

市场大但原创能力弱, 引进剧目贡献近半数票房

# 是什么在拖国产音乐剧的后腿

本报记者 李雪

自2002年英文版《悲惨世界》开启中国音乐剧引进潮流始, 16年来, 国外音乐剧频频登陆中国, 引起观众狂热追捧, 屡创票房纪录, 如《剧院魅影》中国吸金破亿元“音乐剧《猫》未演先热, 预售票房破亿元”; 另一方面, 中国原创音乐剧在中小剧场表现强势, 带来不少惊喜。11月21日举办的国际音乐剧产业高峰论坛上公布的数据显示, 2017年全国音乐剧票房创下5年来新高, 达2.55亿元, 同比增长47%; 观众数量增长超六成, 达到132万人次; 全年演出场次2327场, 同比增长23.3%。

## 引进剧目贡献近半数票房

道略演艺产业研究院相关人士分析发现, 中国音乐剧票房主要来自引进的国外经典剧目, 其场次、观众、票房分别为463场、40.6万人次、1.16亿元, 引进剧目以较低的场次贡献了近半数票房; 另有0.6亿元票房来自改编的中文版音乐剧; 国内原创音乐剧贡献了0.79亿元票房, 占比不到三成。5年来, 中国音乐剧市场票房呈现出过山车式的波动, 其原因与原版引进音乐剧有关。以2015年为例, 当年音乐剧全年票房同比增长52.2%, 主要因为被称为“音乐剧之王”的《歌剧魅影》。道略演艺产业研究院院长毛修炳表示: “在伦敦或纽约, 音乐剧在整个演出行业占比达80%, 日韩的这个比例为60%, 而中国只有不到7%, 发展基数非常低。国外引进的音乐剧成为市场主导意味

着国内还没有找到内生发展力量, 整个产业还不成熟。”

就今年的音乐剧市场来看, 引进的国外音乐剧依然可观: 《金牌制作人》《猫》《吉屋出租》《长靴皇后》……前不久在北京上演的《芝加哥》, 开票24小时就卖出100万元, 连续12场演出的上座率都在90%左右。另一边的利好消息则是, 由于近两年市场表现向好, 国内一些影视、娱乐明星积极参与到音乐剧的制作和演出中, 如开心麻花携手庚澄庆打造的《嘻哈游记》, 谭维维、郁可唯等联合主演的《阿尔兹记忆的爱情》等, 让人看到了中国音乐剧成长的希望。

## 制作、人才、营销都需加强

做了10多年音乐剧后, 作曲家樊冲感觉越来越孤独。“这种孤独感来自工业流程的缺失, 我们在制作一部原创作品时经常会发现里面有很多问题, 但很难找到相关人才来修补、完善。”樊冲说, 他现在集编剧、导演于一身, 每排一部音乐剧就像扒一层皮。

据了解, 我国音乐剧人才培养始于1992年, 中央戏剧学院最早在国内开设音乐剧专业, 并成为音乐剧表演教学国家级人才培养模式创新实验区, 20多年招收了11届学生, 在排演国外作品的同时也创作了《伪君子》《家》《临界》等原创音乐剧。

在中央戏剧学院音乐剧系主任刘红梅看来, 音乐剧对演员的要求比较高, 能唱会跳还要会演, 国内80%以

上的音乐剧学生是声乐底子, 在参演音乐剧之外还兼顾其他形式的舞台表演或参演影视剧。整体而言, 国内缺乏优秀的音乐剧演员。

有业内人士指出, 目前中国音乐剧创作还缺乏品牌意识, 普遍存在制作周期短、成本低、市场营销不足等问题, 导致观众不买账, 剧院也不肯接, 不少剧目演几场便束之高阁。因此, 如何建立成熟的制作人体系, 成为国内音乐剧从业者的共同呼吁。

具体到剧目营销而言, 日本四季株式会社的做法或可作为借鉴。据四季剧社代表董事兼总裁吉田智誉树介绍, 剧团在定价时考虑到了日本的大学入学率、大学毕业生平均工资等问题, 以定出年轻人买得起的票价; 在进行广告宣传时还会提前进行问卷调查, 以动员尽可能多的观众走进剧场。这或许解释了“为什么在1.2亿人口的中国, 四季剧社每年演出能超3000场, 营业额达14亿元”的问题。

也有业界专家呼吁加强音乐剧艺术教育。百老汇音乐剧常以非常低的版权价格走进学校, 剧院提供视频、教材、师资, 学生剧社可以进行改编、演出。如四季剧社, 每年免费向孩子提供500场演出, 费用由企业赞助, 剧社每年还在全国进行大篷车式的巡演。

