

一份来自“法罗朱”现场的观众席观察

12月12日晚,法国原版音乐剧《罗密欧与朱丽叶》(简称“法罗朱”)宁波站首场演出在欢呼声中落幕。谢幕时分,《二十当头》《世界之王》《维罗纳》三首金曲返场连唱,点燃宁波大剧院观众席气氛。

对音乐剧观众来说,在国内巡演多轮、常看常新的“法罗朱”并不是需要用猎奇目光去看的“西洋镜”,而是主打“看情怀”的抒情诗。

演出前,剧院前厅聚集的大都是跨城奔赴而来的“骨灰级”粉丝,他们能清楚地记得每一个角色的唱段,记住每个演员的名字,能清楚地分辨出演员的高音和低音是否被剧院音响准确传达。

而作为剧院,一方面要想着满足剧迷们的物料交换、谢幕“冲台”,签售sd(stage door,堵后门)等诉求;一方面还需做大本地市场蛋糕,吸引更多“路人粉”买单,才可能收回剧目引进的高额成本。

从记者现场观察来看,地处长三角演艺中心边缘的宁波,想要分得国外引进剧目的红利,还是很不容易的。



谢幕时,演员与观众互动。



拿出手机拍返场的观众。



当晚的演出谢幕。

1 场内场外的互动

宁波音乐剧迷今年挺有福。

上半年宁波文化广场大剧院引进了法语原版音乐剧《巴黎圣母院》,下半年宁波大剧院捧出“法罗朱”。这两部剧目可以说是法语音乐剧中,粉丝基数最大、受众最广的两部。

法语音乐剧被公认的最大优点是“歌好听”。《巴黎圣母院》中的《大教堂之歌》《美人》声入人心,朗朗上口;《罗密欧与朱丽叶》的《维罗纳》《爱》《世界之王》属于“BGM(背景音乐)一响,眼泪决堤”的级别。有观众戏后写观后感:“当维罗纳的少年们从台下冲向台前,灯光洒落的瞬间,仿佛看到20年前的他们穿越时光而来,脑海里闪现出整个青春……”

这两部巨制对国内观众来说并不陌生,两者“中巡”(中国巡演)都有10年以上的时间,最早“入坑”的一批青年观众,如今已人到中年。翻看社交媒体的短评,许多人都提到,看“法罗朱”更多是“看情怀”。熟悉的人、熟悉的景、熟悉的歌在舞台上复现,仿佛看到年轻时为了追戏跨越山海而去的自己,陷入自我感动的循环。

观众席里,也有不少年轻人。他们盛装而来,把头发挑染成红色或是蓝色,代表台上的两个家族阵营,与剧情融为一体。这些观众大都看过不止一场的“法罗朱”,他们可以“为了一部戏奔赴一座城”,为了“集卡”(看全所有的演员组合)买上十几张不同城市的演出票。

在他们分享的剧评里,充斥着“自己人”才懂的“黑话”,包括但不限于各种演员昵称,以及资深粉丝才能心领神会的“梗”。而那些犹豫着要不要买票或是加场的观众,也习惯从这些直击现场、直述剧院优缺点的短平快文字中获取自己需要的信息,或是获得“同担”提供的“前线战报”与情绪价值。

2 做大路人盘的必要性

本轮“法罗朱”巡演,打的是“原代初卡”“告别之旅”的标签。观众期待在现场看到25年前的“官配”,“罗密欧”达米安·萨格(昵称“大米”)、“朱丽叶”塞西莉亚·卡拉(昵称“CC”)同台。

但每站巡演总有这样那样的意外。12月12日宁波场演出前,塞西莉亚·卡拉在社交平台发消息说,因为自己身体不适(喉炎),需要休息恢复嗓音,遗憾无法登台。宁波场的观众由此解锁了a卡“罗密欧”与b卡“朱丽叶”莉亚·比隆(昵称“小朱”)的“ab组合”(之前杭州站,“大米”没有登台,上台表演的是“ba组合”)。

从反馈看,这样的意外并没有掀起太大的波澜。中场休息时,记者随机采访了多位观众,都对“大米”和“小朱”的搭配表示认可,觉得两人的声线意外契合,并没有因为年龄差而带来突出的违和感。

再加上当晚饰演茂丘西奥的演员约翰·埃真(他在上半年宁波站《巴黎圣母院》里演游吟诗人)、演奶妈的朱丽叶·莫兰妮、演亲王的大卫·班都是一时之选,观众“各取所需”,自也享受其中。

但需要看到的是,粉丝“填场”并不构成宁波站3天5场全部的观众来源,截至开场,一楼两侧池座依然有不少空位。

事实上,自官宣开票以来,宁波大剧院为放大“法罗朱”的溢出效应、做大“路人盘”,不可谓不努力。从几个月前开始,涂装演出海报的双层巴士就开始满城跑,跟商场合作的假面舞会、跟酒店合作的沉浸式拍卖会,还有三江夜游的月下游船派对,宣传推广剧目的“新式花样”层出不穷。

演出这几天,剧院的氛围营造也很到位,观众见面会、舞台导览一场不落,纪念票根、限量周边、定制印章等准备齐全,可谓“宠粉”。

但是,“法罗朱”的热闹似乎还是局限在小众圈里,结果是本就喜欢的人愈发喜欢,而未解其详情者并不知晓在热闹什么。

3 地处上海周边的宁波,演艺经济前景如何?

目前,宁波到上海的高铁时间是2小时,杭州到上海1小时,苏州到上海半小时。

上海是国内音乐剧市场公认最好的城市,眼下正在上海大剧院演出的《悲惨世界》连开60余场,一票难求。票务网站统计,47%的观众都是跨城观演。

光从哪里来,人往哪里去。当一年到头几乎看不到空窗期的上海“吸”走长三角乃至全国大部分的音乐剧观众,作为本身与之有“时间差”的周边城市,还有“胜率”吗?或者说,在此情况下,观众为何还会选择宁波场买单?

记者观察,有三点要素会影响荷包,一是交通的便捷性,二是票版定价的性价比,三是剧场的硬件、管理水平和体验感。

宁波文化广场大剧院一度得到过“好评”。因为有观众算了一笔时间成本的账:从铁路宁波站到宁波文化广场大剧院,地铁2号线转1号线,40分钟以内可以抵达,且宁波文化广场大剧院音响设备相对较新,剧场管理有序,在定价处于正常区间的情况下,粉丝并不介意为宁波买单。

地处市场竞争激烈的长三角,宁波,从来都不是跟自己竞争。事实证明,观众也不仅仅为剧目买单,他们也会为情怀买单、为体验感买单,为社交平台刷到的肯定和好评买单。

宁波要争取长三角票房的溢出效应,找准定位、培育市场、争取观众仍是重点。

事实上,如今宁波每年引进剧目的数量并不在少数,但剧院自身演出品牌培育还可进一步加强,带主题的“演出季”也可以更多一些,以增强用户黏性。剧院之间,亦可加强联动,彼此借力。

剧场,是让人做梦的地方。有人说,一座城市戏剧演艺的繁荣程度也代表城市文化水平。宁波要在如今的“基础分”上再上台阶,还需各界共同努力。

记者 顾嘉懿/文 蒋晗忻/摄