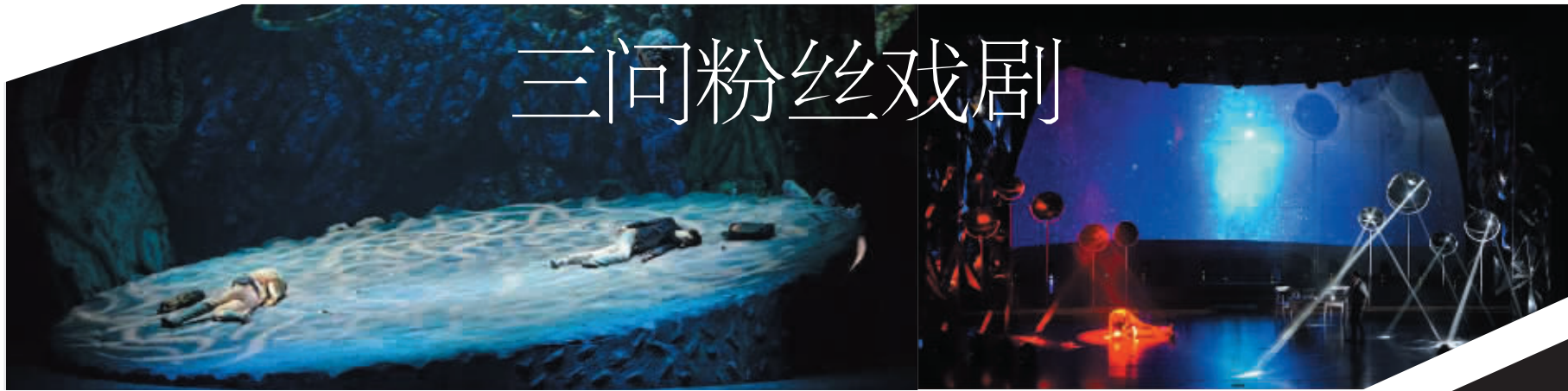


三问粉丝戏剧



从《盗墓笔记》到《三体》，一系列热门IP凭借着超强的粉丝基础活跃在影视市场的同时，也让越来越多的演出商看到了背后的商机。为了在有限的空间内还原小说中的情景与场景，创作团队更是用尽了时下流行的各种方法来吸引小说迷走进剧场。然而经过“沉浸式”“裸眼3D”的一系列尝试，虽然吸引眼球，但也难逃“幻灯片回忆式”手法展现剧情的诟病。那么，科幻类粉丝戏剧究竟该如何抓住粉丝们的心？

搭载热门IP为何难出爆款

“‘粉丝戏剧’最早是从话剧《盗墓笔记》开始源起，制作方的想法是，选定一个拥有千万粉丝的作品改编成戏剧。如果全国有10万粉丝入场看戏的话，就要演100场，票房根本不是问题。”剧评人刘义山解释道。

基于这样的逻辑，话剧《盗墓笔记》登上舞台后随即在全国范围内巡演70多场，收获了不错的票房成绩。数据显示，2014年，第二部《盗墓笔记：怒海潜沙》的投资也从300万元加到1000多万元。

随着近三年来“IP”这个词被热捧，话剧改编版权费也是水涨船高，刘义山强调：“如果五年前像《盗墓笔记》这样的IP改编成话剧，可能要价的版权费也就是50万元，但现在估计150万元都止

不住。然而在粉丝戏剧数量增多的同时，像《盗墓笔记》这样的爆款，却是少之又少。”

在从业者看来，目前演出市场的条件极其有限，但戏剧却不断地需要寻求突破，激活观众间的活力。所以才会将“粉丝”作为市场的保证，在此作用之下，IP成为了粉丝戏剧中的宠儿，与此同时，这种方式也的确给投资者带来了超乎想象的收益。

《盗墓笔记》的出品方上海锦辉传播董事长孙徐春在此前接受北京商报记者采访时曾表示：“随着舞台剧《盗墓笔记》的诞生，粉丝戏剧诞生了，不是某个作品诞生，而是这种模式诞生了，它势必成为商业戏剧的一个样板，可模仿、可复制，有章可循的它有着极大的市场空间和发展前景。”

用尽先进手段为何饱受诟病

而在目前的粉丝戏剧市场，科幻题材、仙魔传奇等IP更容易受到投资者的青睐，主要原因是因为此类戏剧更容易搭载上时下最为流行的高科技元素，在前期宣传过程中既可以依靠IP的粉丝力，也可以通过“沉浸式”“裸眼3D”“VR”等噱头吸引观众。

从《盗墓笔记》到游戏改编的《仙剑奇侠传》，甚至于话剧《三体》，首先映入观众眼帘的是斥巨资打造的高科技舞

台，而自《盗墓笔记》问世之后，一时间，大部分IP戏剧纷纷复制着同样的套路，此后似乎只要一部剧目与IP戏剧有所联系，无论题材是科幻、悬疑，还是古装、动漫，全都跳脱不出全息投影、幻灯片放映式闪回、闪烁的音效光效以及背景动画等置景。

长此以往，IP戏剧若仅仅依靠此类多媒体技术和IP的粉丝号召力，虽然可以简单实现首次的票房高度，但绝对无法成为经典始终传承下去活跃在戏剧的舞台之上。

与此同时，很多寄希望于粉丝戏剧中“粉丝”影响力去投机取巧的制作团队，在新媒体时代的映衬下，仅仅追寻场内高科技效果造势，在业内人士看来，这也是对戏剧的一种误解，毫无节制的激光、投影以及音响的使用，最终只会将戏剧的特殊属性所扼杀，剧本的悉心打磨、演员的戏剧张力都将被现场的高科技效果所吞噬掉。

