的组合。

唐马仓库剧院布局十分独特,楼上和楼下都是三面环绕舞台,观众与演员近在咫尺。这种布局使观众和演员有种几乎合为一体的亲密感,也给了演员和制作人员独特的挑战。对演员来说,在这种三面都是观众的舞台上表演是很不容易的,没有一刻可以偷闲,对任何一个演员来说都是很大的挑战,要求一流的表演技巧和艺术创作。所以,不少著名演员都愿意到这里演出,接受艺术挑战。而对观众来说,无论坐在哪里,都能近距离地观看表演,演员甚至就在观众面前表演,这种观演经历是在伦敦西区其他大剧场难以体会到的。

笔者看过该剧院制作人詹姆斯的一个访谈,他介绍说唐马仓库剧院在挑选剧目上不仅看重欧美传统经典剧目,也大胆尝试新剧目。而之所以有那么多名星愿意来这个只有252个座位的小剧场演出,是因为英国很多电影明星都是从舞台剧开始演艺事业的。

唐马仓库剧院目前是一个非盈利剧院机构,在这里演出的演员一概都只有一周415英镑的工资,不管你是刚从戏剧学校毕业的年轻演员,还是好莱坞大明星,工资都一视同仁,包括裘

德·洛和妮可·基德曼这样的明星。因为,到唐马仓库剧院来演出的人不是为钱而来的。

在剧院林立的伦敦西区,笔者初次到新维克剧院(Young Vic)看《野天鹅》时,已经惊诧于这个剧院相对于国内众多剧场的“小”了。新维克剧院有3个剧场,最大的剧场420个座位,最小的只有80个座位,但这并不妨碍众多大师级导演和制作人员现身此处。之前到访中国的彼得·布鲁克的作品《情人的衣服》就曾在新的维克剧院上演。再到唐马仓库剧院这样的小剧场,一直能以密集精品跻身于伦敦西区,并毫不逊色地和国家级剧院等大个头制作体、剧场比肩,共同竞争奥利弗奖这样的最高荣誉,不能不说是伦敦西区戏剧生态当中独有的一个奇观。

反观国内的剧场,各城市已经或正在兴建的豪华剧院,大到无以复加,动辄上千座位、数亿元造价,庞大而奢华的空间,高额场地租金和各种衍生费用,让一般剧团根本没胆进去。国内南方某大剧场的小剧场443个座位,单场租金开价10万元一场。笔者不知道国内或国外哪个剧团能够租得起如此昂贵的剧场,以及这种剧场存在的目的和价值是什么?

什么时候,我们的剧场也能够回到普通人群之中,明星上台像是回家,名导愿意在只有几百座位的小剧场导演,票价也像唐马仓库剧院那样最高不过35英镑,最低才7英镑。那个时候,大概才真正算得上戏剧繁荣了吧。

演艺资讯

《红色娘子军》首演50周年系列演出启动

本报讯(记者于帆)3月18日,“纪念中央芭蕾舞团经典芭蕾舞剧《红色娘子军》首演50周年系列演出暨保利院线巡演启动仪式”在北京举行。发布会上回顾了芭蕾舞剧《红色娘子军》从诞生到首演50周年的编演历程。

芭蕾舞剧《红色娘子军》是中央芭蕾舞团的“镇团之宝”,1964年在北京首演。该剧将西方古典芭蕾的精髓与中国的传统文化艺术有机地结合在一起,以民族芭蕾的形式讲述一段感人至深的英雄故事。同时,该剧在艺术表现上非常成功,观众不仅可以从剧中感受到海南当地的风土人情,还可以看到

少数民族的舞蹈元素。

今年正值芭蕾舞剧《红色娘子军》首演50周年纪念之际,北京保利剧院管理有限公司与中央芭蕾舞团将延续已长达6年之久的合作,充分利用保利院线的平台优势,邀请芭蕾舞剧《红色娘子军》于5月至6月在保利院线深圳、重庆、武汉、青岛等11家剧院进行全国巡演,特别值得关注的是,此次巡演还将到昆山、泰州、潍坊等二、三线城市,其目的就是将艺术精品送到基层百姓中间去。此外,中央芭蕾舞团还将在重庆、武汉上演当代芭蕾艺术大师约翰·诺伊梅尔的代表作芭蕾舞剧《小美人鱼》。

音乐剧《Q大道》中文版将登陆北京

本报讯(记者苏丹丹)由七幕人生音乐剧团队和上海翡翠东方传播有限公司联手推出的中文版音乐剧《Q大道》,将于5月10日在北京开启第二轮演出。

《Q大道》由奥斯卡提名作品《冰雪奇缘》的作词者罗伯特·洛佩兹和搭档杰夫·麦克斯共同创作,讲述了一群纽约贫民区年轻人的生活——虽然胸怀大志,但现实生活总是事与愿违。辛辣的话题和荒诞的剧情,串起一幅在大都市打拼的青年群像,让观众在大笑之余,也能感同身受。

