

首都演艺周刊

Beijing Performing Arts Weekly

总第97期 今日4版 每周四出版
联合主办 北京市文化局 北京报社社
主编 胡敬云 执行主编 姜琳琳

D1-D4

2016.3.24

一个出走北京的戏剧邀请展

六年前诞生在首都剧场，坚持了两年京津两地同办，今年走到第六届的林兆华戏剧邀请展，彻底撤出北京，所有剧目仅在天津大剧院上演。被业内亲切称为“大导”的林兆华原本希望通过这个平台把一些真正的好戏介绍给中国观众，但一路走得艰辛。出走的尴尬一定不仅仅是钱，但钱无疑是最直接的原因。



场租是导火线

“从开始就赔钱。”大导说。2010年，第一届邀请展主题叫做“悖谬的世界”。半个月的时间《建筑大师》、《哈姆雷特》(德国)、《回家》、《说客》等七部戏接连上演。当年邀请展海报的橙色还成为那时尚未诞生的大麦戏剧LOGO和频道主色调。邀请展特别设计同台PK的剧目安排引发业内深刻的戏剧讨论。2011年9月，第二届邀请展启动，有了更具互动性的主题，也更亲近非专业观众：戏剧到底是什么？敞开式的提问，不仅吸引了很多圈内人互动回答，更让普通观众也争相表达自己的理解。公交站广告牌上第一次出现了戏剧邀请展的广告，大导说：“谁能改变戏剧形式，谁就能超越前人。”

2014年4月底因经费问题缺席一年的戏剧邀请展在北京、天津两地开锣，呈现5部中外剧目，林兆华执导、濮存昕主演的“解构版”《雷雨2014》和汉堡塔利亚剧院的《耶德曼》都只在天津上演。2015年的情况大同小异，北京演出比重大幅缩减。

“原因说到底就是场租，如果在北京演两场，算上装台的时间，越是好戏装台对光就越繁琐，时间就越长。”作为邀请展的主办方，天津大剧院院长钱程说，“演两天加上拆装台四天，就算6万-8万元一场，仅在场租一项就有近50万元的开销。”试想演两场，什么戏能卖到50万元？去年在北大2000座的大剧场演《朱莉小姐》，从规模上已经大得并不适合演话剧了，尤其是那样精致的话剧，全都卖光了所有票款还不够场租的。而在世纪剧院的《伐木》也

是爆满，但仍无法填补场租的开销。“今年的五部戏都是特别复杂的制作，五位导演都是世界排名前十的。”钱程说。

北京剧场高场租的抱怨由来已久，不仅仅是针对外国邀请来的剧目，本土剧目一样面临极大的场租压力。“价肯定不是凭空喊上去的，肯定是抢手场租才高。”因为北京是演出重镇，资源的稀缺性格外突出。一位政府部门内部人士告诉北京商报记者，“作为文化主管单位其实也尴尬，能做的有限。好好的北京生长起来的邀请展就这么走了，怎么会不惋惜，我自己也喜欢戏剧，看戏也要追到天津去”。

引剧成本高昂

即便抛开场租压力，类似高端剧目引进本就是一笔不小的开销，演出团体费用、国际机票、国际运输等等。以《英雄广场》为例，这部戏5月在天津大剧院，7月要去阿维尼翁戏剧节，运景根本来不及，只能在北京制景，“需要20多万元，这还算便宜的”。《理查三世》要在德国做，制景工艺特别复杂。“保证演出品质，这是物有所值的。”钱程说。“看到国外的好戏，让这种享誉世界的名作走进来，意义绝不仅在票房，也更需要政府力量的推动。”从2013年起，天津启动高端艺术补贴政策，每场在票价上补一半。“因为有这份补贴，高端的艺术形式才能进的来，才能让大家看到好戏是什么样的。”钱程说。相较而言，北京重量级院团较为集中，世界大牌剧目邀请展多由国有院团操持，在补贴力度上难以有更大的空间。但中央戏剧学院教授沈林表示，“很

