

为一场演出奔赴一座城 上海如何吸引远方来客



2024年的上海演出市场，可谓是精彩纷呈。上半年，“古典乐乐团”柏林爱乐乐团时隔7年再次来沪，近10天的驻演期间带来4场交响乐演出、多场室内乐演出以及艺术普及活动，在中城乐迷中掀起一阵观演热潮；下半年，第23届中国上海国际艺术节用1个月的时间，将370余项、1600余场演出展览活动落地上海，吸引线上线下超千万人次参与。

全年演出不断更，让这座演艺之都不断焕发活力——不仅提升了观众的艺术审美，也促进了商旅消费不断升级。近日，记者与代表委员、资深从业者展开对话，聆听过去的一年，演出行业从业者收获了哪些观察和思考。这座链接全球艺场的国际化大都市，是如何以及还将如何吸引远方来客？



名家名团不断汇聚

2024年的最后一个月，上海大剧院联合上海歌剧院和德国拜罗伊特音乐节，官宣了“拜罗伊特在上海”3年歌剧计划。从2025年起，《特里斯坦与伊索尔德》《女武神》《唐豪瑟》三部瓦格纳歌剧及一系列儿童版歌剧项目、中外乐手交流等艺教活动将在上海落地。对于瓦格纳歌剧迷来说，未来又多了无数个奔赴上海的理由。

像这样的驻演项目，在过去的一年里还有很多。例如，去年6月的“柏林爱乐在上海”项目，6000余张交响音乐会演出票5分钟内售罄，一系列演出活动吸引了近2万名观众参与。其中，超过10%的境外观众和47%的外地观众打飞的、坐高铁奔赴上海，平均演出上座率达100%，总票房超1500万元。

再比如，去年8月在上海大剧院开启的英文原版音乐剧《剧院魅影》巡演上海站，59场演出实现票房8000万元。上海站也成为该剧此轮全国巡演中，场次数和单场票房数最高的一站。据统计，约有16%的观众选择来沪“跨城观演”，其中1%观众来自境外。

长期驻演项目的频频落地，在市政协常委、上海大剧院总经理张笑丁看来，也是上海这座演艺之都的实力体现。“很多观众来上海看演出，不止是一刷、二刷，很多甚至是四刷、五刷。这个时候，长周期驻演项目的优势就体现出来了。观众可以有更充足的时间安排行程，灵活地选择自己方便的时间来打卡观演。”

溢出效应愈发明显

名家名团纷至沓来，溢出效应也愈发明显。2024年下半年，第23届中国上海国际艺术节期间，伦敦交响乐团、德国国家歌剧院、莫斯科大剧院芭蕾舞团等名团，都纷纷将中国乃至亚洲的“唯一一站”或中国巡演“第一站”放在了上海，这不仅反映了上海浓厚的文化演出氛围和强大的市场承载力，也让上海“全球艺场”的金字招牌更加闪亮。

“莫斯科大剧院芭蕾舞团的《斯巴达克斯》上一次来上海还是1989年。作为中国演出的唯一一站，相信芭蕾爱好者一定不会错过这样难得的机会。果然，4场演出和1场Gala全部售罄，人气很旺。”张笑丁回忆了“莫大”版芭蕾舞剧《斯巴达克斯》时隔35年与观众的双向奔赴。

“除了海外名团，去年上半年在大剧院演出的舞剧《红楼梦》也因为精美的国风舞台和文学经典的号召力，很受观众喜欢，其中也不乏海外观众的身影。我们越来越发现，不管是面对国内各地的观众还是海外观众，演出的唯一性和高质量始终是吸引他们的核心。在这一点上，大家的审美并不冲突。”

据统计，2024年前三季度，上海营业性演出演出场次已达4.24万，吸引了1877万人次，票房收入超2023年全年水平。

这样的盛况是否能延续到今年？

记者了解到，目前，美琪大戏院正在进行升级改造，计划打造面向全国乃至全亚洲的首演驻演剧场。今年5月，改造后的美琪大戏院就将迎来原版音乐剧《SIX》在上海“唯一一站”的驻演，为期近一个月。这也是该剧首次来到中国大陆。

同样正在改造中的还有上海宾馆辅楼。今年，这里将迎来沉浸式音乐秀《英雄联盟：双城之战》全球首演，这也是全球顶级沉浸式团队Punchdrunk继沉浸式驻演剧目《不眠之夜》上海版之后的又一大创制。

此外，今年11月4日至12月28日，《悲惨世界》40周年纪念版音乐会将巡演至上海，重访上海大剧院。这将是英文原版音乐剧《悲惨世界》阔别上海23年之久后的首次回归，也是本轮世界巡演在中国大陆的“唯一一站”。

