



文化|滋养|民族



新闻|启迪|财智

首都演艺周刊

Beijing Performing Arts Weekly

总第179期 今日4版 每周五出版
联合主办 北京市文化局 北京日报社
主编 卢扬 执行主编 王嘉敏

B1-B4

2018.1.12

解码北京17亿元演出票房势能

北京市文化局、北京演出行业协会1月8日发布的数据显示,2017年北京市演出票房达17.17亿元,观众人数比上年增加了4.4万人次,总数达1075.8万人次,均达到近年来最高水平。在这些数据背后,北京市演出市场也涌现出新的发展特点。戏曲演出借直播扩大受众面;“场团合一”促舞蹈类演出场次大涨;丰富的展演活动为剧场运营注入新活力。这些特点不仅是吸引观众的砝码,也是北京市演出市场票房的有效支撑。



戏曲搭上直播快车

传统戏剧艺术已不再是冷门演出项目。数据显示,2017年传统戏曲演出2164场,比上年增长了8.3%。演出数量的上升,一方面是由于北京市文化局和戏曲文艺院团积极推动落实《关于支持戏曲传承发展的实施意见》,另一方面则是因为传统戏曲积极与现代媒体融合发展,通过“直播+戏曲”的模式,让更多年轻人接触、了解和喜欢戏曲,引导观众进入剧场现场欣赏。

2017年5月,陌陌直播推出京剧、昆曲直播专场,国家一级演员、北方昆曲剧院邵天帅和梅派传人、北京京剧院青年演员白金亮相。在接近两个小时的直播中,邵天帅和白金分别表演了《牡丹亭》《长生殿》《贵妃醉酒》等经典昆曲、京剧曲目,并普及了关于戏曲妆容、服饰等基础知识,展示了“唱念做打”戏曲基本功,当晚共有来自天南海北的140万人次观众观看了这场直播。

与此同时,北京京剧院的青年演员谭正岩也借助直播,让更多的观众关注国粹,关注京剧演员这个群体。但直播并非年轻人的专利,尚小云的嫡孙女、年近七旬的京剧表演艺术家尚慧敏也加入了直播的行列,在排练时还会与网友进行互动。

业内人士指出,戏曲艺术单纯靠老一辈们在戏园子演戏、靠戏迷口碑传播已经不能完全满足国粹发展的需求。由于古老戏曲艺术仍旧散发着独有的魅力,

越来越多的传播手段为戏曲艺术与戏迷甚至市场之间牵线搭桥。特别是在京剧观众日益老龄化的背景之下,更需要新的传播手段去推动这项古老的艺术迸发新的生命,而年轻人聚集地直播平台,也成为曲艺国粹交流、传承的新舞台。通过线上交流扩大受众面,传统戏曲的线下演出需求量自然随之上升。

舞蹈演出受热捧

舞蹈类演出在2017年交出了一份亮眼的成绩。2017年,北京舞蹈类演出场次为428场,比上年上涨31.3%,票房收入达7731万元,比上年增长42.1%。多个剧场加大舞蹈市场开拓力度,国家大剧院、北展剧场等剧场也积极举办舞蹈演出,引进立陶宛国家歌剧院芭蕾舞团、俄罗斯国家芭蕾舞团等众多国外知名团体,演出场次均大幅增长。

运营机制的深化也让舞蹈类演出能够更好地走向市场。仅以天桥剧场为例,此前天桥剧场虽然由中央芭蕾舞团管理,但还是“单打独斗”的态势,为了谋求长远发展,天桥剧场将艺术生产和演出经营、剧场运营捆绑在一起,借助“场团合一”打通了演出产业上游和下游的连通渠道,有利于剧目、剧团、剧场的品牌打造。2017年,天桥剧场舞蹈演出场次达70场,增长幅度达45.8%,成为北京舞蹈演出场次最多的剧场。

数量增长的同时,舞蹈演出的题材也越发多样化。古典芭蕾舞《舞姬》以恢弘磅礴的场面氛围和曼妙婀娜的芭蕾

舞姿诠释了一段唯美的爱情故事;吴晓波舞蹈剧场作品《X》以身体为媒介,为人们揭示个人与世界、他人以及自我的关系;大型民族舞剧《丝路长城》用足尖诠释京剧经典;舞·乐《十二生肖》则从舞蹈的视角解读民俗经典。

在演出行业评论人周平看来,相较于话剧、歌剧,舞蹈艺术更为抽象,虽然肢体表现极具美学张力,但是所表达的思想内涵却需要更深层次的解读,因此舞蹈演出想要扩大影响力,还需要在艺术普及上下功夫,在演出活动之外,舞蹈院团也可以举办公益讲座、舞蹈体验坊等特色活动,通过讲解与亲身体验,挖掘市场中的消费潜力。

剧目展演带活剧场

作为演出的载体,剧场运营活跃度与行业发展息息相关。数据显示,大中型场馆演出票房对北京演出市场贡献最高,收获7.72亿元,占总票房的45%。各大中型剧场积极举办戏剧节、演出季等活动,扩大剧场影响,逐步成为了行业品牌。

今年恰逢中国话剧诞生110周年,北京市剧院运营服务平台推出了“纪念中国话剧110周年演出季”,联合中国话剧协会、东城区人民政府推出了“纪念中国话剧诞生110周年暨戏剧东城10周年”系列文化活动,国家话剧院举办了纪念中国话剧诞生110周年展演等活动均落地各类剧场,而国家大剧院举办的“国家大剧院歌剧节”“国际戏剧季”,

北京喜剧院的“喜剧艺术节”等剧目展演,也汇集众多国内外好戏吸引观众。

与此同时,小剧场则成为活跃北京演出市场的重要板块,全年演出场次达8199场,占演出总场次的33.4%。年演出场次超过200场的小剧场高达18家,包括繁星戏剧村壹剧场、雷剧场等;年演出场次超100场的小剧场数量达31家,占小剧场总数的五成。

通过开展基层公益性演出活动,丰富了基层群众文化生活,提高了艺术欣赏水平,在培育了文化消费习惯的同时,郊区剧场利用率也得到提升。顺义区影剧院共演出197场,比上年增长了47%;大兴剧院积极引进北京京剧院、中国木偶艺术剧院、开心麻花等知名院团演出,让居民在家门口欣赏高水平艺术,带动票房收入增长;平谷影剧院开拓思路,通过会员制、惠民演出等多种方式培育市场,平均上座率超过80%。

大型体育馆向来是不少演唱会的标配,但事实上,剧场正逐渐成为演唱会的又一聚集地。在2017年举办的282场演唱会中,专业剧场演出数量多达200场,为音乐人从Livehouse到大型体育馆演唱提供了中间过渡平台,更好地促进了演唱会市场发展。但周平指出,剧场经营多样化的同时也要注意提升服务质量等软实力,才能在市场中凸显差异化竞争优势。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏/文
贾丛丛/制表