



国际一流名家 为何首选上海?

文化娱乐现象述评

今晚,新“三大男高音”之一的德国戏剧男高音乔纳斯·考夫曼,将在上海大剧院带来中国大陆巡演的唯一一场独唱音乐会《时间之外的旅行》。昨晚和明晚,“世界第一弄臣”——83岁意大利男中音列奥·努奇首次来沪,在上交音乐厅上演其代表作、全本威尔第歌剧《弄臣》,昨晚的指挥张楷感叹:“他一点儿也没收着唱!”上周末,国际舞坛“顶流”赫发什·谢克特带来刚获得英国奥利弗戏剧奖年度最佳舞蹈新作提名的《盗梦剧场》,在国际舞蹈中心进行了“亚洲首演”……国际一流艺术家名家,为何总是首选上海?

首先,当然是与国际接轨的上海演出市场的“自我要求”。经济生活方面,上海欢迎海内外品质优异的商品来沪开“首店”,并会给予相应优惠政策;文化生活方面,上海积极推动国际一流名家把中国首演、亚洲首演的第一站,放在上海。“演艺大世界”以及各大剧院,也率先欢

迎卓越艺术家的首演——最好还是“世界首演”。

其次,上海文艺工作者本身就与国际艺术潮流保持同步判断。国际文化大都市的定位,让上海每年有着“文艺四季歌”的固定文化节庆,其中包括中国上海国际艺术节、上海之春国际音乐节、上海国际电影节和电视节、上海书展等。因此,上海演出市场长期稳定地需要高品质艺术节目,且顺应市场需求不断求新求变。例如,新“三大男高音”指的是德国的考夫曼、墨西哥男高音维拉宗和秘鲁男高音弗洛雷兹。考夫曼率先前来,而与他合作过的女高音乔治乌等,此前也来沪亮相。

再者,上海的观众、听众能让主办方“赚”回票房,赢得声誉。考夫曼今晚聚焦的德国艺术歌曲,事实上早就出现在我们生活之中。小学音乐课本上的《乘着歌声的翅膀》就是其中的典型——门德尔松作曲、海涅的诗歌为词。曾经由蓝天野等人在沪上演的话剧《冬之旅》,就取

名自舒伯特的声乐套曲……而谢克特的《盗梦剧场》更是在两个月前刚开票时就被“秒”空。这当然与他隔三差五带新作来上海首演有关——他早就通过上海首演,在中国舞蹈圈内外俘获大批观众,不少观众愿意为他从国内其他城市飞抵上海。

当然,最为重要的是无论海内外艺术家,还是观众,他们都喜欢上海这座城市。抵沪第二天,列奥·努奇就与妻子手牵手游览上海,并在外滩留下深情一吻的照片——这是对彼此的爱,也是对上海的爱。

因为“亚洲首演”“中国首演”的魅力,又使得演出成为“文旅融合”中的一环——观众也是游客,会在周末安排上海两天一晚乃至三天两晚的观演行程,自然也形成“文旅商体展促消费”的局面。一到演出前,剧场周边的餐厅总是人满为患,周边的酒店入住率也提升……

因为有国际名家名团首选上海的艺术呈现,上海的文艺生活给海内外观众和游客都带来了美好与“下一轮为谁而来”的期待。

本报记者 朱光

世界“新三大男高音”之一

乔纳斯·考夫曼重返申城

今晚,世界著名男高音乔纳斯·考夫曼将携手钢琴家赫尔穆特·多伊奇,在上海大剧院带来独唱音乐会“时间外的旅行”。作为“新三大男高音”之一,这是

考夫曼时隔八年再度访沪,也是此次巡演中国大陆唯一一站。

考夫曼是当代古典乐坛极具影响力的男高音,声线迷人、技巧卓绝,表演极具戏剧冲击力,被赞为“多明戈接班人”。他戏路宽广,横跨德、法、意歌剧,古典与现代音乐皆能驾驭,11次获德国古典回声奖,多次被权威音乐杂志评为“年度歌唱家”。他曾分享道,每一首艺术歌曲都像是一个微观世界,蕴含着诗人与作曲家的深刻情感和时代印记。他在演绎时,总是全身心投入,试图挖掘出作品最本真的内涵。

此次音乐会曲目涵盖舒曼、李斯特、勃拉姆斯和理查·施特劳斯的经典之作,带领观众回溯19世纪浪漫主义时代。考夫曼认为,舒曼的作品,如《克尔纳诗歌集》,充满了对爱与自然的赞美,是一种自我反思式的内心独白,演唱时要细腻展

