

台湾戏剧角逐大陆市场的背后

本报实习记者 高庆秀

4月上旬,由台湾大开剧团历时5年创作的《金花喜事》作为第三届北京国际女性戏剧节开幕大戏亮相国家大剧院,这部以女性视角探讨爱与牺牲的喜剧获得了观众的普遍好评。4月25日,2015两岸小剧场艺术节也将在北京开幕,届时,《我和我的下午茶时光》、《剪纸人》等多部台湾戏剧将陆续上演。随着近几年两岸戏剧的频繁交流,大陆观众接触台湾戏剧越来越容易,不少人因此断言,庞大的观众群体将为台湾戏剧提供广阔的市场前景,大陆将成为台湾戏剧的淘金之地。然而,事实真的如此吗?

台湾戏剧在大陆升温

2006年之前,来大陆演出的台湾剧团并不多,剧目品种也比较单一,主要以话剧为主,近几年双方之间的戏剧交流逐渐频繁起来。从戏剧类型上看,除了话剧以外,儿童剧、音乐剧等舞台剧也在慢慢增多。“台湾和大陆之间的戏剧交流早期基本上是官方之间的邀请和访问行为,主要目的是展示和交流,几乎不涉及商业演出。”台北艺术中心专案经理李慧珍说。

如今,台湾与大陆之间的戏剧交流早已不像之前那样简单,除了原汁原味的搬演以外,双方也开始在剧目创作以及戏剧人才培养等方面进行深入合作,台湾导演在大陆执导,大陆演员来台演出的创作方式已经成为一种趋势。比如,曾经在两岸戏剧界引起不小轰动的话剧《如梦之梦》,就是由台湾导演赖声川执导,大陆演员李宇春、许晴、胡歌等人参演的。

从单纯的剧目展示到合作创排,这一交流趋势背后的原因是什么?在中国国家话剧院剧场运营中心主任傅维伯看来,台湾戏剧与大陆戏剧之间存在不小的差异,台湾独特的戏剧风格给大陆戏剧市场带来一股清新之风,大陆愿意邀请台湾剧团来演出。“大陆戏剧整体来说比较偏重主旋律,而台湾戏剧风格清新细腻,讲究从生活中来到生活中去,注重人物内心细微情感的表达,讲述和普通观众有关的故事。”

“从台湾方面看,戏剧创作的能量很大,但市场容量很小,主要集中在台北,即便市场扩展到全台湾,也只有2300万左右的人口,创作产量与市场需求之间存在很大矛盾,台湾戏剧需要一个更大的市场,因此必须走出去,而最快的方式就是到大陆来,这是一个令人垂涎的市场。”台湾广艺基金会副执行长徐昭宇表示。

由于市场有限,在台湾演一出戏,如果能坚持演出十几场就是很不错的成绩,像《恋爱的犀牛》在大陆演出1000多场,这在台湾简直是天文数字。随着表演工作坊、果陀剧场等台湾本土剧团的作品被搬上大陆舞台,并实现不错的收益,台湾很多剧团也纷纷将大陆视为“淘金之地”,希望有机会能将自己的作品带到大陆来演出。

到大陆演出并不容易

在大陆市场对台湾剧团的诱惑越来越大的同时,记者经过梳理却发现,台湾在大陆的戏剧演出多以双方官方和基金会等非营利性机构推动

的流动性演出为主,商业演出所占比例并不大,真正能在大陆商演的也只有《暗恋桃花源》、《宝岛一村》、《最后14堂星期二》的课》等数得过来的一批老剧目。

“像台湾果陀剧场和表演工作坊这两家老牌剧团,它们已经在大陆经营很多年了,并专门成立了工作室,因此,能够按照大陆的演出模式、市场需求来运作自己的剧目。其实,台湾剧团来大陆演出并不容易,因为成本太高。通常要接到戏剧节的邀请才有机会成行。”台湾大开剧团艺术总监张丹玮向记者坦言,台湾大大小小的演出剧团有很多,但是能够承担售票投资风险的很少,“我也见过台湾剧团来大陆巡演的惨败案例,因此,没有足够的资本,或者没有长期在大陆经营观众的准备,台湾剧团不敢贸然前来。”

