

演出多样高大上,但赚的少赔的多

演唱会向来是演出市场的风向标,今年冬天,李宗盛、许巍、邓紫棋、林俊杰等先后在济南举办演唱会,足以说明济南演出市场的火热程度。而演出类型的不断丰富,则表明济南演出市场正在走向成熟。省会大剧院11月1日开启了周年演出季,歌剧、话剧、儿童剧、芭蕾舞剧、交响音乐会等接连上演,《红磨坊》、《天鹅湖》、《罗密欧与朱丽叶》、《梁祝》等经典名作让济南观众一饱眼福。话剧名导孟京辉、喜剧天团“开心麻花”、“黄梅戏女皇”韩再芬、小提琴大师盛中国、梅兰芳之子梅葆玖等也都先后献艺,让济南的演出市场愈发“高大上”。

2010年全运会在济南举办,为济南的商业演出提供

了优质场地。2014年十艺节,省会大剧院等一批场馆的启用更是让高水平演出在济南成为可能。从硬件条件来说,济南与一线城市已经相差无几。世博演艺总经理吕彬表示:“十艺节之后,济南演出的内容和质量都提高了。原来只是单纯的明星演唱会,现在是歌剧、舞剧、话剧、戏曲、诗朗诵等百花齐放。场次、数量上也多了,以前只有五一、十一、元旦等黄金时段才有演出,现在只要是周末就会有。”话虽如此,但在吕彬看来,目前济南的演出市场仍处于初级阶段。“虽然现在济南的演出很多,但是赚钱的并不多,演出市场的真正成熟应该是在百花齐放的基础上盈利的多、赔钱的少。”

“票房洼地”帽子未摘,市场成熟或需十年

规模大,投入高,收益高,风险也高的演唱会,对衡量一个城市演出市场的发展水平具有标志性意义。吕彬介绍说,近年济南举办过的明星演唱会中,最成功的是2011年的周杰伦演唱会,单纯通过票房盈利超过50%。此外郎朗、蔡琴、陈奕迅的音乐会、演唱会也比较成功,除此之外演唱会赔钱的居多。“王力宏和苏打绿的演唱会都赔了,他们在济南的年轻歌迷中影响力不够,济南的中年歌迷又不喜欢他们,卡在中间,不上不下,这是最麻烦的。蔡琴的演唱会为什么赚钱?就是因为有一批喜欢她的50后、60后,这些人还是现在社会的中坚力量,他们掏得起演唱会的门票钱。”

从数量上看,虽然来济南开演唱会的明星不少,但他们一般都选择在冬季,吕彬说,

这也从另一方面说明了济南演出市场吸引力不够。“明星们都把五一、十一这样的好档期留给北上广了,对属于北方的济南而言,冬季人们都不大爱出门,一些演出难成行。”

在吕彬看来,济南的演出市场不仅不如北上广这样的一线城市,和一些南方城市相比也有很大差距。“业内之前把济南、太原、石家庄称为三大‘票房洼地’,其实现在还是差不多。这些‘洼地’集中在北方中部的省会城市,跟当地人的消费意识有很大关系。”济南什么时候才能成为票房“平地”甚至是“高地”呢?吕彬表示很难预测:“快的话两三年,慢的话得十年,可能要等到85后、90后成为主力消费群才行,大家都抢着买票的时候才是好的阶段。”

总说暖冬其实春天还很远
 济南何时摆脱“票房洼地”



今年冬天,济南演出市场精彩纷呈。单是演唱会就有李宗盛、许巍、邓紫棋、林俊杰等重量级明星先后登台,歌剧、话剧、儿童剧、芭蕾舞剧、交响音乐会、相声、戏曲等各种演出更是层出不穷。在火热的表象下,业内人士却表示,济南演出市场与北上广或是一些南方城市相比差距仍然很大,“票房洼地”的帽子还没有摘掉。



“票房洼地”

赵宝刚经历编入《青年医生》



本报讯(见习记者 刘雨涵)《青年医生》正在天津卫视热播,剧中云集了呆萌暖男、理性高知、万能小鲜肉、气质冷美人、鬼马小精灵、软萌女学霸等“各款”医生。近日,导演赵宝刚携主创任重、张铎、王阳、杜江等做客天津卫视,爆料剧中部分剧情源于自己儿时的经历。

因《青年医生》是一部专业医疗剧,赵宝刚要求所有演员到医院进行了三个月的封闭体验。剧中,三位实习医生第一次推开太平间的门,里面就传出阵阵哭声,着实让他们胆战心惊。据赵宝刚介绍,这一情节源于自己儿时的真实经历:“我五年级的时候,放学和小伙伴到葡萄园捉蜻蜓,被工作人员误认为偷葡萄。为了惩罚我们就把我们关在了离葡萄园最近的太平间,我和小伙伴一进去就听见很惨的哭声,这让我记忆很深刻,后来我就把它用到了《青年医生》中。”

