

打响上海文化品牌

演艺新空间催生全新业态

原创好戏激活 演艺大世界



马上评

文艺之城

□ 赵玥

如雨后春笋般涌出的上海演艺新空间,正在让戏剧艺术变得更加可亲,让这座城市也有了更多文艺气息。

记者昨天从黄浦区文旅局了解到,1至5月,演艺大世界总计演出13870场,剧场与演艺新空间年内观众总人次为77.59万。其中专业剧场演出场次比2019年同期增长超过10%。可以说,疫情倒逼催生了戏剧原创生产力蓬勃加速发展。

截至目前,上海的演艺新空间已增至80家,演艺新空间与剧场叠加带来的演艺资源密度,已大大超出了演艺大世界规划时的数据设想。演艺新空间和专业剧场配套打出的演艺大世界“组合拳”,更是从人民广场核心区辐射到了全上海。

未来,越来越多的演艺新空间将扮靓上海,让市民和游客在这座文艺之城观演更便利。



一直以来,杂技与魔术都是百年大世界的经典游艺项目。第五届大世界杂技魔术节正在举行,一楼大舞台、二楼戏曲茶馆和四楼摩登剧场都变身“魔幻秀场”,每天将有多台精彩杂技秀、近景互动魔术杂技表演和海派魔术舞蹈表演轮番上演。观众和游客在穿梭“探秘”的同时,更有机会在大世界不同空间内偶遇奇趣巡游,与小丑、草帽舞、高跷人等惊喜邂逅。

文化广场的户外舞台演出季同样走过了三季,除了上座率近乎100%的音乐剧演员音乐会等演出,还有凡几市集等潮流集市,192家创意品牌摊位在一个周末内吸引超过12000位潮流人士参与,队伍一直排到了淮海路。在这个适合出游的季节,文化广场化身都市中央的“桃花源”,带着观众一起“轻艺术、重休闲”。

此外,中国大戏院除了推出建党百年主题的多媒体舞台剧《红色的起点》,还将与上海的红色资源相结合,推出边逛红色路线边沉浸式观演的相关策划。以《吐槽大会》和《脱口秀大会》闻名的笑果文化也正在规划一个全新的喜剧街区,打造年轻人的聚集地和上海喜剧新地标。本报记者 赵玥

爆款戏剧带动商旅融合

“我去年早点下手就好了”,亚华湖院线总经理阮豪怎么也想不到,打造了《阿波罗尼亚》这部爆款剧,会让汉口路650号的亚洲大厦今年的租金同比翻倍。当初因为找不到合适的小剧场,阮豪便将亚洲大厦的格子间改造成了星空间,现在已经改造了八层,专门用于演出沉浸式戏剧。在现有的八个星空间里,星空间1号和2号已被正式授牌为上海演艺新空间。阮豪透露,今年8月将开出另外两个星空间,年底还有八个星空间要开出。有观众戏称,亚洲大厦让自己产生错觉,好像每一层都是剧场,好戏怎么也看不完。一位在四楼观看音乐剧《阿波罗尼亚》的粉丝就云淡风轻地说:“这部剧我才看了10遍。”

更让阮豪意外的是,以前很少有观众要看的午夜场,现在卖爆了。在亚洲大厦,每到周末都能看到拖着行李箱来看戏的长三角观众,晚上到上海,第一站先打卡午夜场《阿波罗尼亚》或者《桑塔露琪亚》,然后在大厦内找一间民宿住下,第二天看看中国大戏院的音乐剧《贝多芬》,或者上汽·上海文化广场的音乐剧《赵氏孤儿》。

小小演艺新空间,聚集起文商旅的业态新融合。从事戏剧活动的同时,阮豪顺势带着把这幢楼的招商引资也带着做起来,他说:“现在已经有六七家文化公司开进来了,小剧场比大剧场更利于孵化团队、聚集人才。”

环境戏曲彰显国潮复兴

若论文旅融合,豫园·海上梨园拥有得天独厚的优势条件,每年有超过4600万人次的游客到访豫园。自6月起,昆曲《浮生六记》每月在海上梨园驻演一至两场。哪怕你只是在九曲桥边闲逛,也有可能偶遇这部量身定制的驻演作品的开篇。

通过豫园华宝楼户外广场、海上梨园露台及室内等多个沉浸式场景转换,海上版的《浮生六记》展现出诗意的江南文化。当观众随着演员从户外走进室内,换票入场时,会收到一封公子留下的信件,跟着信中的指引行至某个地点等待演出开场,还有小童挑着卷轴、拿着铃铛担当好似单机游戏里的非玩家角色。

海上梨园副总经理施义俊透露,下半年海上梨园还将和上海越剧院合作《红楼梦》的驻场演出项目,让这部经典以新的面貌呈现给更加年轻的观众。同时,豫园的国潮戏剧节,二十四节气对应的时令演出以及七夕等应节演出,也让这里成为年轻人争相打卡的国潮聚集地。

户外舞台拓展演出空间

去新天地品尝一下国宝“味道”

上博“博观悦取”文创咖啡体验店亮相



本报讯(记者 乐梦融)一块烙上青铜花纹的酥饼,放在“大克鼎”中,让首批游客品到了国宝的“味道”。昨天,上海博物馆与凯悦酒店集团共同推出的全新咖啡品牌——“博观悦取”文创咖啡及第一家体验店在新天地太仓路123号(黄陂南路路口)揭幕。

这里原为上海博物馆衍生品商店(新天地店)。在一楼大厅,“博观悦取”的金色店招非常醒目,咖啡香味扑鼻,各类文创产品和展览图录在崭新氛围中展示,如大克鼎模型、乾隆青花缠枝莲纹杯等。这家文创咖啡体验店突破了博物馆的边界,从馆藏文物中获取灵感,将青花瓷、缂丝花鸟、顾

绣花卉虫鱼等元素融入饮食中,由金茂君悦大酒店出品,独创了一系列博物馆联名款中西糕点,令公众在充满海派气息、江南雅韵的空间中,一边品尝文创咖啡与点心,一边阅读文化书籍、体验和购买文创产品,感受博物馆文化和咖啡文化相结合后释放出的独特魅力。

“博观悦取”四个字的字体选自上海博物馆馆藏《石台孝经》清拓本中的字体,以中国传统文化元素与时尚咖啡文化相碰撞,为公众打造一个多功能的复合文化空间,集茶歇小憩、文化欣赏和沙龙雅聚为一体,为市民和游客营造更加舒心和动心的文化体验。



■“博观悦取”文创咖啡体验店外景

本版摄影 记者 郭新洋