## 中国音乐剧的“三步走”之路

11月20日晚, 一场特别的演唱会在北京天桥艺术中心上演, 曾在《剧

院魅影》及《巴黎圣母院》中饰演男主角的奈吉尔·理查兹与马来西亚歌手、音乐剧演员陈素瑄合作, 为观众带来了来自《剧院魅影》《西区故事》《音乐之声》《悲惨世界》等著名音乐剧的经典歌曲。

此次演唱会由道略演艺产业研究院与马来西亚大马音乐剧团合作推出, 也是大马首次在中国市场亮相。剧团发起人及艺术总监潘启伦非常看好中国音乐剧市场, 剧团推出的很多音乐剧作品都以发生在中国的历史故事为原型。为了进一步与中国市场对接, 他从去年开始学习中文, 如今已能与中国同行用中文进行交流。“我们在马来西亚的剧目以中文和英文为主, 观众群有很大一部分是会说普通话和广东话的华侨。”潘启伦说, 中国音乐剧虽然起步较晚, 但发展潜力巨大, 未来他们将和中国有更多合作。

“中国音乐剧市场要经历从引进原版音乐剧到制作国外音乐剧中文版再到打造原创的‘三步走’过程。当前一段时间内, 音乐剧票房主力还是引进的国外原版剧目, 希望这一阶段内有更多的剧院承担起引进优质内容、培养观众、拓展市场的责任, 打通音乐剧产业链的各个环节, 营造出一个良性发展的生态圈。”北京天桥艺术中心管理有限公司总经理张利表示, 将来一定还是坚持做原创音乐剧, 毕竟, 中国观众对本民族的故事有更多认同感, 而且中国一直不缺好的IP, 缺的是好的表达。

## 广东召开全省文化系统文化产业工作会

本报讯 (驻广东记者谭志红 通讯员程薇) 11月28日, 2018年广东省文化系统文化产业工作会议在珠海市召开, 这是广东省文化和旅游厅成立以来举办的第一个全省性工作会议。

广东省文化和旅游厅厅长汪一洋在会上指出, 做好全省文化和旅游产业发展工作要抓住机构改革, 加强宣传引导, 理顺文化和旅游的关系, 做好融合发展的顶层设计; 要抓大湾区建设, 围绕大湾区城市经济带建设, 积极探索开展大湾区文化和旅游产业与优势项目的对接; 要抓均衡发展, 引导各地根据资源禀赋和功能定位, 走特色化、差异化发展之路; 要抓对外开放, 在更高的水平上进一步扩大开放,

提高开放水平, 将广东省打造成文化产业高水平对外开放门户枢纽; 要抓政策保障, 加大政策创新和执行力度, 进一步推动完善文化经济政策体系, 更好地发挥政策措施的激励和引导作用。

会议还公布了2018年创建省级文化产业示范园区名单、省文化文物单位文化创意产品开发试点单位名单和第二批广东省文化旅游融合发展示范区名单。其中, 盛达电子信息创新园等8个文化产业园区被评为省级文化产业示范园区, 广东省文化馆等16家单位入选文化创意产品开发试点单位, 广州沙湾古镇等6个旅游区成为第二批广东省文化旅游融合发展示范区。

## 山西排查文化旅游市场隐患

本报讯 (驻山西记者杨洲 郭志清) 为做好岁末年初安全生产工作, 有效防范和坚决遏制特大安全事故的发生, 近日, 山西省文化和旅游厅发布通知, 要求各市县紧盯重点时段、重点领域安全工作, 认真组织开展文化旅游市场问题隐患“清零”行动, 坚守安全底线, 扎实开展平安文化市场、平安景区创建活动。

通知要求, 各市县职能部门要结合当地实际, 加强对旅游企业的安全监管, 加强对旅行社租用旅游客运营车辆的监管, 严禁租用无营运资质的旅游车辆; 及时关注天气及路况, 根据天气状况及时调整团队行

程, 坚决预防涉旅交通事故的发生; 强化旅行社对游客的行前提示, 特别是境外安全注意事项, 确保出境游客的生命财产安全。

通知要求, 各市县职能部门要督促指导旅行社、A级旅游景区、星级饭店等企业认真开展风险评估、隐患排查等工作, 落实各项安全防范措施, 加强与公安、交通、气象等部门的联系, 强化对各类地质灾害的预测预报和预警工作, 及时发布各类安全预警信息; 如遇有突发事件, 第一时间向当地政府、省文化和旅游厅报告, 同时做好抢险救援工作, 确保有效处置各类突发事件。

## 南京颁出文化产业“金梧桐”奖

本报讯 (驻江苏记者王坤) 11月28日, 第六届南京市文化产业“金梧桐”奖颁奖典礼在江苏南京国家领军人才创业园举行, 原力动画、春雨教育、分布文化等10家企业获得“南京文化企业十强”。

