

36台演出,200万的可售票房卖了不到一半,消费“艺术盛宴”—— 南京人,你买票了没有?

票房多少?

36台演出,总票房应该在1000多万

在记者拿到的第31届世界戏剧节演出目录上,有26台来自世界各地的参演剧目,还有10台来自江苏省的展演剧目。在这些剧目中,除了6台演出为免费演出外,其他30台剧目都是售票的,而这36台的剧目应该说是江苏省迄今为止规模、规格最高的戏剧演出,那这30台演出的总票房应该是多少呢?

对此,中国电信118114票务中心相关负责人告诉记者:“这30台剧目的总票房应该在1000多万左右,可以说大多数的演出还是采取了低价路线,票价也就在100元之内,最低的只要30元,是相当惠民的。”

200万的可售票房,只卖了不到一半

总票房1000多万,这个票房数字对于南京来说或许有些压力,那究竟中国电信的票务中心销售了多少票房呢?

对方有些不好意思地说道:“截止10月23日的票房销售大概只有不到90万!”1000万的总票房,只销售了不到90万?难道有近900万的票房要打水漂?上座率高达8成难道都是假象,看戏的大部分人拿的都是赠票?对于记者一连串的问题,该负责人却笑了:“不是你想象的那样,说是1000万的总票房,但在票务中心可销售的票房也只有200万左右,其他800多万的票,一大部分是被主办方包掉了,一部分回馈给了赞助方,其他的作为一些赠票与工作票,所以不能说是近900万的票房打了水漂,政府给戏剧节的支持很大!”

随后该负责人告诉记者:“其实这次票房销售也还过得去,至少比以前要好得多,来电咨询购买票务的南京市民也多了,其中一个就是这次的剧目较



10月24日,希腊演员在南京博物院表演广场剧《普罗米修斯》
新华社记者 孙参摄

多,南北口味都有,满足了不同观众的需要;其次,一些大腕大演出来宁,也有相当的吸引力。不过,作为票务方面来说,总觉得这次戏剧节的宣传启动晚了,要提前1个月进行大规模宣传,我想票房还会更好。当然就目前的形势来说,可售票房的销

售最多在100万,也就是说还有100万的票将成为废票。”

大剧受捧,小众戏也“意外”

在众多剧目当中,大制作、有名家领衔的剧目似乎有着票

房的保证。在记者的调查中发现,只演一场的《雷雨》由于是北京人艺的代表作,又是曹禺的作品,所以票一下子就卖空了。百老汇的音乐剧《阿依达》在南京上演三场,票房的号召力也很强,单场的平均票房接近6万左右。除此之外,茅威涛领衔的越剧《梁山伯与祝英台》,尚长荣领衔的京剧《曹操与杨修》受到了戏曲迷的热捧,票房也是高居排行榜的前十,而来自俄罗斯的两场冰上芭蕾也同样受宠。

相对于大剧的受捧,一些原本不被看好的剧目却在此次戏剧节上大放异彩,最具代表性的就是台湾如果儿童剧团上演的《猪探长的秘密档案》,相对比较低廉的票价,两场的票房居然卖掉了2万2千多,差点挤进票房排行榜前十位。很多观众认为这场剧虽然是儿童剧,但悬疑幽默的剧情不但让小朋友流连忘返,而且让大人为之动容。

谁在买票?

白领:更高的消费需求

在已经有大批量赠票的情况下,究竟是谁愿意自己掏钱买票,成为了真正意义上的文化产品消费者呢?根据记者在演出现场的了解和票房的销售情况,我们发现愿意自己掏钱买票的群体主要有白领、学生、戏迷这三类。

很多白领有很小资的爱好,而剧场里的舞台剧则比一般的看电影更能满足这样的需求。南京某外企职员张女士就是这样一位白领戏剧观众,月收入8000元。同事间的周末娱乐,像吃饭唱歌这些,张女士觉得不能满足她的需求:“我喜欢张爱玲,当时林奕华排《半生缘》的时候,南京没有安排演出,我还特地跑到上海去看。后来林奕华的《包法利夫人》来了南京,我买了最贵的票去看。”

这次南京举办世界戏剧节,张女士一口气买了好几出,张爱玲的《静安寺路192号6

楼》、芭蕾舞剧《花样年华》和北京人艺的《雷雨》都很对她的胃口,她都买了最贵的票。“以前南京那些演出,我一般找朋友要票。有就看,没有就算。但是这次戏剧节的剧目都是我很喜欢的,我也心甘情愿地自己掏钱。”

学生:最便宜的票,最热忱的心

走进剧场,坐在后几排的多是青涩的学生脸。这些还没有收入的学生不会买多贵的票,但却有着最热忱的向往艺术的心。尽管没有收入,学生们还是愿意自己从生活费里拨出一部分来走进剧场,感受艺术。

