去年中国演出市场报告显示

# 电子票已成赛事节展趋势

高学历、高收入的女性观众成为中国剧场观众的主力，优质口碑剧目下沉至三四线城市。中国演出行业协会等近日发布《2017中国演出市场年度报告》(以下简称报告)显示，截至2018年6月30日，我国手机网民规模已达7.88亿，网民通过手机接入互联网的比例高达98.3%。移动支付已从“山珍海味”变成了“家常便饭”。而由此衍生出来的电子票消费及无设备验票也更多的应用到了演出市场。目前最大票务平台大麦网的电子票覆盖率超40%，无纸化已成大型赛事节展的“标配”。

## 人工智能助推现场演出

9月7日，中国演出行业协会主办的2018中国（北京）演艺博览会开幕论坛透露，大麦网曾在北京国际长跑节、郑州黄帝故里拜祖大典、杭州中国国际动漫节、新疆库尔勒“国际军事比赛-2018”、上海ChinaJoy游戏展、大连青岛啤酒节等多个大型项目中都采用了无纸化操作。

电子票是在纸质票基础上推出的一种方便、快捷的电子认证形式。以往用户只能通过快递或上门取票的方式获取纸质门票，现在用户可以凭借二维码，直接扫描入场，极大地简化了入场流程。与此同时，随着电子票及无纸化的普及，门票的流转过程可被追溯到源头，对于不法分子投机倒把兜售假票能够起到重要的防范作用，有助于进一步规范票务市场。

报告指出，未来，云计算、人脸识别技术也将广泛应用于大型演出现场，提升用户入场便捷性，提高安保防范，领跑“智慧现场”时代。

## 年轻“高知女”领风尚

数据显示，2017年演出市场总体经济规模489.51亿元，相较于2016年的469.22亿元，上升4.32%，变化并不大。但近年来，中国现场娱乐消费市场格局正在悄然发生变化，以男性主导的消费格局正逐渐被高学历、高收入女性日渐提升的消费需求所刷新。

报告显示，中国现场娱乐观演人群中女性居多，占比达61%，远高于男性的39%，尤其在话剧歌剧、音乐会、舞蹈芭蕾等剧场类演出中，女性用户更是高达64%，票房贡献度几乎是男性的2倍。

在受教育程度方面，剧场观众本科及以上学历占比高达93%。从年龄层上看，95后现场娱乐消费升级提速最快，特别是在演唱会品类上，几乎是每10个观演用户中就有3个是年轻学生。当然，消费能力最强的还是25岁-39岁的中青年家庭用户，占比达55%。

## 演艺市场下沉至三四线城市

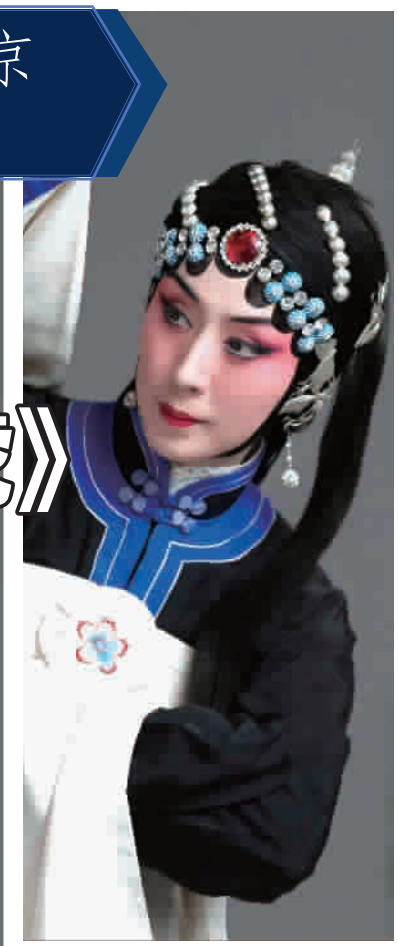
报告显示，2017年中国演出市场，大型演唱会、音乐节演出达2400场，较去年上升了14.29%，票房收入37.64亿元，较去年却只提升了7.91%；剧场演出9.3万场，较去年上升了5.48%，票房收入77.21亿元，较去年只增了4.27%。由此可见，现场娱乐消费正在“亲民化”。某种意义上，这也促使了演出市场的下沉。

以演唱会市场为例，头部艺人资源从北京、上海、广州、杭州、青岛等一二线城市，向台州、镇江、衡阳、安顺、达州等三四线城市的下沉。以张学友“A Classic Tour学友·经典”演唱会为例子，两年的时间去到了全国100多个城市，9月7日刚在贵州遵义结束第184场，现场4万歌迷座无虚席。与此同时，焦作、咸阳、安庆等场次已在火热销售中了。而业内资深人士分析认为，“优质口碑剧目”的“下凡”是剧场类演出向二三线城市下沉的主要原因。数据显示，经过多年的市场积累，一些优秀的戏剧演出团体已经形成了IP化的品牌影响力，同时，热门小说、影视剧、游戏的舞台化改编热潮也迎来了预想的口碑炸裂。例如开心麻花、孟京辉、赖声川等话剧，几乎拿下了话剧市场的半壁江山，《巧虎》《你看起来好像很好吃》等儿童剧则备受二三线城市家庭消费喜爱。