本次活动旨在表彰文化企业2018年度在改革创新、跨界融合、转型发展、做大做强等方面取得的突出成绩, 助力培育具有自主知识产权和核心竞争力的企业。与往年相比, 本届“金梧桐”奖在奖项设置、评选过程和表彰嘉奖上做了优化提升, 设置了文化企业十强、文化产业创新奖、年度贡献人物、年度影响力品

牌活动、南京都市圈最具投资价值文化企业三十强五大奖项, 注重鼓励和引导文化企业、文化项目和文化企业家的创新创业。

据了解, 2017年南京文化产业增加值达到703亿元, 占GDP比重保持在6%以上; 在江苏省文化发展绩效考核中, 南京连续7年排名第一。目前, 南京有文化企业逾2.1万家, 挂牌上市文化企业64家, 规模以上文化企业1471家, 同比净增17.8%。2018年上半年, 全市规模以上文化企业实现营业收入1185.5亿元, 同比增长8.8%; 实现营业利润59.3亿元, 同比增长9.6%。

## 1200余部剧本在北京推介

本报讯 (记者罗群) 由北京市委宣传部、北京市文联共同主办的第六届北京剧本推介会, 于11月26日至28日在北京举办。

此次推介活动设置剧本展示区、“互联网+”剧本超市体验区、院校院团展区、文化公司及编剧机构区、编剧权益保护区、编剧成长服务区六大展区, 集中推介了1280部剧本, 包括今年面向社会征集的作品以及北京5个文联协会征集的主题作品和往届优秀作品。

据介绍, 本届推介会有五大亮点: 一是“互联网+”剧本超市升级改造, 推出新服务, 增强互动性, 方便编剧与文化公司供需双方进行更有效的对接; 二是通过举办名家讲座、走访编剧工作室和剧组等活动, 帮助编剧成长; 三是与更多的院校、院团进行战略合作, 完善对接服务机制; 四是吸引更多的市场运营机构参与, 实现编剧与市场的零距离接触; 五是推进创作扶持项目签约, 为剧作者提供更有效的创作扶持机制。

## 2018中国游戏行业年会在武汉举行

本报讯 (记者张婧) 11月23日, 由中国文化娱乐行业协会主办的2018中国游戏行业年会在湖北武汉举行, 来自腾讯、索尼、畅游、巨人、金山等知名数字文娱企业的嘉宾代表300多人参加年会。

中国文化产业协会副会长刘金华在年会发言中说, 文化娱乐行业如今面临新的发展环境和机遇, 协会希望携手业内代表企业积极探索新的发展模式和转型升级路径, 共同推动数字文娱行业发展迈上新台阶。腾讯集团副总裁程武、中央美术学院城市设计学院院长王

中、大玩家集团董事长维军、温莎集团总经理魏斌、完美世界高级副总裁顾黎明、网易企业发展部副总裁庞大智等嘉宾发表了不同主题的演讲, 交流了各自对行业发展现状和未来趋势的看法。“借助互联网飞速发展的东风, 在政府部门的大力支持下, 中国数字文化产业的发展在全球占据了领先地位。未来, 腾讯希望基于多领域、多业务的融合探索, 以坚定的决心、无限的想象力和具有前瞻性的眼光, 为推动数字文化产业发展、增强国家文化软实力做出应有的贡献。”程武表示。

## 亚洲休闲户外产业峰会聚焦文旅融合

本报讯 (记者程佳) 日前, 由亚洲休闲体育旅游行业协会主办的2018亚洲休闲户外产业峰会在北京启动。本次峰会以“跨界融合, 领创未来”为主题, 包括2018亚洲休闲户外产业高峰论坛、2018亚洲山地户外拓展挑战赛和行业资本对接会。其中, 高峰论坛聚焦户外、旅游、文化、特色户外运动的融合发展, 邀请了马来西亚青年运动总会会长、新加坡外展协会代表等

嘉宾展开对话。此次峰会期间还发布了年度优秀企业、优秀个人榜单, 并举办各项战略合作意向投资签约仪式。12月15日, 2018亚洲山地户外拓展挑战赛将在浙江省杭州市桐庐县瑶琳镇举行, 比赛项目有团队浮桥、双人攀岩、山地户外越野赛、露营大会等。此外, 在此次峰会启动仪式上, 亚洲休闲体育旅游行业协会中国分会正式成立。

## 成都戏剧市场观察: 场馆和作品短板待补

本报驻四川记者 付远书

近日, 由成都市文化广电新闻出版局主办、阿里巴巴集团旗下大麦网承办的首届天府戏剧节论坛在成都举行, 双方在论坛上联合发布的《成都戏剧演出市场报告》(以下简称《报告》)显示, 近年来成都戏剧市场发展迅速, 2018年较上一年增速达74%, 票房收入超5600万元, 仅次于北京、上海、杭州, 全国排名第四。尽管如此, 现场仍有不少业内人士认为成都戏剧市场发展不理想, 原因何在?