该剧于2003年首登百老汇舞台,一反同时期作品“大制作+豪华布景”的风气,凭借幽默且充满人文关怀的故事情节,和轻松悦耳的

音乐赢得了大量年轻观众。2004年,《Q大道》一举夺得音乐剧的最高荣誉——托尼奖“最佳音乐剧”“最佳剧本”“最佳剧本”三项大奖,随即又创造了在百老汇连演6年、超过2500场的不俗纪录。

去年10月,曾经成功制作过百老汇经典音乐剧《我,堂吉珂德》的七幕人生音乐剧团队与上海翡翠东方传播有限公司联手引进《Q大道》的独家版权,将这部风靡世界的“神剧”正式搬上中国的舞台。《Q大道》中文版在上海白玉兰剧场进行了首轮共50场的演出,得到了观众和媒体的好评,在沪上掀起了一股“Q热潮”。

据悉,《Q大道》中文版将会在北京海淀剧院连演30场,一直持续至6月29日。



《Q大道》中文版演出剧照

演艺论语

票价过低也是一种伤害

最近一段时间,市场上演出票价正在逐渐回落,趋向于80元到500元、600元之间的常态,这是理性的表现。但是演出票价一旦降低到10元、15元的价格就并非是对市场客观规律的尊重了,似乎大有非左即右、矫枉过正之嫌。

对中国演出市场环境而言,票价过低也是一种伤害,不利于市场的培育。我们的演艺企业受益于社会,回馈社会理所当然,但是要看到演艺企业受益于社会的利益是来源于真正的市场,还是来源于非市场,政府的“限售令”已经把此道理说得非常清楚。这种做法只有后顾之忧较少的大型企业才玩得起、秀得起。越是大型企业越是不能在市场上带这个头,有了第一家,就有第二家。

其实,演出票价过低与过高都会影响市场秩序的形成,搅乱消费者对艺术产品经济价值的认知,一旦泛滥,将不利于演出市场向着理性回归的发展。(来源:《北京商报》)

别低估高质量古典音乐的市场

近日,布达佩斯节日管弦乐团、莱比锡布商大厦管弦乐团、希腊小提琴家卡瓦科斯集中来华,接连在上海上演多场古典音乐会,有一种“你方唱罢我登场”的擂台感,哪方都不示弱。这其中也能够看出国际主流演出商对国内市场的认可和青睐。

一周内如此频繁地上演高质量的音乐会,市场消化得了吗?各家主办方在演出前都忧心票房,各自费劲大力营销推广,最后布达佩斯节日管弦乐团九成多,布商大厦一场九成一场早早售罄,最后一个卡瓦科斯第一次来中国名气上可能吃了些亏,但目测上座率也在八成上下,且这些票绝大多数都是个人购买行为。所以别抱怨音乐厅“小器”了,正是这样白热化的竞争让高质量的演出在这座城市上演的频率得以攀升,而从票房来看,演出市场的蛋糕也的确在各家的竞相中被联手做大。待到下半年国内的交响乐团也加入搅局,耳朵的盛宴还会更丰富些。(来源:《东方早报》)

商业话剧风可能掩埋艺术追求

随着票房激增,话剧样式在变,越来越多的作品更适用舞台剧来概括。惊悚剧、爆笑剧、暖心剧、相亲剧、粉丝剧、明星综艺咖等越来越离奇的自我定位,已不算稀奇,而今还出现“话剧连续剧”,如系列话剧《曾经》、《曾经的曾经》等剧目,《盗墓笔记》则推出“续集”《怒海潜沙》。当然了,舞台剧内涵越来越丰富,受益的还是观众。

面对话剧市场的大好时期,一些业内人士开始居安思危,“兴盛背后,我们到大剧场话剧增多,小剧场话剧弱化的趋势。这很有可能意味着,更多具有原创精神的话剧作品、更多有艺术追求的小剧,会淹没在滚滚洪流中。”在现代话剧社负责人张余看来,如今的话剧市场犹如春秋战国时代,众多强者在竞争中赢得先机。“前些年,市场整体票房不如现在,但制作演出团体多、风格样式各异。而今,强者是清一色的商业话剧,这对话剧未来的发展并不利。”张余说,“除了搞笑、惊悚、3D之外,我们缺的是严肃、深邃和艺术。而在话剧史上能留下一笔的恰恰是后者。”(来源:《解放日报》)

(苏丹丹 整理)



唐马仓库剧院