

文体汇



扫一扫添加新民体育、新演艺微信公众号

文化空间新活力

聚人气 聚活力 剧场成「聚场」

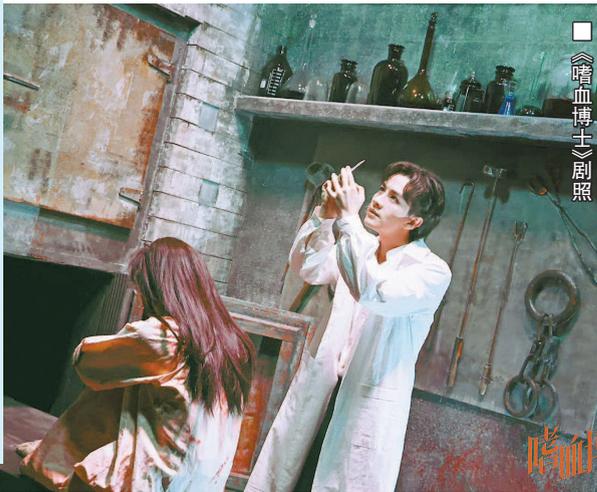
上海演艺空间集群成为文商旅流量引擎

每当夜幕降临,形形色色的年轻观众从四面八方赶到演艺大世界的核心区人民广场商圈,从他们的穿搭上,便可以一眼辨认出目的地,背着《灯塔》帆布包的女孩,大概率去的是亚洲大厦,拿着《丽兹》票夹的观众,可能会直奔大世界,戴着黑红色口罩的,或许是去第一百货看《嗜血博士》的……

追剧人口中的“快乐老家”,迅速从亚洲大厦这座垂直生长的戏剧街区,发展成了亚洲大厦、大世界、第一百货三点构成的黄金三角,高度聚集的小剧场地标让这里成了全国剧迷奔赴上海的一大理由。纵使素不相识,因为同样的热爱,观众熟练地走进一个个造梦场,沉浸其中,好像走进麻瓜看不见的霍格沃茨魔法学校。



《阿波罗尼亚》剧照



《嗜血博士》剧照

爆款聚合沉浸演艺时代

“暑假想要来上海看音乐剧,姐妹们有卡司推荐吗?”“又是入沪连打的一周,真的不能离开剧场。”“入沪连打,快乐加码。”在社交平台上,这些人似懂非懂的圈内术语,成了陌生网友迅速辨别“自己人”的方式。

对于苏浙的观众,周五晚上坐高铁来到上海,当一回“周末上海人”是家常便饭,更远的观众会利用寒暑假或者年假,入沪连打——也就是一连购买多场演出票,此行专为看剧而来。他们的观剧日程做得比旅行攻略还要仔细,因为要平衡亚洲大厦、大世界和第一百货之间的剧目、演员阵容、时间,穿插期间的步行时间和吃饭时间也要考虑进去,能看8场,绝不只买7场。你甚至不需要先去酒店放行李,许多成熟的剧场都可以提供行李寄存服务。

时间回到3年前的8月,一部名叫《阿波罗尼亚》的环境式戏剧在亚洲大厦试演,命运的齿轮开始转动。或许当时谁也无法预料,这间名不见经传的“小酒馆”里,仅凭三个男演员就让剧目的口碑和票房开始呈指数级增长——演到第二周时,第三周的票卖光了,9月开票,10月的票一下就被抢光,制作人汉坤才敢相信,好像成了。

《阿波罗尼亚》的爆红带来亚洲大厦的衍生。越来越多不同类型的演

出在亚洲大厦“安家”,音乐剧、话剧、舞剧、脱口秀、相声等多种演出形式全面开花,越来越多的制作公司从打着安全牌的版权剧起步,到了信心和底气去制作原创剧,甚至音乐剧《翻国王棋》还首次实现了中国音乐剧版权“出海”,年底就能看到韩国版《翻国王棋》的上演。

演艺带动城市空间更新

随着镜框版的《阿波罗尼亚》《桑塔露琪亚》走进全国各地的传统剧场,《你好,我找Smith》《疯狂理发店》等环境式作品也入驻各地的演艺新空间。上海沉浸式演艺和小剧场空间的玩法之多样,也吸引了越来越多的城市前来取经。大世界副总经理许丽粗略算了一下,大世界一年要接待大约一百位市长的考察。

业态的转型,从大世界的营业时间可见一斑。“我们的开门时间变成了中午11时到23时,晚上也只是关了大门,一楼商铺可能会营业到次日凌晨2时。”许丽介绍,开心麻花在大世界创造了一个奇迹,一天能演出四场,散戏时已是次日凌晨,观众们依然可以有地方吃夜宵、小酌。