还原与创新该如何平衡

究其根本，戏剧作品的根源还是在剧本之上，就目前粉丝戏剧的发展趋势而言，剧本究竟是应该对原著负责，还是在舞台演出模式中进行一定量的探索和改编仍存在争议。根据现阶段呈现在舞台之上剧目情况来看，大部分剧目只运用了“幻灯片回忆式”手法展现剧情。

但这种情况的发生也不仅仅是在国内的戏剧市场上才出现，在目前国外戏剧舞台上呈现一些剧目，例如《暮光之城》等拥有强大粉丝基础IP，在舞台化的改编过程中为迎合粉丝的口味甚至到达了“复制”“粘贴”的地步。演出行业分析人士黎新宇指出，这种情况的发生不仅仅只是为了迎合粉丝，从一定程度上来说，这体现了创排团队对于戏剧艺术本身自信心的缺失。

“VR、裸眼3D等高新舞台技术不断还原原著对于场景的描写，但对于戏剧内核中最为重要的主体思想、人物设定、情节编排甚至是最重要的戏剧冲突等要素，制作团队则很少用心探索。长此以往‘形似大于内容’将会成为粉丝戏剧的代名词。”黎新宇如是说。

原著小说给了读者很大的想象空间，但呈现在舞台之上的话剧最难做到的也是这一点，方寸舞台间的限制远远无法完全呈现出观众脑海中的所思所想。所以对于目前制作团队来说，最为重要的是要分清到底什么样的IP才是适合话剧舞台的，因为有一些剧目无论是从情节还是剧情结构上根本就不适合进行舞台化改编，换句话说投入再多的金钱、人力、物力也是徒劳的；另一方面，演出市场还是要考虑到投资成本，不能赔本赚吆喝。”刘义山强调。

北京商报记者 卢扬 穆慕

林俊杰巡回演唱会联手大麦网抵制黄牛

北京商报讯(记者 郑蕊)3月6日,JFJ Productions(以下简称“JFJ”)针对JJ林俊杰圣所世界巡回演唱会中出现的“黄牛”恶意操作票务情况发布公告称,将与歌迷一起以行动抵制不当、违法操作票务的“黄牛”,并表示演唱会的售票平台大麦网和圣所App同步实行一票一证,实名制购票及验票,一单限购两张。

自2018年3月起《JJ林俊杰圣所世界巡回演唱会》从上海开始,陆续在国内多个城市落地开唱,而今年则首站定于杭州,随后还将落地黄石、苏州、郑州、厦门等,举办多场演唱会。从目前演唱会的票务销售情况来看,不少场次均出现秒罄的情况,其中,杭州站演唱会门票预售88秒后便被抢空,苏州站演唱会的预售也是速罄。

然而,在演唱会一票难求的同

时也出现“黄牛”的身影,扰乱市场秩序。对此,JFJ在公告中表示:“演唱会在受到众人欢迎的同时,也引发了恶意操作票务的组织和个人进行非法炒作。他们利用各种非法手段,扰乱了文化市场秩序,也伤害到了歌迷朋友们的权益。为了维护消费者的权益,我们联合了各地主办方、协办方以及票务业务等各方,共同应对”。

北京商报记者了解到,大麦网是本次林俊杰世界巡演官方指定票务平台,而在演唱会门票的销售过程中,大麦网与圣所App同步实行一票一证,实名制购票及验票,一单限购两张。这也意味着每张门票均需对应不同且首次使用的身份证号码,无论同一订单购买单张或多张门票,如提供的身份信息已被其他购票平台渠道购买本项目门票,或出现多张门票重复使用

同一身份证信息等任何违反一票一证制度的购买行为,平台将于系统退款,不予配票。

近年来我国现场娱乐演出市场不断发展,整体市场规模也不断扩大。而据大麦网最新数据显示,2018年仅大麦网操盘的演出就超过了10万场,同比2017年增加了28%,演出覆盖到了400多个城市,服务现场观演用户3500万人次。但在我国现场娱乐演出市场繁荣发展的同时,黄牛也成为影响市场进一步发展的痼疾。

除此以外,大麦网后台还开启防黄牛机制,通过技术手段多方对比IP/支付信息/地址/电话等)筛查出异常订单,一律取消购买资格。且就在今年1月,大麦网还曾在有关政府主管部门的指导下,取消了多个林俊杰巡演的“黄牛”订单。

杭盖乐队新专辑《杭盖与铜管》 开创中西方音乐对话新形式

北京商报讯(记者 卢扬 穆慕)3月7日,杭盖乐队2018《杭盖与铜管》新专辑全球发布会在北京乐空间举行,千千音乐、网易云音乐以及天籁K歌等音乐平台进行同步网络直播。杭盖乐队新专辑《杭盖与铜管》正式上线,由Indie Works独立音乐联合体成员太合乐人宣传发行。

此次与Indie Works合作发行专辑,也是杭盖以独立音乐人身份发行的第一部作品。而Indie Works作为国内最大独立音乐厂牌联盟,其组织成员太合乐人除了负责此次新专辑的宣传与发行,也希望借此契机,与杭盖以厂牌身份开启更加长远与多元化的合作。

这张具有开创性音乐理念的专辑出自加拿大著名音乐制作人Garth Richardson之手,这也是继《花斑马》之后杭盖与这位传奇制作人的再度合作。此次新专辑大多是对经典曲目的全新改编,这也是Garth对他自身的一系列改变和挑战。这张专辑的爵士管乐团的写作需要与乐队分开录制。在加拿大两个录音棚完成20天的录制后,乐队来到位于美国洛杉矶好莱坞的United录音棚录制管乐部分。