今年年初,北京一家名叫世纪华鹏的文化公司曾经花费300万元引进台湾舞台剧《台北上午零时》的版权,并在国家大剧院演出。该公司创始人汪鹏飞表示,如果直接邀请台湾剧团来大陆演出,住宿费、舞美运输费、演出场地费等各种费用会很高,仅演出四五场,根本没办法回本。

那么台湾剧团来大陆演出的成本到底有多高?“在台湾,跟国家大剧院同级别的剧院每天晚上的租金是1.8万元,装台和彩排的非演出时间租金是每天2000元,而大陆像北京保利剧院这样级别的剧场每天晚上租金要8万元至10万元,非演出时间的租金大概是6万元;台湾最好的小剧场每晚租金大约2000元至3000元,而在大陆好一些小剧场

租金是6000元至8000元。一部戏在台湾,票房回收一点,官方补助一点,自己找点赞助,基本上4场就可以打平成本,但是来大陆演出,就算只有制作费这一项成本,剧团演出14场也打不平。”徐昭宇说,除了成本方面的问题外,大陆很多剧场所提供的演出配套技术支持也不完善,这些问题都增加了台湾戏剧来大陆演出的难度。

在交流中各取所需

尽管台湾剧团来大陆商演还存在成本、技术等多方面的问题,但是,两岸愈加频繁的戏剧交流将为双方带来相互学习与借鉴的机会。

以大陆戏剧一直备受诟病的原创问题为例,在台湾,由于剧团多,竞争非常激烈,一般一部舞台剧演出一轮后短时间内很难拿出来再演,所以不得不排演新剧目来吸引观众,正是这样的竞争环境激发了台湾戏剧的无限创意。在交流过程中,这些创意也会给大陆戏剧人带来创作上的启发。

“两岸戏剧文化有很多差异,这使得双方的戏剧创作者可以通过彼此之间的交流寻求更多的创作灵感和素材,比如《求偶》就是台湾戏剧制作人李宗燕看到上海父母为子女征婚这一现象而创作的,它完全取材于上海市民的平凡生活。”傅维伯说。

在徐昭宇看来,台湾的表演团体长期处于简单的生存环境中,到其他地方会感到手足无措,相比之下,大陆的表演团体应变能力就很强,所以,让台湾的制作团队去接触大陆市场,也可以提高自己的应变能力。



在小镇开启一场音乐狂欢

本报记者 蔡 萌

“相信今年‘五一’,上海的大量客流会被我们吸引到太湖来。”高天虹兴奋地说,她所指的是将于5月1日至3日在苏州太湖湖畔举行的2015太湖迷笛音乐节,今年,该音乐节的电子音乐项目由她负责。自1993年北京迷笛音乐学校成立至今,音乐品牌迷笛已走过22年,其创办的迷笛音乐节从2000年至今在国内培养了大批忠实粉丝“笛迷”,并相继在北京、上海、深圳等城市落地开花,此番为何会选择落户于太湖边上的一个小镇?

小镇里的“音乐桃花源”

从苏州火车站驱车南行约1小时,沿太湖,绿树掩映中,可以看到一片巴伐利亚风格的建筑。远远看去,这里像是欧洲的农庄,再走近些,映入眼帘的是“太湖迷笛营”的门牌。这里原本叫做格林乡村公园,地属苏州吴江区七都镇,去年10月,迷笛音乐的掌门人张帆做出一个决定:从北京来到这个小镇“安营扎寨”,实现他一直以来追寻的梦想——为年轻人和音乐爱好者建一个“音乐桃花源”。

此后不久,迷笛与七都镇人民政府正式签署协议,双方确定于2015年至2029年期间,依托太湖原格林乡村公园的800亩湖景园区,全面开展太湖迷笛音乐产业园的建设,将太湖七都打造成为立足于环太湖及长三角、辐射全国的