### 场馆不足 阻碍戏剧市场升级发展

数据统计显示, 2017年的中国活力场馆20强榜单中, 西南地区唯有重庆大剧院上榜。这让2014年就落地成都的开心麻花成都分公司总经理李燕十分汗颜, 据她透露, 因为缺乏高端场馆, 很多优秀剧目无法引进成都, 仅今年, 《芝加哥》《猫》《保镖》等国际知名剧目都是因为场馆档期问题未能到成都演出。

据记者了解, 目前成都演出市场的高端场馆奇缺, 一些非标准场馆只能满足简单的儿童项目、小型话剧、音乐会等演出。“这对本地的文化消费市场发展来说, 非常遗憾。”李燕认

为, 因为缺乏适合的场馆载体, 成都观众少了很多接触更高级、更多元的戏剧文化的机会, 也阻碍了本土演出运营机构、戏剧制作公司和国际一流戏剧团队的学习交流, 在很大程度上制约了成都戏剧市场的发展。

当下城市的剧场不仅仅是一个培养观众的演出场所, 也渐渐成为亲子沟通、社交互动的文化消费阵地。为此, 成都市政府也在加大文化基础设施建设, 据四川省锦城艺术宫总经理刘传介绍, 新建的成都城市音乐厅、四川大剧院明年将投入使用, 届时成都将拥有5个大剧场接纳高端演出。

### 重视源头 扶持不应只有惠民补贴

“因为我在场馆事业部, 也做票务系统, 最近有个发现: 惠民补贴需求特别多。”大麦网场馆事业部总监胡乐天认为, 惠民补贴作为地方政府扶持戏剧市场的主要措施, 虽然见效快, 却容易忽视行业的基础建设。

数据统计, 近年来, 成都市政府惠民补贴力度空前, 比如, 由成都市文广新局创办的2017“蓉蓉蓉城”精品剧目展演季实行直补票价, 近70部

优秀剧目的票价最高补贴80%; “文创成都”APP在2018新春文化惠民消费季期间投入400万元的积分补贴; 投入490余万元启动的“天府戏剧节”惠民项目, 市民可享受票价两折(每张票最高减80元)的补贴……

“补贴不一定都得用在观众端, 也可以往生产端倾斜, 以保证行业源头的供给。”胡乐天说, 国外成熟的戏剧市场对观众端的补贴并不多, 政府更多把精力用于扶持公益性或非营利性机构, 培养人才和内容。“政府只要保证行业拥有创作表演能力的人才以及落地场馆的支撑力度, 就足够了, 而售票端、销售端、观众端, 交给市场就好。”

“要及时发现好演员和好编剧, 给他们提供一定的支持, 让他们有充分的时间潜心创作。”成都市川剧研究院国家一级编剧、电视剧《伪装者》编剧张勇表示, “有了前面的保障, 相信通过我们的努力, 能让观众自己买票走进剧场。”

### 缺乏代表本土市场的现象级原创作品

《报告》显示, 2018年成都地区话剧和音乐剧演出只有682场, 票房

收入却超2900万元。其中, 明星版话剧、开心麻花系列、孟京辉经典作品等优质剧目, 加速了成都话剧票房的增长; 成都戏剧演出50%的场次由本地院团创作, 较2017年同期提升了12%, 川话版《茶馆》、话剧《苏东坡》、音乐荒诞喜剧《欲望街角》、舞剧《长风啸》等本土明星剧目, 备受观众喜爱。

有业内人士认为, 目前成都仍缺乏能代表本土市场的现象级原创作品。调查也表明, 仅成都市区, 戏剧市场还有8000万元的票房空间, 这是成都本土院团的发展机遇所在, 也在提升剧目品质、完善营销手段、建立演出院线等方面提出了挑战。

据刘传介绍, 为整合四川省演艺资源, 下一步, 将以四川大剧院为龙头, 组建四川省剧院院线, 制定院线五年发展规划, 引入风险投资, 打造IP“三部曲”, 逐步建立统一的宣传营销平台和票务网络, 和各成员单位之间真正实现资源共享。李燕也希望, 未来成都的剧场运营方不要抱着“房东租赁”的思维, 而要更积极地参与到戏剧制作、管理运营中, 携手推出优秀的“四川作品”, 走向全国。



11月22日至29日, 由聚橙网出品的中文版音乐剧《深夜食堂》在北京世纪剧院上演。

该剧改编自日本漫画家安倍夜郎同名漫画作品。中文版音乐剧《深夜食堂》获日本版权方授权, 邀请了韩国资深音乐剧导演金动渊、联合导演朴智慧及中方导演高瑞嘉共同执导, 由韩国创作团队改编, 由中国演员演绎。北京演出之后将开启广州、深圳巡演。

图为演出剧照。(张婧)