现出内心两个自我的对话以及对远方爱人的渴望。李斯特的作品,交响性与戏剧张力十足。像《莱茵,美丽的河流》和《罗蕾莱》描绘了大自然与神秘传说,而《三个吉普赛人》则展现了对自由的强烈向往。勃拉姆斯的艺术歌曲在抒情性中融入了理性思考,演唱时需在质朴的旋律中传达出深沉的思辨情感。而理查·施特劳斯的作品犹如“微型歌剧”,演唱时要找到极致华丽与戏剧感的平衡点,才算完美。

考夫曼的艺术歌曲成就离不开与钢琴家赫尔穆特·多伊奇的默契合作。多伊奇是德奥艺术歌曲的权威诠释者,曾与诸多传奇歌唱家合作。他的钢琴伴奏细腻、表现力强,与考夫曼共同录制专辑、举办音乐会,二人携手为作品赋予丰富的戏剧张力和诗意。

本报记者 朱渊

『哪吒2』昨已跻身全球影史前六 它托举起的市场远不止一百五十亿元

截至2025年3月9日19时,《哪吒之魔童闹海》(下称《哪吒2》)以超148.83亿元的总票房(含预售及海外),在全球影史票房榜上更进一步,跻身前六。

如今排在小小哪吒身后的,是具有跨时代意义的科幻冒险之作《阿凡达》和它的续作,以及导演詹姆斯·卡梅隆的另一部巅峰之作《泰坦尼克号》、漫威迪士尼集大成者《复仇者联盟4:终局之战》,很快也将被“哪吒”追赶上的《星球大战:原力觉醒》。这无疑又是一个值得庆祝和纪念的历史性时刻,而且哪吒托举起来的市场,早已远远超过150亿元,甚至是数倍。一部电影的热映,其影响力虽不及基建、制造业等传统经济支柱,但对文旅商体展促消费,具有相当的积极意义。

最直接的自然是票房贡献。《哪吒2》远超预期的票房收入将直接流入院线、发行方和制作方,并带动电影产业链的现金流。更重要的是,高票房可能促进资本对国产动画产业的后续投资,有望推动更多优质内容产出,推动相关技术(如特效、3D建模等)的研发投入,促进文化科技产业发展。与此同时,电影产业涉及制作、发行、宣传、放映等多个环节,票房大卖,可稳定相关岗位(如影视制作人员、院线员工等),同时增加地方税收。

高票房意味着更多人愿意走进影院,而影院多位于商业综合体,观众在观影前后倾向于在周边餐饮店消费。有数据显示,上海大悦城、环球港等商圈影院,周末观影高峰时段,餐饮区客流量通常增长30%—50%。2月,《哪吒2》对于上海商圈餐饮、零售、交通等消费的带动作用明显,甚至可以说《哪吒2》吸引了更多观众重返影院,推动了线下娱乐经济回暖。

爆火之后,《哪吒2》的IP价值也得到充分释放。除了直接带动电影主控发行方光线传媒实现股价飞升,泡泡玛特的哪吒手办盲盒也是上架即售罄,现在购买最早6月底才能发货。据不完全统计,约20个品牌与《哪吒2》达成官方合作,涵盖食品饮料、日化、汽车、互联网、数码、潮玩等多个领域,这也一定程度上促进了制造业和零售业增长。

当然,一部好电影对于实体经济的刺激和助推,远不止于此。

比如,那年《爱情神话》出圈,让武康路、安福路等“海派街区”游客量在一月内增长超50%,带动沿线咖啡馆、买手店消费;后来《繁花》又带火了黄河路、和平饭店,相关Citywalk路线搜索量暴涨;再后来《好东西》让相关的冰激凌、快餐店、美术馆都成了时髦男女争相打卡的香饽饽。可见,影视作品的火热,对城市文旅的IP化也有着积极的效用。

比如,上海国际电影节每年吸引数十万影迷参与,其间酒店、机票预订量环比增长15%—20%;《疯狂动物城》主题区开放后,迪士尼周边酒店预订量再增长20%;上海油罐艺术中心举办的《阿凡达》特效艺术展,吸引全国游客,门票与衍生品收入超千万元。可见,电影不仅是文化产品,更是实体消费的导流工具,通过“观影+餐饮+打卡+住宿”的链条,电影能将线上流量转化为线下消费,尤其在年轻群体和文旅融合场景中效果显著。

本报记者 孙佳音

