

白天喝咖啡,晚上看戏剧,双业态模式迎来双赢

上海“咖啡+”叠加效应不断被开发

5月1日,2024上海国际咖啡文化节揭幕。

根据《2024中国城市咖啡发展报告》的统计数据,2023年上海咖啡店数量已达9553家,同比增长12%。作为一座全世界拥有最多咖啡馆的城市,上海近年来一直致力于探索咖啡在不同领域的延展性。

今年,各区举办的咖啡文化节有些已经来到了第四届,“咖啡+”的叠加效应正被不断开发。“咖啡+文化”、“咖啡+旅游”、“咖啡+体育”……不同的资源在这里得到整合,吸引兴趣各异的人群,开拓更多潜在的商机。

作为长宁咖啡文化节的特色项目,上生·新所“咖啡戏剧节”也在今年迎来了第四届,它正日益成为这个潮人聚居地的一张闪亮的文化名片。而“咖啡+戏剧”在充分挖掘咖啡外沿价值的过程中,也对演艺新空间和新业态进行了尝试,并且探索了一种新型戏剧艺术形式的可行性。

我们从中看到了双赢的可能。一方面,咖啡馆为小空间戏剧提供了更多实践机会;另一方面,小空间戏剧又反哺了咖啡馆,带来更多客流。



双业态融合,白天喝咖啡+晚上看戏剧

4月30日下午4点,上海现代人剧社(以下简称“现代人”)的导演和演员们正在位于上生·新所内的“一九四零 NINETEEN FORTY”排练。4个小时后,美国外百老汇咖啡戏剧《广告牌》就将在这里上演。

店里还是日常的布置:约300平方米的空间里一部分地方作为自行车和骑行装备的展区、修车、洗车以及改装车;另一部分摆放桌椅,供顾客进行餐饮消费。“我们已经提前撤走了一部分桌椅,正式演出的时候和现在的布置不会进行大调。”“一九四零”市场负责人李宋燕告诉新闻晨报·周到记者,“我们跟‘现代人’沟通之后,双方也都决定保留原来摆放的自行车。”

“这就是我们在探索的双业态模式。”“现代人”负责人张余一边喝着冰拿铁,一边满意地打量着这个空间,“所谓的‘双业态’就是说,白天它是作为自行车店和咖啡馆运营。到了晚上增加一部分桌椅,就可以上演戏剧,发挥小剧场的功能。”

场地方和演出方的合作模式是这样的:演出方不必负担租金,且所有票务收入均归自己所得(注:《广告牌》售价180元/张)。但作为回馈,他们会赠送部分门票,这样便于场地方吸引自己的VIP客户社群来观看;场地方的唯一盈利点,就在于演出过程中可以向现场观众售卖两款根据剧情调制的特饮:鸡尾酒“偷心贼”和咖啡特调“白日梦”,每一款的定价都是48元/杯。

作为咖啡戏剧,剧情本身更灵活,往往会随着不同店铺的特点和装饰进行微调。因此在《广告牌》的演出中设置了一个由演员指引现场观众点单的环节,这时大家可以完全不用拘泥于正在进行的演出而自由点单;以及若干自行车元素,比如其中的一幕是男主角扛着自行车和其女友说话。

“这也是我们愿意和‘现代人’一起把这场沉浸式演出做好的原因。”李宋燕说,“如果单单只是出租场地,我们会觉得没有太大的意思。但现在戏里融入了我们店的时尚元素,这就很有新意,我们也很欢迎。”

先锋潮派的“真汉”咖啡剧场——上海对于咖啡戏剧的初实践

这是张余和“现代人”在上生·新所推出的连续第四届咖啡戏剧节,事实上从更早的2020年起,他们每年的国庆假期就开始在这里举行悬疑剧展演周。

“上生·新所的一大特点就是无论你是书店、卖自行车还是卖户外服装,几乎没有一家不兼卖咖啡,等于是无店不咖啡。”张余回忆最初在这里办咖啡

戏剧节的契机,“我们就想,可以在不同的空间里上演戏剧。”

2021年,上海各个区开始争相举办咖啡文化节。张余注意到,大家通常的卖点是将咖啡和市集、和旅游进行结合,“但是,没有看到把咖啡和戏剧相结合的。我想正好可以把资源聚集起来,就和园区商量,大家一拍即合做了咖啡戏剧节。现在上海有百家左右文创产业园区,还没一家像上生·新所这样明确提出以戏剧作为自己文化名片的。”

去年4月,法国总统马克龙访华,亲临现场为一年一度的“中法文化之春”艺术节揭幕。而“现代人”将这一年的咖啡戏剧节主题设定为法国戏剧专场,“法国咖啡戏剧节”也被纳入了“中法文化之春”艺术节的项目。

