

草地上，三位舞者用肢體動作詮釋生存與愛；餐廳裏，戴上耳機便可「偷聽」鄰桌八卦，「窺探」一齣職場好戲；下沉式劇院廣場中，不同時代的青年正在對話……這是2023陸家嘴青年戲劇生活節現場，9天內50餘場節目，再度探索商業空間與藝術文化的融合。

被疫情壓抑逾三年的內地演出市場正在快速復甦，但同時也因水漲船高的場租，令到從業者面臨更嚴酷的生存困境。加上當前演藝人才短缺，戲劇愛好者支付高昂票價，卻在為諸多「排練」水準的公演買單。對此，陸家嘴青年戲劇生活節策展方、愛丁堡前沿劇展戲劇製作人袁鴻日前在接受香港文匯報採訪時表示，更多城市、更多觀眾需要這樣新形態的演出，未來若戲劇表演能在層出不窮的新空間發生，既可解放作者的生產力，觀眾也不必再淪為「劇場韭菜」（網絡用語「韭菜」形容「被壓榨者」）。

◆文：香港文匯報記者 章羅蘭 上海報道

◆部分圖片由主辦方提供

拯救「劇場韭菜」！



◆融入戲曲、話劇、bossa nova等元素的舞劇《摔在地上的世界》。

上海「陸家嘴青年戲劇生活節」重啟

解放創造力

探索新空間

▶陸家嘴青年戲劇生活節策展方、愛丁堡前沿劇展藝術總監水晶。



陸家嘴青年戲劇生活節由上海浦東新區商務委員會和上海自貿區陸家嘴管理局指導，陸家嘴商業主辦，並特邀愛丁堡前沿劇展策展。青年戲劇生活節去年因疫情延期，此番終於撥雲見日，在今年5月重啟。為期9日的活動設有前沿戲劇展、青年競演、戲劇工作坊、講座沙龍、音樂劇草坪SHOW、微型特展、親子戲劇、城市野趣營地、木廊市集、戲劇夢想徵集等10大主題單元，50餘場節目，均聚焦青年戲劇文化，在陸家嘴公共空間內，奉上連台好戲。

透過藝術重新發現「日常」

陸家嘴青年戲劇生活節策展方、愛丁堡前沿劇展藝術總監水晶表示，今次所有劇目都緊密圍繞「青年生活方式」這一主題展開，作為對未來抱有許多理想和期待的年輕人，他們需要在日常生活之外，通過藝術來重新發現「日常」。「這種感覺會非常奇妙，它使你明白，即便是在一個高度消費主義的場景中，也可以隨時隨地開始嚴肅思考，開始關注自己之外的他人命運，同時又在他們的命運與選擇中，以新的角度來思考自己的人生；而讓戲劇和生活真正地融合在一起，成為一種鏡像式的觀照與自省，是藝術最好的功能。」

融入戲曲、話劇、bossa nova等元素的舞劇《摔在地上的世界》，為今次戲劇生活節打頭陣。這部劇曾在劇場、美術館中演練，如今又來到戶外。導演陳欣頌希望，劇目能去到不同地點和空間，以鬆動劇版本帶來的正式感，從更多角度體驗表演時空帶來的驚喜和可能性。

沉浸式戲劇《你聽·新娘》，在商場西餐廳連演5場，花上一杯咖啡的時間，「偷聽」鄰桌八卦，感受職場暗流湧動。大眾戲劇《新青年》則通過兩組不同年代的青年對話，帶領觀眾回到上世紀二十年代，用跨越時代的視角思考當下，從百年前的思潮中汲取能量。在前沿親子戲劇《小貓咪迪斯科》《小貓咪音樂派對》中，小朋友和大人們跟隨可愛的小貓咪一起舞蹈。「音樂劇草坪SHOW」融合戲劇、表演、音樂、社交生活等多元內容，開展三場主題各異的音樂劇工作坊。

青年競演則是陸家嘴青年戲劇生活節的重頭戲，來自高校和白領群體的10家劇社，帶上各自拿手劇目輪番登台，或想像人類頭腦是一間辦公室，演一齣免疫系統造反的鬧劇；或即興創造「天堂銀行」「火星遊樂場」「冒險電影院」。青年競演環節旨在挖掘、扶持青年戲劇人才，鼓勵原創好戲，競演獲獎團體將獲得陸家嘴商業旗下多個商業體目的演出機會。上一屆戲劇節的全部演出票房，也都被用作扶持青年戲劇發展的公益資金，助力戲劇文化發展。