多机构一般都是国家机构，拥有大量公共资源，也在做展演和戏剧节，但论及戏剧创新相比大导的戏剧邀请展实在乏善可陈”。

不妨细看今年要呈现的这五部大戏。在国际单元，“欧陆剧场巨人”克里斯蒂安·陆帕将诠释“人民公敌”伯恩哈德的巨作《英雄广场》、德国当代首屈一指的戏剧导演托马斯·奥斯特玛雅亦将大胆解构莎士比亚笔下的“邪恶叔叔”，以新作《理查三世》另类致敬莎翁，这部作品也将引领今年大剧院纪念莎士比亚逝世400周年的第一波高潮，波兰中生代导演瓦里科夫斯基用“多媒体暴力美学”挑战《阿波隆尼娅》，世界首个互联网剧团波兰neT Theatre剧团用“浸入式”手法将《藏匿》在历史中的犹太人苦难再现舞台。同时，格热戈日·亚日那的《殉道者》、德国汉堡塔利亚剧院的《前线》、英国万花筒剧团的《金钱》，这些顶级剧目都将在而且只在天津大剧院上演。

“别说中国的戏剧节，即便在世界的戏剧邀请展上，也难有如此浓缩的品质，如此密度和水准的剧目安排。”著名编剧过士行以“六颗炸弹”来形容六届邀请展给戏剧届带来的震动，“邀请展无疑是重要的，我们很少有机会去欧洲看戏，现在送到家门口，去天津比去欧洲划算得多。国外做出来的东西常常让我们很吃惊。邀请展像一扇窗户，透进来新鲜的空气。”

“说实话，天津并没有比北京更好的戏剧基础，没北京市场大，也没北京的观众多，这个早年习惯消费曲艺的城市，话剧市场仅仅是在形成中。但是北京的戏剧

粉丝跨城追剧是肯定的。”钱程的信心有充分的佐证。2013-2015年，天津几部重头戏的影响力让人惊讶，总是让北京的观众犹豫那么一下“怎么只在天津演？”之后果断起步直追。“北京的观众追到天津看演出大概可以从2013年斯坦尼剧院的《奥涅金》上演看出苗头。”

正因如此，戏剧节离开了北京，但并没有放弃北京观众。相反在营销和宣传上更打起了北京观众的主意。京津观剧大巴就是策略之一。天津大剧院方面特别安排观剧大巴票价50元/人，此外还为方便观演，结合周边快捷酒店设计的一系列宾馆套票优惠以及结合塘沽海鲜等旅游项目的设计。双城追剧成了京津独特现象级文化事件。

戏剧消费环境仍弱

出走，不是逃离，尽管让戏剧人尴尬的还有戏剧消费环境。

出走的邀请展虽是首例，但戏剧工作室和戏剧创作者放弃单纯倚重北京演出资源，不将眼光局限于这一演出重镇已非个案。著名话剧导演李伯男把他的戏剧工作室落户山东的时候曾形象比喻“嫁入山东这个新的婆家”。他的工作室还进驻了杭州。2015年，继杭州、成都之后，其第六个戏剧工作室在重庆挂牌成立。

排除戏剧工作室和戏剧运营机构，对单部戏而言，北京也只是打响招牌的地方，“并不指望北京的票房能有多漂亮的成绩单”，多年从事演出票务运营的业内人士告诉北京商报记者，用北京首演造势，用外地巡演收回成本几乎成为戏剧的一个通行方式。“在北京参加过戏剧节，在二三线城市一定会比较好宣传。”

最重要的是搭建起剧场生态，培育持久而健康并不断生长的文化消费习惯和文化消费能力。“说老实话，北京这方面的确弱了些。”成都八点文化传播有限公司总经理李京说，大量的赠票成为通行做法，这让做演出的尤其是做戏剧的招架不住。大导也说起，“早在两三年前我就不想干了。北京的习惯都不买票，都是蹭戏看。”

顺着藤往回找，高场租直接导致高票价，高票价直接把观众挡在了门外。托关系要票、送票也就成为连锁反应。

“2007年我曾经也是北京市市场的一员，两年之后决定放弃北京，当时选成都着实是看着地图，找长得像北京的地界选的，环形城市、足够的人口基数。”在李京看来，北京文化覆盖西安、河南、河北及其周边；上海文化基本覆盖了江浙一带，广州、深圳受港台影响更多些，因此在三个文化中心的空隙，成都市场堪称“原始”。“最初都是从北京引进戏，大量作品引入是在成都站住脚的重要因素。但也正因如此，很多费用花在了路上。”2014年起，李京开始尝试原创自制剧。“南方其实编剧、导演、演员都匮乏，贯通南北创作合作更有利推国内戏剧发展。”

北京本报记者 姜琳琳/文
贾丛丛/漫画