首轮开票时的8场演出已全部售罄，采访张笑丁的当天，恰逢音乐会第二轮开票。仅仅2小时，16场共计25000张票就已经售出23000张，人气可见一斑。这也让张笑丁感慨地回顾起了2002年，《悲惨世界》作为第一部引进中国的英文原版音乐剧，在彼时开创了怎样的盛况。“在那个很多中国观众根本还不知道音乐剧是什么的年代，《悲惨世界》22场的驻演对我们来说简直是一个天文数字。但后来的演出反响空前、口碑爆棚，接近尾声的那几场演出，我们甚至破例售出了站票。时隔23年，《悲惨世界》的回归不管是对大剧院还是观众来说，都意义重大。我们对今年的演出充满期待，希望更多观众能够看到世界经典音乐剧真正的水准。”

带动文旅新消费

随着演艺市场的活跃，张笑丁也逐渐发现，剧场的作用除了为观众提供一场观演体验之外，能做的还有很多。比如，开拓剧场新空间，为前来“连打”（指外省市观众利用周末或休息的时间专程到访上海，在一段时间内往返各种剧场中高强度地看演出）或者赶场的观众提供更多艺术体验和消费场所。

2024年春天在上海大剧院开业的1998Lounge和抓马咖啡馆就迅速成为社交媒体上火爆的打卡地。除此之外，大剧院去年8月发布的“SGT观众文化消费及观演趋势调研”还显示，约有1/5的观众表达了对包间绿屋咖啡厅、望星空宴会厅、艺术品商店在内的A+艺术长廊的喜爱。

“现在的观众看演出，已经不止是单纯地看一场戏，而是会在剧场空间里产生一系列需求。看演出越来越变成一种有仪式感的体验式消费，可能在他们下班走向剧场的路上，这个仪式就开始了。只有懂得观众还需要什么，才能更长久地留住他们。”张笑丁还举例了大剧院一直备受好评的夜间葱油饼摊位，不知道喂饱了多少深夜看完演出后饥肠辘辘的观众。“我们不仅要留住观众的眼睛，还要留住观众的胃。”

从演出场景衍生出的文旅消费，成绩单也很亮眼。去年，作为中国上海国际艺术节特别项目的“柏林爱乐在上海”驻演期间，人民广场商圈打车订单周环比上涨3.6%，上海大剧院附近的餐饮、酒店订单量都呈现增长，附近餐厅营业额普遍增长30%—40%，上海大剧院咖啡厅也创下了年内的单日销售新高，销售额大幅增长约65.4%。

从人民广场蔓延开来，2024年，上海·静安现代戏剧谷24部展演剧目104场演出，共有5万多人次购票，预期票房总收入超1500万元。静安现代戏剧谷、静安音乐节、静安咖啡文化节三节品牌叠加，拉动300多万人次参与，相关商圈消费同比增长16%。

大型演唱会也频频发力，去年刘德华在上海举办演唱会期间，场馆小程序餐食在线点单量超2万单，附近客房入住率、价格都有明显上升。五月天11场上海演唱会共吸引约50万人次观演，其中约60%是外地观众，伴随五月天演唱会进行，上海东方明珠、北外滩滨江等文旅目的地，以快闪店、主题游轮等策划，吸引大量客流。

在政协委员、中国上海国际艺术节中心总裁李明看来，这些数据无一不说明了“优质文化赋能城市消费效益显著，真正促进了人流聚起来、人气热起来、消费旺起来。”

“文旅新消费不仅满足了人民群众日益增长的精神文化需求，更成为推动城市经济社会发展的重要力量，同时也有助于塑造城市形象、传播城市文化、提升城市软实力。”

晨报记者 王 琛

物资回收

渝水堂

高价收购
红木家具.老家具.字画.扇子.印章.像章.老服装.小人书.紫砂壶.玉器.瓷器.地址:多伦路文化名人街182号(近四川北路)
热线电话:65407260 13601926417
高经理 免费上门服务

投放热线:22895373

(新闻晨报)综合分类、遗失、注销各类声明广告

知名 绿洲

口碑好 成功率高
地址:九江路619号1518室 注册号:310113000212598
由高级婚介师董老师全程服务到满意
C616寻无房男可家访美丽医大教授女79岁丧偶夫孩空难亡获丰厚赔偿多套房医德高超不求回报愿你品正会持家有孩可继业(女付)63337606
C617有多房无亲人未婚事业单位女干部退休69岁貌好温和从小孤儿院长大患先天性心脏病病继父丰厚遗产寻真心照顾男(女付)53833358
C618不愿进养老院女公务员退休73岁丧偶未育肤白显年轻有多房寻93岁能相相相伴男速婚(女付)63337606
C619美丽依旧女中医63岁丧偶未育显年轻和气会持家从医几十年积攒丰厚家产有多套房无依靠寻83岁内体健康男共享夕阳红(女付)53833358
C620自营连锁酒店女53岁丧偶肤白丰满漂亮沪港两地有雄厚资产备车寻善良体贴易相处先生随缘(女付)63337606