现代音乐人才培养交流基地、现代音乐版权管理和结算中心、音乐现场演艺中心和乌托邦式的青年旅游露营目的地。据七都镇党委书记查旭东介绍,太湖迷笛音乐产业园建设计划5年里累计总投资约5亿元,争取将七都打造成现代音乐人才培养交流基地、现代音乐版权管理和结算中心、音乐现场演艺中心和乌托邦式的青年旅游露营目的地。

作为国内知名音乐品牌,迷笛在乐迷心目中举足轻重,此前,迷笛仅在北京和深圳设立了学校,迷笛音乐节也一直放在北京、上海等大城市。为何会选择长期落户在一个水乡小镇?对此,张帆给出的解释是,“北上广城市虽然交通便利、人气不缺,但场地有限、环境嘈杂。”太湖迷笛营前身是一座童话故事主题公园,这片开阔之地,很适合户外音乐的现场演绎,打动了张帆。

“七都镇拥有23公里太湖岸线,具有良好的自然和生态优势,发展文化产业拥有独特优势。引进迷笛音乐产业,打造音乐产业园区,可以把七都生态文化资源与音乐文化产业有效融合。”对于迷笛的落户,查旭东更是充满期待。

用5到15年让“迷笛营”发展起来

唐朝、逃跑计划、脑浊、窒息、Nova Heart、Subs等北方知名乐队,张岭、苏紫旭、草履虫、简迷离、祁紫檀等一批曾在

“中国好歌曲”中大放异彩的乐队和音乐人,苏州老牌乐队怡红院、上海冷酷仙境等江浙沪摇滚精英……日前,迷笛公布了今年太湖迷笛音乐节的演出阵容,届时现场将设唐、战国、明、孩子迷笛四个舞台。在太湖迷笛音乐节结束后,这里还将迎来一场48小时音乐不间断的迷笛电子音乐节。

“在中国,大家对电子音乐还比较陌生,但国外喜欢电子音乐的人非常多,现在国内的很多‘90后’也非常喜欢电子音乐。我们希望能够在中国推动真正有创意、具有生命力的电子音乐。”据高天虹介绍,今年的迷笛电子音乐节将在户外及营区城隍内设立9个舞台,80组电音艺术家演出,包括著名的三人组合Brandt Brauer Frick、来自荷兰的组合Kamara、比利时的组合Mumbai Science、德国的Smash TV、法国的Joris Delacroix等,还有两支非常出色的国际乐队。“音乐节上还将开设免费DJ教学和音乐制作教学课堂,一台电脑,一个创意,就可以实现你的音乐梦想。”在她看来,这正是电子音乐的魅力。

事实上,去年10月,迷笛已举办了首届太湖迷笛民谣与世界音乐节,这场试水性质的演出吸引了两万余名乐迷参与,但张帆坦言,“现场并没有一些人想象中那么火爆”。“但这很正常,也说明了做文化产业,特别是音乐产业,不是一朝一夕的事情,需要长时间的培

育。”张帆说,他希望用5年至15年的时间,让太湖迷笛音乐营发展起来。

“发展文化产业不能急,硬件的建立是很容易的,关键是软件——实际从从业者、消费市场的培育怎么做。如果停留在隔三岔五办几次音乐活动,影响力有限。”在张帆看来,当务之急是脚踏实地把“培养”落到实处,让孩子在音乐的环境中成长。“未来,我们计划面向苏州、上海、湖州等周边城市开展中小學生以音乐教育为主题的夏令营、冬令营,引导在校学生从小认识音乐,欣赏音乐。”为此,张帆与当地政府达成一致,将园区的定位从太湖迷笛音乐产业园调整为太湖迷笛营,在他的描绘中,迷笛营将开展一系列集音乐、体育、休闲于一体的活动,致力打造国内第一个常态化的青年文化营。在音乐方面,除了节点上的大型演出外,每个周末都会有小型的舞台演出;在体育项目方面,着力推广自行车、滑板、攀岩、皮划艇、足球、露天泳等户外活动;在休闲方面,建立青年旅舍,配套淋浴设施和食堂就餐。