据说在上世纪30年代,戏迷们在大世界捧完角儿,便在如今的云南南路宁海东路口,找一位摆摊的小贩喝一碗鸡粥,他家的白斩鸡还吸引、征服了在大世界学艺唱戏的周信芳、盖叫天、赵丹、施春轩、笑嘻嘻、范哈哈、杨华生等一批名角儿,也因而成就了上海人最熟悉的吃鸡老字号——小绍兴。

当年小绍兴摆摊的街口,如今闪烁着大世界演艺夜市的霓虹灯光芒,这座老上海的地标即便是工作日的晚上也人头攒动,随意走进一家沿街商铺,都可以直接步入大世界。从二楼到四楼,每一个小空间里都大有乾坤,沉浸式游戏剧、二次元音乐剧的驻场演出让人眼花缭乱,未来这里还将推出全息投影演唱会,虚拟偶像甚至可以走到观众席和粉丝互动。

在许丽看来,大世界如今的华丽转身,源自百年如一的用户需求导向。一楼的餐饮解决了观众看剧前的用餐需求,深夜食堂和酒馆的入驻,让散戏后的观众讨论剧情有了“据点”。希望和演员面对面?没问题,大世界在中庭舞台推出了戏剧派活动,曾经需要拼速度、

记者手记

新演艺新活力

《阿波罗尼亚》诞生后的3年里,一部部爆款不断诞生,一间间办公室、老旧空间、闲置展厅好像踏上了流水线,输出成了或温情,或奇幻,或惊悚,或浪漫的小剧场,强互动、好体验、多选择成为观众N刷的理由。当然,会有票房不好的剧目,很快,观众便会发现剧场门口已经换上了新剧预告,幕后若干家充满活力的制作公司,让这些演艺新空间永远涌动着新鲜感。

这些空间串联起的文化地标,并非传统观念里单一的剧场业态,而是成了演艺娱乐的消费集聚区。

如果说小剧场文化的1.0时代是演艺和消费的结合,比如你可以楼下吃饭、楼上看戏,2.0时代就是演艺和消费的融合,你可以在餐厅看即兴表演,也可以在剧场好似进入了一家酒吧,3.0时代则是演艺和消费的创新,一旦进入到建筑的任何一个空间,都可能触发不同的戏剧体验。

当年的上海大世界百戏杂陈,如今的演艺大世界依然百花齐放,一个个充满能量的演艺新空间,让戏剧无时无刻不在发生,更让全国的年轻观众找到了文化、商业、旅游相结合的归属感。

赵玥

碰运气的“SD现象”成了大世界的常态文化产品,专门设在演员空档的周一、周二。比如在《猎罪图鉴》戏剧派现场,观众不仅可以看到剧中曲目的表演、经典名场面的重现,还有意想不到的游戏挑战、粉丝来信、幕后创作解析等环节。“文化+演艺+消费”融为一体,通过一场以戏剧为主题的派对形式,把主题游园、戏剧演出、剧宣推广、文创消费等内容深度融合,搭建起共创共融的产业土壤。

剧场生成商旅流量引擎

小剧场文化的跨界融合,不仅盘活了很多商业建筑里的一些场地“死角”,更让许多商场、街区、老厂房等每一个渴望年轻人的空间,有了焕新的机会。

就在不远处的第一百货商业中心,相似的更新故事正在热演。在这里,文化进入吃喝玩乐多元业态矩阵,为这座“中华第一街”上的商业零售地标掀开了“百乐潮都”的新篇章。商场的A、B馆此前已经引入“守映礼”“橘子脱口秀”和“笃合书局”“艺术上海”等文化空间。今年上半年C馆也陆续引进绮丽次元街区等年轻品牌,星空间这样沉浸式剧场的人驻更是让这个即将百年的老字号吸引来源源不断的年轻人。

“星空间为商场注入了新的活力,这些空间是吸引年轻人的流量引擎,也成了商场焕新年轻力的抓手。”第一百货商业中心副总经理桂琳透露,“6月份商场年中庆联动多业态,客流同比2022年增加了196%,销售同比增长了93%。”待星空间运营成熟后,商场还将借助星空间独特艺术业态,打造特色文化节。

同样在6月,上海大世界在江苏盐城开出了分会场——珠溪剧场,千年珠溪古镇得以与头部演艺资源相拥,不仅有开心麻花、猫眼娱乐、中国好声音等品牌在这里打造多样化演艺活动,还有大世界演艺资源交易平台持续赋能古镇创新升级,以古镇古街为载体,凝聚更多主题性、创新性演艺产品形成品牌集群。许丽透露,今年国庆节期间,整个珠溪古镇将成为一部全新沉浸式游戏剧的发生地,无论是住店、吃饭、游玩,都将触发全新的戏剧体验,“玩家可以在餐厅制作麻花、一起喝咖啡破案,夜宿可能会碰到演员敲门相邀做游戏,当消费业态和演出不断迭代,小剧场文化未来能和所有商业业态创造更多可能性。”

本报记者 赵玥