首席记者 **孙佳音**

史依弘挑战京昆传奇《铁冠图》

# 重现60年前梅派《刺虎》



**在费贞娥与李过的对手戏里，“面虎则悦、背虎则怒”的两面性历来是费贞娥表演时着意刻画的细节，这也是难点所在，稍有不慎就会面目狰狞，适得其反。**

**1930年美国派拉蒙电影公司特地为梅兰芳拍摄了《刺虎》片段，这也是世界电影历史上第一部中国戏曲有声短片，如今也已残缺，只留一段不足1分半钟的视频告慰戏迷。**

## 让传统文化活起来

时隔三十余年，汇集沪苏两地京昆表演名家的京昆传奇《铁冠图》将于9月18日在上海大剧院上演。蔡正仁、史依弘、奚中路、柯军、胡璇等梨园名家将带来《对刀步战》《别母乱箭》《撞钟分宫》《刺虎》(剧照见题图)四出文武兼备的经典戏码。压轴出场的《刺虎》颇不寻常，这出梅派经典剧目已六十余年未上演，史依弘表示，此次捡回遗失的骨子老戏，也是梅派剧目在当代的一次丰富。

《刺虎》又称《贞娥刺虎》，讲述了宫女费贞娥，欲为君报仇，假冒公主伺机行刺李自成的故事。不想李自成将她赐予“一只虎”李过成亲。洞房之夜，费贞娥假献殷勤，将李过灌醉刺死，然后自刎。梨园常有“京昆不分家”的说法，这出《刺虎》常见于各大昆团的舞台，可在京剧界，自从梅兰芳之后，却几乎绝迹，甚是惋惜。据记载，梅兰芳访美期间，《刺虎》是最受美国观众欢迎的一出戏，不仅上演次数最多，演毕谢幕也高达15次。

此次史依弘为演出试图搜寻一些影音资料，可梅兰芳留下的众多资料里，有关昆剧的并不多。所幸，1998年戏曲研究者陈超曾向梅兰芳的亲传弟子李金鸿、梁小鸾问艺，请2位老艺术家根据记忆复排梅兰芳所演的《刺虎》，花了近3个月才排出来。听闻史依弘要演《刺虎》，身在北京的陈超立刻联系上史依弘为她说戏。

与此同时，史依弘还请教了梅兰芳的义女、著名华裔表演艺术家卢燕。1945年，抗战胜利后，蓄须辍演多年的梅兰芳以一折昆曲《刺虎》重上氍毹。兰心大戏院一票难求，卢燕作为梅兰芳的家人还是趴在戏院二楼的栏杆上看完整场演出的。史依弘向卢燕请教了一个细节，当费贞娥杀完李过之后，宫女有没有上场。卢燕肯定地说，没有上场，这与如今昆曲舞台上演出的细节相悖，却与陈超所述的一模一样，这下史依弘的心定了，踏踏实实向陈超学完了整出戏。

复排老戏，忽略了一两个细节观众可能看不出来，但如果十处八处都不对，那就不是一出好戏了。史依弘说：“好看的戏都是细节堆出来的。”为此，她力求还原梅派精髓，将细节之美展现得淋漓尽致。例如，费贞娥脱下宫女服，戴冠穿蟒袍后，仍忍不住托腮，也不知整冠之后需要捋穗，全无大家闺秀的端庄之态。又如，洞房之夜费贞娥想要刺杀李过，紧张地抖了两抖水袖，可一看自己穿着蟒袍，又强行给自己打气，强装镇定。当费贞娥看见人高马大的李过，发现自己全然不是他的对手，一下子腿都软了，3步之内即彰显人物的紧张内心。

史依弘认为：“费贞娥只是一名为主报仇却从没有杀过人的普通宫女，而不能将她脸谱化地塑造成如同聂隐娘一般的职业女刺客。”费贞娥的力量含而不露，只在关键时刻爆发，表现负面情绪时也要照顾人物的美感，绝非以往戏曲中塑造的传统女性形象，也因此更具看点。

本报记者 **赵玥**

现代舞带你寻回宝岛台湾艋舺街头文化

# “十三声，十三声来了”

云门舞集的舞蹈作品一向给人一种文雅而克制的美感，而云门舞集的附团云门舞集2因为众多青年编舞者的加入，风格却截然不同。10月19日至21日，云门2将在东方艺术中心带来现代舞作品《十三声》，这部作品充满原始的血性与市井气，对熟悉云门作品的观众，或许是一次不小的心灵冲击。

■ 云门2《十三声》剧照

《十三声》以宝岛台湾上个世纪60年代艋舺街头的传奇人物为创作原型，引领观众一同回味台湾古老的文化记忆。这个传奇人物就是“十三声”，他偶尔现身艋舺庙宇旁，凭一人之力撑起一个剧团的表演内容，声音时男时女、忽老忽少，因此得名“十三声”。此人说书、演戏、唱歌、敲锣、卖膏药，样样精通。只要他一出现，街坊邻居便会高喊：“十三声，十三声来了！”

这个故事源于云门2艺术总监郑宗龙母亲的亲身经历，尽管郑宗龙本人并未见过“十三声”，但听到妈妈讲起这个人，总会联想到自己儿时在艋舺街头卖拖鞋长大的记忆，熙熙攘攘的街头，三教九流汇集之地，有着最鲜活的生命体验。如今，“十三声”已不复存在，郑宗龙却带着年轻的舞者们穿梭艋舺，从寺庙过茶室、绕巷弄，把那一代代的记忆、一点一滴的文化找回来。即将再现的《十三声》，是广义的舞蹈，是舞者的说、念、唱、跳。《十三声》的音乐创作暨统筹是林强，曾凭《刺客聂隐娘》获得过戛纳影展最佳电影配乐。

本报记者 **赵玥**