据悉,迷笛营还将与中国传媒大学展开合作,中国传媒大学音乐与录音艺术学院实验基地在此正式挂牌。“当前国家对文化产业大力支持,从业者不能投机取巧,摘取零星的几个‘生桃’,而要做‘种桃’的人。”张帆希望,迷笛营有长远发展眼光,未来要让小镇七都成为培养音乐人才的理想地点。

资 讯

歌华打造“永不落幕”的电影市场

本报讯 (实习记者高庆秀)作为第五届北京国际电影节·电影市场的重要组成部分,4月18日,国家对外文化贸易基地(北京)影视贸易中心推介会在北京举行。

据了解,该影视贸易中心由北京歌华文化发展集团建设运营,是全国唯一一个位于国家对外文化贸易基地内的影视产业交流与合作平台。在该影视贸易中心落户的国内外影视机构可以享受影视产品创意研发、孵化培育、展示推介、融资投资、生产制作、宣传营销、交易交割等全方位的国际化服务。特别是在贸易环节,借助北京天竺综合保

税区保税贸易优势,影视产品及影视设备贸易可享受免证、免税、保税、退税、外汇、签证、资金等多项优惠条件。

歌华文化发展集团副总经理王昱东表示:“北京国际电影节·电影市场每年只有4天时间,所有展商和嘉宾只能在这4天当中利用这个平台进行交易和交流,但从今年开始,我们将通过整合资源,依托中华世纪坛展示推介平台、歌华大厦创投孵化平台和天竺综合保税区贸易平台,将国家对外文化贸易基地(北京)影视贸易中心打造成一个365天永不落幕的电影市场。”

第五届中国电影论坛在京举办

本报讯 (记者程丽仙)4月20日,由澳大利亚驻华大使馆、澳洲电影联盟和澳洲电影局推出的第五届中国电影论坛在北京举办。

与会人员来自澳大利亚代表团中36家电影相关机构以及有国际合作经验和有国际合作需求的中国影视公司等,议题包括中澳电影产业的现状和近期发展情况、两国之间的合作制片经验及案例、澳洲制片场地和设施概况,以及中澳在后期制作、视

觉效果、动画和3D项目上进行合作的经验,如何寻找中澳观众产生共鸣的故事和合适的合作伙伴等。

澳大利亚的影视制作补偿激励计划和官方联合制作计划是论坛交流热点之一。据介绍,澳洲政府支持澳大利亚影视制作的激励措施主要有制片入补偿金、拍摄场地补偿金以及后期制作、数字特效及视觉特效支出补偿金,这三种补偿金都以税款抵扣返还的方式获得,但分由不同部门管理。

《黄翊与库卡》:与机器人共舞的科技表演

本报讯 (实习记者高庆秀)4月17日至18日,台湾青年艺术家黄翊创作演出的舞台剧《黄翊与库卡》在北京77剧场上演。剧中黄翊创造性地将机器人加入到现代舞表演中,机械的动作与细腻的肢体展现相互配合表现演出主题。

据悉,《黄翊与库卡》曾于2012年获得台北数位艺术表演首奖,2013年获邀至奥地利林兹艺术节参与开幕演出。谈及创作初

衷,黄翊坦言,与机器人共舞、给机器人编舞一直都是他的梦想,但是拥有一台机器人并不容易,直到后来自己的作品慢慢被肯定以后,才有机会跟机器人一起合作。台湾广艺基金会执行长杨忠衡表示:“在整部作品中,库卡的每一个舞蹈动作都是由黄翊通过电脑程式进行编排的,一分钟的动作有时就要花费将近20个小时编写电脑程式,所以,一部60多分钟的作品可见其背后的心血。”

