

把戏曲艺术做新做趣

“东方名家名剧月”昨落幕

打击乐的
活泼热情被京
剧的细腻婉转“中和”，两
种截然不同的表演在演员的击锤
飞舞中浑然天成……昨晚，朱宗庆打击
乐团跨领域作品《木兰》在东方艺术中心上演，
为期40天的第11届东方名家名剧月也随之落幕。

昆剧《白罗衫》
海报

昆剧《我，哈姆雷特》
剧照

昆剧《义侠记》
剧照

昆剧《雷雨》
沪剧

相比
往届，本届名
家名剧月以“将传
统与跨界巧妙搭配，
把戏曲艺术做新做趣”
为特点，吸引了更多年轻人
走进剧场。40天内上演了12台
共15场来自全国各地的戏曲精
品。无论是上海老百姓喜闻乐见的《老
树新花传统滑稽戏荟萃》，或是昆剧表演
艺术家梁谷音领衔的《潘金莲》，抑或是展现
昆剧新美学的《白罗衫》《义侠记》，超过一半的剧
目在开演前便售罄。

跨界搭配 妙趣横生

历来名家名剧月选择剧目都以长三角平台为
基准并辐射全国范围。此番上海昆剧团和苏州昆剧
院的来访，是名家名剧月为长三角戏曲发展打造新
平台跨出的又一步。上海昆剧团经典节目《潘金莲》
由国宝级昆剧表演艺术家梁谷音领衔主演，据称这
是其艺术生涯中最后一次演出全本《潘金莲》。苏
州昆剧院的《白罗衫》和《义侠记》由作家白先勇
改编策划，老戏新唱，把传统昆剧的魅力如
画卷般呈现铺开，让人陶醉其中。

作为新跨界的主打，张军的昆剧
独角戏《我，哈姆雷特》和朱宗庆
打击乐团融打击乐和京剧于
一体的《木兰》两出戏是中
国传统文化与西方文
化的火花碰撞，也

是传统戏曲吸引年轻人的新形式。此外，京剧
独角戏《麦克白夫人》，则实现了戏曲和戏剧的
对话，也是戏曲发展的一次尝试。

艺术滋养 不止舞台

舞台之外，名家名剧月的优秀剧目也被送
到校园和社区。此次，东艺与浦东新区教育局
合作向近22所中小学提供学生票，邀请学生
们走进剧场观演。在苏州昆剧院的媒体见面
会上，白先勇宣布邀请上海7所大学的学生免费
观看昆剧表演，为戏曲在莘莘学子中埋下美的
种子。苏昆的演出正逢清明假期，又是雨天，然
而受邀的学生们几乎全数到场，有些还从遥远
的郊外校区赶来。不只是将学生请进剧场，艺
术家们还带着昆剧的美走出剧场，走入校园。

此外，更多演员通过走进社区与机构，来
到百姓身边与戏迷们零距离分享。滑稽戏演员
潘前卫走进浦东曹路街道，几个传统段子逗得
台下观众前仰后合，让本土曲艺焕发新生；京
剧演员刘欣然则走进浦东塘桥街道，一番唱念
做打尽显国粹的非凡魅力；朱宗庆打击乐团走
进浦东东明街道，有韵律的打击乐不但大人听
得入迷，孩子们都跟着敲敲打打打起来。

东方名家名剧月不仅仅是戏曲的展现平
台，更是大艺术的展现平台。如今，上海提出全
力打响“上海文化”品牌，关键在于“文化码头”
和“文化源头”建设齐头并进。依托“东方名家
名剧月”这一平台，东艺正在成为全国戏曲院
团在上海停靠的“港湾”，并为戏曲原创事业持
续输送“源头活水”。 本报记者 朱渊

为了维持高品质的演出和公益惠民的票价，剧场通常都需要政府投入不少财力物力才能维持正常运行。1862时尚中心作为全国第一家“零补贴”的中小型剧场，在2018演出季却杀出了一条血路，开业9个月实现了超过2000万元的营收和数百万元超额盈利。转眼，2019年演出季的帷幕已经拉开，在今天的开幕大戏《生活万岁》之后，全年42台精彩演出让人目不暇接，1862的又一季“华丽冒险”会如何走？

演出定位清晰

因为是从百年老船厂改造而来，1862的先天气条件并不算太好——剧院体量小，只有600个固定坐席和200个附加坐席，演出节目成本负荷能力低；舞台非标，可接待演出规模受限大；作为全国第一家零补贴的中小型剧场，要实现“自负盈亏”没有任何经验和数据可参考。种种限制，让1862在正式开业前就对“演什么节目”的核心问题做出了清晰构想。先锋时尚、古典跨界、世界前沿的中小体量演出成了1862的首选，重点聚焦法国阿维尼翁戏剧节OFF单元、爱丁堡艺穗节、柏林戏剧节、东京戏剧节、伦敦默剧节等国际标志性艺术节剧目，以及港澳台地区的戏剧节。2019演出季有80场演出，其中90%以上是国际各大艺术节热点剧目，30%剧目为世界或亚洲首演，40%剧目为国内或上海首演。

艺术商业共荣

有了稳定的节目资源渠道，制定了清晰的筛选标准，节目成本也相对可控，但剧场本身的基础运营、硬件设施维保和人力成本开支仍是一笔巨大开销，想要依靠票务销售的单一收入在“零补贴”模式下实现收支平衡已属不易，更不用说盈利。经过对近30个上海主流剧场、8个上海主要商业活动场地的考察和 market 分析，结合剧院本身特色，1862寻找到了第一个突破口：高端商业活动发布地。最终，1862确定了以“国内外高端品牌秀场”为定位的商业活动租场服务，去年40场国内外一线

用时尚秀场补贴剧场

“1862”尝试中小型剧场运营新模式

品牌的商业活动为1862创造了超过1000万元的收入。去年底，一家韩国网红咖啡店引入剧场后，受到了本地生活娱乐类自媒体及网络红人的追捧，成为时尚青年的新打卡地，也进一步丰富了剧场的收入来源。

开创公益品牌

自开业之初，1862就策划推出了自有公益艺术品牌“1862 Plus”系列艺术加料活动，围绕每年的演出季剧目内容策划各类公益演出活动，同时邀请到国内外艺术家、专业人士及跨领域专家与观众进行近距离交流与分享。今年，1862还将与保利教育合作，引进英国皇家舞蹈学院全球旗舰教育中心，拓展艺术教育课程，发挥剧院在文化艺术行业的多元功能。保利尚悦湾(上海)剧院管理有限公司总经理李艳表示：“1862有信心能在正式运营的第二年继续坚定艺术特色，坚持运营理念，走出一条剧院运营管理的创新之路。”

本报记者
赵玥

