

演出院团 “五一”小长假忙转场

“五一”小长假临近,京城的演出市场也在蓄势待发。北京商报记者统计发现,今年“五一”小长假期间,北京将有近500场演出陆续上演。其中,小剧场演出显得异常活跃,演出数量占比超四成。在演出种类上,区别以往以儿童剧演出为主,今年“五一”小长假期间,除了常规的舞台剧演出外,京剧、昆曲演出同样集中,成为今年“五一”小长假演出市场一大特色。



打品牌重于赚快钱

从“五一”小长假的演出现状来看,戏曲演出依然有可观的受众基础。但是为了更好地进行传承,戏曲可以以更加多元化的方式呈现给观众,例如,可以促进各流派间的交流与对话,推动戏曲艺术的发展,并挖掘整理出一批不常上演的经典剧目;与此同时,戏曲元素也可以在其他剧种中不断植入,让更多的受众群接触到,使其更好地传播、传承下去。然而,需要注意的是,任何形式的改编与创新都要在保留原汁原味的的基础上实现。

从跨界歌剧、话剧,到走上大银幕,近些年来京剧正在以各种各样的表现形态、故事内容走进大众视野。可以说,走市场化之路是京剧获得发展的必要途径。从本质上讲,京剧若想长久发展,必然要吸引更多中青年票友的关注,近几年出现的京剧界后起之秀网罗了更多青年粉丝,可数量上还远远不够。通过尝试新型推广方式,与传统艺术进行结合,确实也是一种有益的突破,顺应了市场的选择。

“演出市场不能赚快钱,粗制滥造的剧目也许可以在短期获利,但是却不能获得长久的生命力,能够代代流传的演出作品无一不是贴近时代,并在艺术层次上有所突破,进而引起观众共鸣的,但想达到这样的高度需要大量的时间进行素材挖掘、内容打磨,才能推向市场,特别是在演出扎堆的节假日,从项目的筹备、策划,到作品的征集、筛选,都需要严格的把控,才能为演出项目积累口碑,打响演出院团品牌。”张海君强调。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏

3天近500场

如同电影票房市场每年几大黄金档期一样,进入4月中旬以后,演出市场也迎来了属于自己的黄金档,以“五一”小长假为例,据京东票务数据显示,“五一”小长假3天京城分别有195、164、128场演出,合计演出数量接近500场。

在近500场演出中,区别以往以儿童剧演出为主,今年“五一”小长假期间,除了常规的舞台剧演出外,京剧、昆曲演出同样集中,成为今年“五一”小长假演出市场一大特色。

在从业者看来,随着北京城市经济的快速发展,人们的消费结构也在发生着转变,而这也是驱动近些年来北京演出市场类型趋于多元化发展的主要原因。

据北京商报此前发起的“新中产阶级对于剧场演出的偏好调查”数据显示,有69.7%的人愿意在闲暇时间去剧场消费,但相比于大型剧院,75%的人更愿意去小剧场观看演出。其中,77.2%

的人观看过小剧场演出,54.5%的人每个月会花费100-300元观看小剧场演出,63.6%的人选择与恋人或爱人一同观看,55.2%的人则选择与朋友观看。在这些热爱小剧场演出的消费者中,68.4%的人更加偏向海外引进剧目,而从演出类型上看,喜欢话剧的人占到了90.9%,音乐剧与歌剧分别以45.5%和39.7%的支持率位列二、三名。

北京演出公司董事长张海君指出,节假日是演出院团最为忙碌的时刻,不少演出团体赶场演出的现象十分常见,这也是演出市场繁荣的表现,但是演出市场不断走热的同时,演出院团更要注意保证演出质量,借助口碑效应提升演出院团自身的影响力。

小剧场演出异常活跃

北京商报记者通过对“五一”小长假里的近500场演出调查发现,今年小剧场演出显得异常活跃,在演出总数量中占比超过四成。包括隆福小剧场的

话剧《醒来》、红剧场的话剧《小红帽》、小柯剧场的音乐剧《你说我容易吗之百万约定》、蓬蒿剧场的北京南锣鼓巷戏剧节优秀剧目回顾展演等剧目将会密集上演。

中国艺术研究院戏曲研究所所长王馥表示,小剧场演出提供了不一样的演剧范畴,首先小剧场以近距离的方式给予一种特殊的体验可能,是一种更为直观的观演体验,并将舞台形象、心灵世界在观众眼前放大。其次小剧场构成了一个与传统大舞台不同的创作空间,由于团队小,因此轻装上阵,更容易把表演艺术所具有的表演性呈现出来,不像大舞台会关注舞台技术性因素,集中在演员表演性的太少。

