



闽南大戏院推出系列精彩的演出产品,受到市场青睐。

“打飞的”来厦看剧越来越普遍

闽南大戏院执行董事、总经理罗艳解析厦门演出市场新特点新风向

晨报记者 叶子申

春节刚过,闽南大戏院执行董事、总经理罗艳就忙着进行剧场的修缮工程,为接下来的演出做准备。

从2012年年底来厦加入闽南大戏院至今,罗艳在这座城市已经扎根12年。她也见证了厦门文艺演出市场从少人问津到几乎场场爆满的飞速发展,对厦门演出行业发展有着深入的思考。

2023年以来,全国演出市场延续上行趋势,供需旺盛,市场活跃。根据艾瑞咨询最新发布的《2023中国演出票务行业研究报告》,去年前三季度,全国营业性演出实现票房收入315.4亿元,比疫情前的2019年同期增幅达84.2%。2023年,厦门演出市场也持续火热,产品供给多元化,呈现供需两旺的局面。

新的一年,厦门演出市场如何发展?未来将呈现哪些新特点、新风向?又有哪些问题需要解决?近日,记者独家对话罗艳,听听她的见解。

谈市场变化

观众买票看剧成为常态

罗艳是湖南人,一位“80后”。这位“湘妹子”在海外读硕士,毕业回国后就进入了演出行业,至今扎根这一领域已有17年。她先后在长沙、广州等地的知名剧院工作。2012年12月,受中国对外文化集团委派来到厦门,进入闽南大戏院。

据悉,闽南大戏院项目总投资4.3亿元,总建筑面积2.7万平方米,它的建成填补了厦门没有专业剧场的空白,成为福建首家实行“央地合作”模式运营的剧院。不过,罗艳刚来厦门时,厦门文艺演出市场还比较薄弱,售票的商业演出常常观众寥寥,与北京、上海等相对成熟的市场相去甚远。

“近年来,厦门演出市场发生了诸多变化——演出形式更多样化、演出剧目增多、观众艺术欣赏水平不断提升、场馆设施越来越完善,越来越多大型优秀剧目陆续落地厦门。”罗艳说。

以闽南大戏院为例,戏院成

立至今共举办演出超过1000场,举办与演出配套的艺术活动逾600场,累计接待和服务人数超过100万人次。“2023年,戏院带来了近200场精彩演出,接待观众超14万人次。来自五湖四海的艺术爱好者在这里欣赏了法国原版音乐剧《罗密欧与朱丽叶》、音乐剧《剧院魅影》中文版、杨丽萍2022版舞剧《孔雀》等重磅演出。”罗艳说,目前越来越多人买票走进剧院看剧,这已成为一种常态。

谈工作规划

将持续引进更多优质剧目

罗艳说,经过多年发展,如今厦门演出市场不仅有传统戏曲、音乐会、话剧等演出形式,还涌现出音乐剧、脱口秀、舞剧、流行音乐演唱会等众多新的演出形式,为观众提供了更多选择。

罗艳看好2024年的演出市场。她说:“我认为,厦门演出市场将继续发展壮大,不断推出更多高水平的演出,吸引更多观众,为城市文化发展注入更多活力。”

今年,罗艳给闽南大戏院定下了目标:持续引进更多优质剧目,包括法语原版音乐剧《巴黎圣母院》《唐璜》等。“今年5月,我们将为观众带来2024年闽南之春演出季,涵盖中国歌剧舞剧院舞剧《李白》《赵氏孤儿》《昭君出塞》,陈佩斯话剧《惊梦》等精彩演出。”罗艳说,戏院还将开启原创舞台剧《遗失的第24个白键》第二轮巡演,演出地点在北京、上海、广州、台湾等地。下半年,戏院将重启两岸艺术节,届时将上演一系列台湾优质院团的经典作品,闽南大戏院艺教艺术团也将赴台研学交流演出,力争做到“引进来,走出去”双向发力,齐头并进。

谈消费结构

年轻人成观演“生力军”

疫情过后,国内演出市场从观演人群、消费特点到产业模式、消费场景等,都与疫情前表现出不同的特点。据中国演出行业协会票务信息采集平台的数据监测,中国演出市场消费主力为18岁至34岁的年轻人群,该年龄段人群在购