觀眾需要更多看得起的演出

陸家嘴青年戲劇生活節提出「不做劇場韭菜」，其中多數活動免費，部分收費演出，票價亦十分低廉，定價68元（人民幣，下同）、88元、108元不等。在餐廳上演的《你聽·新娘》，108元票價中還包含一份48元的觀演下午茶套餐。策展方、戲劇製作人袁鴻直言，觀眾需要更多看得起的演出，而現在內地演藝市場整體票價實在太貴，不少演出公然「割韭菜」，定價遠超普通觀眾的經濟承受能力。

「北京、上海的票價是全世界除了紐約以外最貴的，疫後演藝市場重啟，票價更趨以往，到了嚴重不合理的水平」，據他觀察，這幾個月演藝市場趨火，雖然高價



◆陸家嘴青年戲劇生活節吸引諸多戲劇愛好者到場。

位、低價位票都還有買家，但同一場演出定價580元、680元的中間價位票卻賣不掉，而這一段才是真正能出票的部分。「過去票價比較親民，很多人會買三五張中間價位票，請朋友一起看戲，但這種方式現在明顯變少，因為分享成本太高了。」

除了投資方、製作方要快速回本，疫後水漲船高的場租，也是高票價的始作俑者。袁鴻舉例，北京一些五六百座的中型劇場，現在場租已經超過6萬元，而疫前的2019年還不到2萬元。「有人問我，愛丁堡前沿劇展什麼時候再帶戲去劇場演出，我說我們帶不起，場租太貴了，而且大家也買不起票，營收支撐不起來，100元的票房收入，60塊都要交場租。」他坦言，疫後看到演藝市場有積極的一面，但也看到了危機，對一些從業者來說，生存環境可能更加嚴酷。

「在英國藝術節期間，教堂、博物館大廳、橋洞，任何地方都可能變身為臨時劇場，一天內在同一個場地可能會上演4場完全不同的演出，『翻箱』速度非常快，反觀我們很多傳統劇場，卻要晚上七點半才開門，其實是對藝術資源的嚴重浪費。」袁鴻建議，未來我們需要更多諸如陸家嘴青年戲劇生活節這樣的公共空間藝術，令觀演得以在不設限的場域發生。

陸家嘴青年戲劇生活節相關負責人介紹，團隊正在積極籌備「九六有戲」公共文化展演空間項目，計劃將九六廣場現有的下沉式劇院廣場，打造為一個周周有戲演、月月新主題的公共文化展演空間。而放眼整個上海，一些積極因素正在萌芽。據不完全統計，目前上海傳統劇場之外的演藝新空間已超過100家。「這些新空間正在解放藝術生產力，提升了從業者的創作熱情，」袁鴻說。



◆陸家嘴青年戲劇生活節用50餘場節目，探索商業空間與藝術文化的融合。

▶沉浸式戲劇《你聽·新娘》在商場西餐廳上演。



▶陸家嘴青年戲劇生活節提出「不做劇場韭菜」。



◆青年競演是陸家嘴青年戲劇生活節的重頭戲。

市場快速擴容 演藝行業人才匱乏

在陸家嘴青年戲劇生活節期間的講座沙龍《邁向未來的公共空間藝術》上，袁鴻與「一台好戲」創始人漢坤都提到了行業人才不足。由一台好戲出品/製作的環境式音樂劇《阿波羅尼亞》大受熱捧，並在內地多個城市巡演，但令漢坤無奈的是，當前內地演藝人才的力量，並不足以支撐他們的發展速度。

「可以很直白地說，除了上海之外，新加入《阿波羅尼亞》的演員團隊，在各地方演出時，反響並沒有像在上海這麼好，甚至也有一些差評。戲中三個角色，在上海三四組、十來個演員即可，待演出突然要支撐到多個城市的量，短時間內要在這個基礎上，再挖掘10組、20組演員，想達到和最初三四組同樣的品質，是非常困難的。戲劇行業很傳統，就像農耕耕作，需要一場一場磨合。」