此外,除了舞台剧、儿童剧演出市场占优势外,京剧、昆曲等戏曲演出同样集中。长安大戏院有京剧《凤还巢》;梅兰芳大剧院唱响《锁麟囊》;正乙祠戏楼除有古戏楼版京剧《霸王别姬》《白蛇传奇》外,还有昆曲《如花美眷》系列之《牡丹亭》。

弃电影 永乐文化主攻演艺老本行

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 金延娣)北京春秋永乐文化传播股份有限公司(以下简称“永乐文化”)日前发布2017年年度报告,数据显示,2017年永乐文化实现营业收入5.44亿元,同比增长32.99%,归属于上市公司股东的净利润为7546万元,同比增长57.17%。

值得注意的是,永乐文化在2017年年报中表示,鉴于电影市场变化巨大,电影项目的票房两极分化现象严重,头部项目在发行方面的竞争极为激烈,对资金要求越来越高,并且风险难以把控等原因,于2017年8月开始停止电影发行业务,10月完成团队解散工作,并暂时将不再开发电影项目投资,全力打造公司的现场演艺项目。

公开资料显示,隶属于永乐文化、负责电影项目的永乐影业成立于2014年9月,并在2014年9月完成首部电影《女生宿舍》的全国发行工作,电影票房为1278万元。

2014年12月,永乐影业与博纳影业合作宣发营销的《智取威虎山3D》,票房突破8.81亿元,成为贺岁档票房冠军。同月,永乐文化携手五洲电影发行有限公司将国内首部二次元电影《十万个冷笑话》推向市场,票房突破1亿元大关,成就贺岁档黑马。2015年,永乐影业联合发行了爱情喜剧电影《一路惊喜》《将错就错》《情敌蜜月》;惊悚电影《封面诡影》;喜剧电影《一路向前》;动画电影《长江7号超萌特攻队》,票房收入分别为6895.9万元、3908.4万元、1035.8万元、2563.4万元、570.9万元、832.7万元。《封面诡影》凭借精准有效的营销发行策略,以700万元成本取得2563.4万元的票房。

尽管永乐影业在电影宣发方面取得很多成绩,但其电影票房收入两极分化的状况依旧显现。2015年4月,永乐影业负责营销推广的比利时动画电影《魔法总动员》,获得

4583万元的票房成绩,在同档期的电影中位列前茅。而在2016年,其宣发的动画电影《青蛙王国之冰冻大冒险》,票房成绩则为114.8万元。短短一年内,同为动画题材影片,竟有如此悬殊的票房收入,正印证了永乐文化在2017年年报中所说“电影市场变化巨大、头部项目在发行方面的竞争极为激烈,对资金要求越来越高,并且风险难以把控”等。

从业人士表示,相关公司跨界进入影视行业时,需要考虑自身业务的实际情况,若能与原有主营业务实现协同,可先通过相关具体项目逐步了解影视行业的运行,随后再通过并购等资本动作进行大幅度转型。此外,假若原有主营业务的业绩情况还算稳定,能够带来一定收入和盈利,可暂时不完全剥离原有业务,而是保留,使其能够在一定程度上为公司提供较为稳定的收入,作为高风险影视业务的担保和后盾。

帝玖520动漫交响音乐会 穿透次元壁

北京商报讯(记者 邓杏子)帝玖520动漫交响音乐会将于5月20日在中山音乐堂举办。

根据公开资料显示,帝玖管弦乐团2013年在北京成立,至今已有五年,是一家具有完备交响乐编制的民间管弦乐团,亦因改编和演奏过大量动漫及游戏音乐而被网友誉为国内首家ACG同人交响乐团。

乐团从“兴趣音乐”的角度出发,一方面积极招募具有一定演奏基础的业余爱好者,另一方面吸纳具有职业素养的准专业或专业演奏员。演奏曲目结合古今,覆盖面广,除了比才、门德尔松等大师的古典作品外,还改编和排练了不少电影、游戏、动漫音乐,也有尝试原创管弦乐作品。在线上方面,乐团以社交网站、音乐网站、视频网站为载体,对作品进行制作和推广,因此积累了固定的粉丝群体。截至今年9月,帝玖各类演奏作品全网累计播放超过208万次,其中,原创管弦乐作品《IMPERIAL OW》播放量达到了32万次。线下方面,帝玖管弦乐团曾受邀在人民大会堂、北京保利剧院、国家会议中心、上海梅赛德斯奔驰文化中心、上海世博馆等场馆演出。今年7月,乐团受到视频网站bilibili的邀请,前往上海参加BW嘉年华和BML大型演唱会的演出。