巧合的是,咖啡戏剧这一演出形式本身就起源于上世纪的法国巴黎。1960年代,渐渐走出二战阴影的巴黎迎来了一波文化演艺事业的巅峰。尤其是爱尔兰作家贝克特的《等待戈多》1953年在“巴比伦”首演后,当地的小剧场都变得炙手可热,身价飞涨。

于是,一些被剧场的高昂租金困住手脚的艺术家们就开始将戏剧搬进咖啡馆。据说第一个尝试咖啡戏剧的艺术家是贝尔纳·达·科斯塔,他于1966年在巴黎“皇家咖啡馆”上演了第一出咖啡戏剧。

上海这座城市在真正意义上实践咖啡戏剧的理念始于2000年,肇嘉浜路上的“真汉咖啡剧场”曾经是那个年代戏剧迷的精神港湾。网友“无用斋主人”多年以后这样回忆那段每周周末来这里看演出的



时光:“到了这里先喝上半小时咖啡,然后看一部经典话剧,再在门口的豪享来吃个几十块钱的牛排。那种浪漫周末的感觉,满足了我对于上海这座城市的所有期待。”

这个剧场的老板是海归王景国,而张余所在的“现代人”则是最早在那里演出的剧社。作为曾经的上海青年话剧团舞美设计,王景国在留美期间被外百老汇和外外百老汇多样的演艺空间震撼,便想到在上海拷贝这种模式。但那个时代无法实现他的咖啡戏剧梦想,演出的票价很低而房租却不菲,剧场在不到2年的时间关门。

张余记得,租给“真汉”的场地后来成了“锅比盆大”餐厅。“当时在‘真汉’,演出场次最多的一部咖啡戏剧是女性版《等待戈多》。直到关门的时候大家才意识到,这部剧其实早就预示了它的宿命,‘真汉’永远等不到它在等待的美好前程。”

“现代人”的咖啡戏剧之路,包含对不同形态演出空间的探索

张余告诉我们,过去20多年中,“现代人”一方面在各类大小剧场进行正式商演,另一方面从未间断对于咖啡戏剧的尝试。他们所走的咖啡戏剧之路,也包含着对于不同形态演出空间的探索过程。

“真汉”其实更类似于有咖啡功能的小剧场,它主要还是为演出而存在。更接近后来双业态概念的是位于江湾体育场的创智环境咖啡剧场。从2012年起,“现代人”在那里演了四五年,共排了15部咖啡戏剧。那里既是咖啡馆,又兼具书店功能。白天可以喝咖啡、读书和看演员排练,晚上则上演以悬疑戏剧为主打的咖啡戏剧。后来,这家咖啡剧场因为业态改造关闭了。

当张余他们为此惋惜哀叹的时候并不曾预料到,咖啡戏剧的转机正在来临。随着上海文创50条在2017年发布,2019年又开始首推《上海市演艺新空间运营标准》,只要满足演出场次每年不低于50场等指标,便可将写字楼、商场、园区的非标准剧场转换为“演艺新空间”。迄今,已有超过100家上海演艺新空间获得正式授牌,兼具咖啡馆双业态的演艺新空间从此大量出现。

“现代人”于是带着他们孵化的一批咖啡戏剧走进了这些新空间。他们在思南公馆288演出了《意浓马提尼》、《情迷爱尔兰咖啡》,在康得思12次方演出了《我只是一个过客》、《灵异的诱惑》、《蝙蝠的回忆》、《私人教练》,以及在新天安堂演出了《灵异受访者》、《我和吸血鬼有个约会》等。

其中,在新天安堂的演出也受到了张余在法国阿维尼翁戏剧节亲身体验的启发。“在戏剧节上,教皇宫的大院子里进行三维立体投影的戏剧表演,1000个人买票入场,让人非常震撼。”

“这些演出空间本来不是为演戏打造的,它们有自己的各个业态,但我们可以把戏剧加进去。”张余以今年咖啡戏剧节的演出空间之一孙科别墅为例,“本来提出的是建筑可阅读,现在我们说,建筑还可戏剧、可潮流,这样等于把老建筑整个盘活了。”

他们今年还在原有基础上进行了另一种探索,即将于端午假期上演的《11号配方》是一部沉浸式香氛主题剧,“现代人”和园区里的RE调香室进行了合作。虽然该剧本身并不在调香室内演出,但剧组将RE调香室里定制的香水融入剧情,并且联合调香室推出了针对观众的特别优惠。

如此,依靠咖啡戏剧的形式,也带动了园区里各种业态的发展。园区的每个店铺现在都跃跃欲试,表达了参与咖啡戏剧节的愿望。“这些店铺都在打听,今年的咖啡戏剧节会落在哪一家?”张余说,“我们也会轮流在不同的商家演出,比如去年去了隔壁的seesaw咖啡店,今年就到这里(指一九四零)。”

在一个越来越充满不确定性的时代,在一个消费者的口味越来越难以揣摩的时代,或许融合才是针对一切问题的标准答案。