對此，袁鴻也有同樣感受。他補充，表演藝術的確很難簡單克隆，排戲要磨很久，同樣的導演換不同的演員，就是觀感各異。在上海的駐場演員，相對能保持演出水準，但在演出放量過程中，其他地方的演員團隊有點跟不上。

「有些大型音樂劇，演員跳個舞都跳不齊，甚至還要錄音伴唱，這怎麼可以！現在市場太大了，演藝人才是不夠的，專業藝術院剛剛畢業的學生因缺乏演



◆在《邁向未來的公共空間藝術》講座沙龍上，袁鴻（右一）與「一台好戲」創始人漢坤（左一）都提到了行業人才不足的問題。記者章羅蘭攝

出經驗，其實還不合格，更何況前面三年是在網課上學表演。所以有時候，觀眾等於是在為「排練」水準的公演買單。」

另外，在袁鴻看來，近三年外國劇團較少來中國演出，整個國內市場以國產劇目為主，因缺乏比對、學習、交流機會，也不太利於行業發展。他自己也是有心無力，現在國際航班數量遠未恢復到疫前，往返機票加上貨運，請外國劇團到國內演出的成本還很高。

「愛豆牌」需謹慎 破圈容易留存難

至於現在國內有很多劇目打「愛豆牌」（idol，網絡用語指偶像藝人），掘金「粉絲經濟」，袁鴻認為，明星也好，愛豆也好，流量也好，引流是需要的，但一部劇的製作人、出品人更應該從專業角度，選擇合適的演員。

「我見過一些流量明星演得很差，當時也公開罵過，後來被『公關』，要求我刪掉微博。問題不是出在這個明星身上，他的團隊和劇目製作團隊都有問題。當然也有一些明星演得特別好，或是在一場一場的演出過程中有進步。但如果劇方用明星，純粹是想乘着流量去撈錢，是去公然『割韭菜』，觀眾就不要去支持。」

於漢坤而言，戲劇作品與演員之間的關係是互相成就的，觀眾喜歡演員很正常，有支持的愛豆也很好，現在市場有往這個方向發展的趨勢。他相信觀眾也有自己的判斷力，走進劇場如果僅僅是為了愛豆，而作品本身不怎麼樣，至少不會重複去消費。

現在各行各業都在講「破圈」，被問及戲劇行業當如何破圈，漢坤回答，如果大家期待的破圈是做爆款，火到讓所有人都能關注到，這個是很困難的，對線下演藝來說幾乎不太可能；但如果破圈是指擴大圈層，吸引新觀眾，這種破圈就相對容易。真正的難點在於吸引到的新觀眾，後續該如何留存，這才是戲劇從業者要關注的核心，而不僅僅是破圈本身。

文旅結合新氣象 戲劇作品直擊人心

為建設國際消費中心，上海浦東新區正在耕耘「新主體」、「新平台」、「新地標」、「新消費」、「新環境」。陸家嘴青年戲劇生活節正是圍繞上述「五新」的探索——突破公共文化與商業空間壁壘，建立商旅文聯動的新地標，用商業扶持藝術，由藝術反哺商業，成為浦東「城市會客廳」的一部分。

在內地，藝術與旅遊產業結合由來已久。漢坤總結，現在內地文旅產業有兩大趨勢：一種偏向小而美，很多景區、街區會採用這樣的模式；另一種則偏向傳統，產品相對重資產，需大規模投入幾十億、甚至幾百億，多數仰仗政府支持，光靠市場很難回本，但若撇去運營上面臨的困境，有些產品已經做得不錯。

「例如王潮歌導演在河南鄭州創作的『戲劇幻城』，我花了兩天看了全部22場演出，這些戲劇不再是之前那種用山水實景秀包裝的俗套故事，而是真正能做到直擊人心，觀眾笑着進去，哭着出來，文旅產品能做成這樣是很酷的事情。」漢坤希望，以後到上海來遊玩的旅客，也可以放下行囊，來看一場戲劇表演。

在袁鴻看來，不同城市契合不同的文旅產品，比如泉州與上海就無法採用同樣的模式，戲劇在泉州全城發生，哪怕是戲劇節期間，一些小型演出也在當地老民宅上演；上海可能會多考慮投入產出，因此適合更小的創新模式。