“厦门演出市场将继续发展壮大,不断推出更多高水平的演出,吸引更多观众,为城市文化发展注入更多活力。”

罗艳

票观众中占比连续3年超76%。从消费群体结构看,“00后”逐渐成为演出市场的主要力量。

罗艳一直关注演出市场的新变化。“随着文化教育普及,观众的文化素养在不断提高,对演出品质和内涵有更高的要求,各年龄层的观众也加入观演行列,年轻人和学生群体成为观演‘生力军’。”罗艳说,近年来,有不少年轻观众跨城、跨省“打飞的”来厦门观看演出,这种现象变得越来越普遍。这与厦门丰富多彩的演出市场、高水平的演出团队以及优越的城市环境密不可分。

谈产品迭代

“小而美”演出产品兴起

当前,随着文化消费升级,演出产品也不断更新换代,一些不拘泥于传统演出形式的“小而美”“小而精”的演出作品,不断充实市民的文化生活。

“这也是厦门演出市场的新亮点。”罗艳说,近年来,厦门不少剧院都致力于小剧场及新兴原创作品的演出。此前,闽南大戏院推出“小剧场高清放映系列”演出,为观众高清放映英国国家剧

院、百老汇、维罗纳竞技场等世界知名艺术机构的经典剧目。此外,厦门推出的“光·剧场”艺术扶青计划,以实验性小剧场为特定创作空间,扶持优秀文艺作品,发现、培养青年文艺工作者,提供了一个崭新的艺术输出平台。

“今年,闽南大戏院将为大家带来新喜剧现场秀《今夜,主打一个爆炸》、小剧场先锋项目等演出,依托小剧场的场地特点,让观众与剧情、舞台和演员产生联结互动。”罗艳期待这些具有创新性、独特性的产品不仅能丰富演出市场的内容,也能为观众带来全新的观赏体验。

谈人才培养

应重点培养本地青年人才

当前,厦门演出市场呈现蓬勃发展的态势。但是,与演出行业比较成熟的城市相比,厦门演出市场也存在一些问题。“譬如,场地资源相对有限,导致一些大型作品的演出安排受限。”罗艳说。

她认为,厦门需要新建更专业、功能性更强的全新剧场和音乐厅,引进更多专业性强的艺术作品,给观众带来更美的艺术享

受。她建议,厦门在新建剧场时可以考虑更多地结合建筑美学,打造出独一无二的剧场,成为城市“地标”,吸引更多外地游客来打卡。

同时,罗艳还注意到,与上海、北京等城市相比,厦门缺乏原创人才和团队,这制约了演出作品的生产制作。“原创性不足,本地原创戏剧发展程度就不够。”罗艳说,厦门拥有多家高校,每年都培养出不乏艺术人才,希望有关部门能给更多优秀青年人才落地发展提供政策支持,留住优秀毕业生在厦门就业创业。

她还建议厦门重点培养本地优秀青年人才,孵化一批属于厦门本土的优秀作品,创作符合当年年轻观众需求的作品。“大制作演出项目,因为涉及服化道的高额成本,走出去进行市场化巡演比较艰难。所以,更应鼓励小而精、精而优的作品孵化。”

谈市场生态

应采取措施打击“黄牛”

过去一年,大型演唱会、音乐节项目呈现超强的“吸金”能力,而小型演出或中腰部艺人演出在流量、宣推资源等方面仍存在劣势。专家预测,未来的现场演出需求可能从狂热逐渐回归理性。

对此,罗艳表示,演出市场存在明显的“二八定律”现象,规模不同、内容差异的演出产品,在市场表现上必然存在差异。但她认为,要想保持演出市场繁荣有序发展,需要各方共同努力,为观众呈现更优质、丰富的演出内容、更便捷的购票体验。“演艺市场要紧扣需求,加速多元业态创新,着力打造主题性、特色类旅游演艺产品,以多样化、高品质供给满足消费新需求。”罗艳说。

要保持演出市场良性发展,还需要维持健康的市场生态。罗艳表示,当前国内出现了不少大牌歌手演唱会、剧场演出“黄牛”泛滥的情况,这种行为既扰乱了市场秩序,也损害了消费者的合法权益,有关部门应采取有力措施进行打击。消费者也应提高警惕,增强自我保护意识,共同促进演出市场健康发展。