《寻梦龙虎山》将公演

本报讯 4月28日,大型多媒体山水实景演出《寻梦龙虎山》将在江西省龙虎山景区公演。演出场地将纵横龙虎山景区内2公里,用“行进式”的演出体验和先进多媒体技术,使观众在观演过程中更好领略龙虎山美丽的自然风光和天人合一的道教文化。

《寻梦龙虎山》由阳光媒体集团耗时两年打造出品,整部剧紧

扣“神仙地,逍遥游”这一自然风光和道教文化相结合的主题,营造出“一步一景、步步皆景”的丹山碧水旖旎风光。每个篇章根据剧情需要,单独打造出一个专属的表演场地。演出借助景区内的天然投影崖壁,将呈现巨大的裸眼3D投影。此外还有水动漫投影影像、全息仿真技术等技术手段的应用。(夏天)

潘家园首届战国红精品展开幕

本报讯 (记者蔡萌)近日,潘家园首届战国红精品展在北京潘家园举行,此次展览以展示交易为主要形式,展出作品均能现场交易。

宣化战国红自发现并量产以来,以其奇妙的纹路、美丽的色彩、较好的可塑性等优势受到藏家的喜爱。主办方表示,此次展览是为了让更多的人了解到战国红可以“玩象形、玩雕刻、玩镶嵌、玩配饰、玩赌石”,认识到其价值,引领宣化战国红玛瑙价格亲民

化,使之成为门槛低、精品多的大众收藏艺术品。本次展览的展厅共分为精雕作品区、象形天珠区、潮流镶嵌区、珠串配饰区四个专区,展览现场还通过图片展示战国红雕刻过程,让观众身临其境地了解一块战国红原石从开采到切料,经过能工巧匠精雕细琢最终雕刻出精彩作品的过程。值得一提的是,本次展览期间,展品销售额的3%将用于慈善捐助,资助贫困学生。

《侣行》第三季启程穿越中东16国

本报讯 近日,由优酷土豆集团打造的互联网首档自制户外真人秀《侣行》第三季在北京唐关长城脚下举行启程仪式。

据介绍,《侣行》第三季的目标是“还原一个真实的中东,重新认识这片被战火笼罩的土地以及在这片土地上生活的人”。节目主持人张昕宇、梁红与团队从北京出发后的第一站是罗布泊,之后,他们将一路西行两万公里,穿越阿富汗、伊朗、伊拉克、埃及等16个国家。在第三季中,

《侣行》的制作班底和拍摄设备均有升级:邀请《舌尖上的中国》第一季的执行总导演任长箴出任总导演;全程执行4K摄像机,使其成为首部全4K拍摄的互联网自制真人秀节目。

《侣行》第一季于2013年6月开播,上线仅3个月播放量突破1亿次,第二季于2013年底上线,已更新全集50集,两年来取得了8亿次播放量;2014年3月,《侣行》电视剧版登陆央视一套。据悉,第三季将于今年6月在优酷、土豆播出。(舒 弛)

青年恒好公益创业教育与实践研讨会召开

本报讯 近日,由青年恒好理事会主办,KAB全国推广办公室、恒源祥(集团)有限公司承办的青年恒好公益创业教育与实践研讨会在四川大学举行。研讨会上,青年恒好理事会为中国青年政治学院、湖南大学等高校的“青年恒好公益创业行动高校研究中心”授牌,还将为每所研究中心提供1万元公益创业研究基金。

公益创业是“大众创业、万众创新”的重要组成部分,“青年恒好公

益创业行动高校研究中心”作为公益调查科研机构,将通过持续研究,推动完善公益创业生态,进一步丰富充实调研数据,给有关政府部门提供政策参考和建议。

据主办方有关负责人介绍,近年来青年恒好公益创业行动已经指导很多青年走上公益创业之路,而在其中,与文化有关的创业项目也日益增多,并焕发出勃勃生机,显示了文化因素在激发创业、创新的巨大活力。(曲晓燕)