

F2 资本是天使,还是魔鬼

在首都剧场看惯了深厚凝重的传统大戏,猛地来了个黑色幽默的荒诞舞台剧《资本·论》,多少叫人有些不适应。而这部“不那么正经八百”的戏调侃了马克思的《资本论》,让人看到了资本扩张的贪婪与疯狂。

F3 歌剧回归, 折射剧院新体制

不久前曾有统计,目前的中国,有歌剧的城市不过北京、上海、广州。很多天津人自己都不知道,在中国,天津才是最早演出歌剧的城市。然而在过去的三四十年间,天津几乎没有歌剧演出。

F4 中生代排《甲子园》传承中求创新

去年,一部当代、原创大戏《甲子园》成功为人艺60周年献上了一份贺礼。而无论是剧目本身的分量还是其所肩负的传承意义,这部作品都受到了观众和市场的关注。

杂技剧 颠覆传统炫技

说起杂技,论知名度不亚于武术,早已作为中国文化的表征之一名扬全球,然而高知名度却没有带来相应的高收益;高技术含量,却往往沦为国际知名马戏团表演的点缀和配菜。中国杂技团有限公司总经理张红认为,“关键就在我们过去只输出零散节目,由人家去包装和宣传,没有自己的品牌剧目,中国杂技已经被盘剥太久,是时候改变了”。

上周,中国杂技团在北京天桥剧场推出了原创杂技剧《金小丑的梦》,并同时启动该剧全球巡演。该剧由旅美导演李恒达执导,定位西方主流文化观众,以国际化的艺术手法对中国杂技元素重新包装,将杂技经典的地图、空竹、转碟、摇摆高拐、拍球等技巧融入杂技人成长的励志故事中。

(详细报道见F2版)



杂技剧《金小丑的梦》剧照

主编漫谈

让市场的手运作演出市场

胡敬云

根据道略文化产业研究中心提供的2012年演出市场数据显示,2010年其首次在全国范围内对演出市场进行统计,得出108亿元的产业规模,当年比电影票房多4亿-5亿元。而2011年中国演出票房为121亿元,发展速度已落后于电影市场。尤其在观众人次上,2012年大约7亿人次,且自2011年以来一直在下降。

2010年至2012年的三年是被演出业界高度并紧张关注的三年,演出市场观众急速下滑。

演出票房连续走低,企业真正以市场行为投入市场的演出数量呈下降态势,而非市场形式的投入则以多种方式进入市场,并营造了一如既往的繁荣景象。在应该属于演出旺季的岁末档期,一个不错的演出项目票房收入几万元也是普遍现象,致使演出旺季好的演出项目仅有个案上演,致使一批小投入、质量低的小剧场演出也成了市场经济不俗的板块,致使高投入、少创意、不计收益的大演出主导市场。

民营演出企业注册的多,运营的少,消失的快。民营企业的活跃程度是市场繁荣的风向标,早年开拓市场的老牌民营企业鲜有随着文化的发展而壮大起来,销声匿迹的占有多数,而新兴民营演出企业建树甚微,得以“发展壮大”的理由也是因为承办政府项目的制作而取得的利益,因为为国企提供服务取得利益,像杭州“宋城”、杨丽萍舞剧等那样依靠市场打造自主良性发展的实属凤毛麟角。

全国范围内演艺集团化蔓延,一家挂牌,不问结果众家效仿,但是这个集团化也仅仅局限于挂牌而已,撑开一个大包袱把小包袱包起来,使政府大幅度加大投入,缺少甚至没有竞争力强劲的核心产品。

李克强总理在十二届全国人大一次会议记者会上说,要把错装在政府身上的手换成市场的手。针对社会反映强烈的文艺演出动辄投入上亿元的问题,文化部部长蔡武也在相应媒体回应,文化部将从严审批关于节庆活动等各种文化活动,从源头上遏制大制作和公款请明星的现象。体现勤俭节约,突出艺术本体,反对比拼名人效应,反对铺张浪费。

历史上我们吃过太多追求形式化的亏,吃过太多因为浮躁泛滥的亏,面对中国在全世界的迅速崛起,面对实现“中国梦”的角力,我们没有时间浮躁,没有理由浮躁,面对后人我们也没有颜面浮躁,我们更无法承担因为浮躁而酿成的后果。