《徐志摩与济南》周六签售

本报讯(记者 霍晓蕙)由陈忠、王展、逢金一编著的《徐志摩与济南》一书,近日由线装书局出版发行,29日9:30将在泉城路新华书店举行“在诗城济南 追寻徐志摩”读者见面会签名售书活动。届时,来自北京、徐志摩故乡海宁和山东各地的专家、学者将一同参加此次活动。

《徐志摩与济南》全方位记述了徐志摩在济南遇难前后的事件经过,披露了许多鲜为人知的细节和史料,整合并弥补了国内外徐志摩研究的不足和缺失。远在美国的志摩嫡孙徐善曾先生专门为该书作序。

《徐志摩与济南》是一本以诗性化语言记述志摩在济踪迹的彩色插图文集,文笔从容而灵动,飞扬而沉静,读者会从作者文字里感受到舒朗的格调与审美的力量。

《梦之声》八强出炉 羽泉相中朱兴东

本报讯(见习记者 刘雨涵)《中国梦之声》全国八强23日出炉,赖仪雯、Emily、朱兴东、伊尔盼、郑兴琦、马海生、郑淑泓、唐宝顺利晋级。在“一路上有你”主题夜中,朱兴东深情弹唱的《一路上有你》收获了不少观众和网友好评。记者获悉,朱兴东已收到“梦想大使”羽泉抛出的橄榄枝,有望签约其公司。

在舞台上,18岁的朱兴东一直以稳定的表现和深情的演绎受到观众肯定,酷似陈奕迅的“蘑菇头”更让他在粉丝中赚足人气。节目中,他首度自弹自唱了经典情歌《一路上有你》,前半段深情,后半段摇滚的改编掀起了全场的小高潮,连一向严厉的导师韩红都赞不绝口。朱兴东赛后坦言,为了不在表演时出错,他甚至想出了一套自罚手段:“唱错歌词就罚自己跑八公里。”

据节目组工作人员透露,“羽泉赛前去探班学员时,就已经注意到朱兴东。看完他的演出,海泉更是称赞他前途无量。”

要票习惯难根除,公益缺位致成本高

演出想要实现真正盈利,最根本的还是要靠票房。看看现在济南的各种演出中,五花八门的品牌冠名、支持单位、赞助广告,就可以想见票房并不乐观。吕彬表示:“演出市场只有票房不好时才会靠赞助。”娱人制造文化传媒运行总监聂雷认为,济南观众的要票习惯是影响票房的最大因素。“每有演出,各个部门、各种关系都会来要票,数量非常大!”聂雷认为,要培育起健康的演出市场,当下最关键的是培养起济南观众的买票习惯。吕彬说:“演出的感情票、赠票、工作票等等,不单是济南,在全国都一样。现在济南的赠票情况

已经好很多了,原来可能占到20%—30%,现在是10%—15%。”

观众为什么不愿意买票?根本原因还是票价太贵,现在的演出门票动辄180元,高的达上千元,让很多观众觉得还不如花几十块钱看电影划算。吕彬表示,票价畸高不能完全归咎于演出商,是内地演出的高成本导致了高票价。“在香港、台湾举办演出宣传成本低,因为政府会给出公益广告牌和电视广告时间段,现在北京地铁里也有很多广告牌是政府免费提供给演出的,但在国内大部分城市,想让老百姓知道演出信息得打广告,这块的开销很大。”

市场营销是短板,培养观众需规划

要想实现济南演出市场的良性发展,从政府到公众都要努力,但打铁还需自身硬,完善的演出运作才是关键。吕彬认为,演出票房最关键也是最薄弱的环节在于营销。“营销不好什么都白搭!现在大部分演出商只会做演出,不会卖票。演出商应多学学商家,什么时候卖票能像卖日常消费品那样,演出市场才会好起来。现在演出市场营销弱就弱在没有专业人士干这行,营销高手都在卖楼呢,那里一个月收入两万,而这个行业才三千。很多剧团现在都没有专门的市场部,指望编剧、导演、演员搞营销肯定不行。”

可喜的是,在十艺节之

后,济南演出市场的商业运作出现了一些令人欣喜的变化。吕彬介绍说,十艺节之前,虽然演出也不少,但都没有形成规模和影响力,而现在济南演出越来越有战略性和规划性。“以前济南的一些演出只是为了挣一笔,但我们现在做的‘宝贝亲子剧场’、‘都市实验剧场’,还有大学生戏剧节等,目的不是用戏挣钱,而是想通过这些活动和演出培养爱好者和观众,让他们以后愿意走进剧场。除此之外,历山剧院、山东剧院等也开始自己操作一些演出,改变了以前只负责出租的模式,这是济南演出市场的一大进步。”