南师大的同学小王在豆瓣上看到了《阿依达》的演出预告。她并非艺术类专业的学生,但还是约了好朋友一起买了票观看:“听说这是《阿依达》第一次来南京,真的很难得,就决定自己掏钱买票来看了。”小王买的是180元的票,只能在剧场的二楼观看。但是花180元看一出戏对学生来讲仍然是很奢侈的事情。

戏迷:买票看戏成习惯

这次戏剧节,戏迷们过足了瘾。年过50的杜女士是茅威涛的“忠实粉丝”。她平时就爱看越剧,茅威涛的戏更是每出必看。上次茅威涛来南京的时候,杜女士就买了高价票追了一回星;这次茅威涛带着新版《梁祝》参加戏剧节,杜女士当然不能错过机会,还是买的高价票,这样一位白领戏剧观众,月收入8000元。同事间的周末娱乐,像吃饭唱歌这些,张女士觉得不能满足她的需求:“我喜欢张爱玲,当时林奕华排《半生缘》的时候,南京没有安排演出,我还特地跑到上海去看。后来林奕华的《包法利夫人》来了南京,我买了最贵的票去看。”

这些票友们平时就喜欢到当地的剧院看本地剧团的演出,掏钱进剧场对于他们而言是很平常的事情。

南京商演,告别“票房毒药”

纵观这几年,南京的演出市场经历种种挫折,终于迎来复苏,虽然现在还存有一些问题。但因为观众的进步、政府的支持,让演出商信心百倍。

恶性竞争、赠票、假票,一度搅乱演出市场

过去,好的演出基本上是到了上海后就“打道回府”,总是与南京擦肩而过,南京的演出市场被戏称为“隔年的黄豆——不进油盐”。

演出市场低迷的原因是多方面的。业内人士分析,一方面,演出经营者自身行为不规范,导致市场无序竞争,演出利润薄弱。另一方面,南京的“老传统”赠票得不到控制。再者,假票问题一度困扰南京,打击了观众的购票积极性。

许多演出界的业内人士告诉记者:“当时南京很多演出公司操作十分不规范。往往是某家演出公司看好了一个项目,与演出方谈判谈得好的,忽然其他几家也冒出来,与演出方接触,要拿下这个项目。演出方当然乘机抬价,最后价高者得。得到却未必是好事,由于几家哄抢,南京演出公司的成本又高出了一块,当然就会提高票价,把这笔钱转嫁到观众头上了。”

至于赠票,对演出市场的负面影响也十分巨大。一次抽样调查数据显示,有30.76%的南京市民都是自己买票,38.46%是别人的赠票,还有23.07%的人是跟朋友要的票。南京大学文学院院长董健教授认为,这其实就是市场不成熟的表现。他认为,任何人都应该自己买票入场。南京与北京、上海比较起来,无论从城市的规模和人均收入,还是市民的文化消费意识,都落后于北京、上海。北京的高雅音乐会基本上都是个人买票,已经形成不少忠实的观众,而在南京,还没有形成“掏钱买票”的消费群,不少市民觉得花几百元钱看一场

演出太不值得。

此外,假票曾经是南京演出市场一大威胁。四年前的一场演唱会上,居然有4000多张假票流窜,演出开始后场内早已坐满,但很多手持真票的歌迷无法入场,一度造成极大混乱。

如今商演成熟,高雅演出市场有待培育

2004年,南京演艺市场迎来了一场复苏。蔡琴、周华健、罗大佑等演唱会以及大卫·科波菲尔魔术表演等优秀节目纷纷获得极大成功,打破了南京“票房毒药”之称。2005年南京演艺市场开始急速升温,尤其是十运会后,各种演唱会接踵而来,一个月的时间内连续上演五六场演唱会,密集度让业内人士都忍不住咋舌。时至今日,南京演出市场又成熟了很多。江苏东方盛世文化产业有限公司凌总觉得:“现在,南京演出市场已经规范。以前,什

么人都想做演出,搞得非常乱。但现在,演出公司都是有坚强后盾的,都很有实力。”据悉,不少电视、电台媒体还直接投资参与演出市场,让各种演出的宣传运作更为成熟。

众多演出中,商业演出更能吸引观众,就算是一两千的高票价,观众也能接受。但是高雅演出则不然。据调查,南京大部分的高雅演出,平均票价都在300元左右。一位观众告诉记者,他的心理价位是100元。这也是有原因的,一方面很多观看这种演出的观众是高校学生,消费能力不高。另一方面,曾经有演出商为吸引观众故意最大限度压低票价,结果造成了恶性循环。

观众文明看戏的习惯正在培养

随着演出的增多,南京观众观看演出的品位以及观看素质也大为提高。2002年初,南京文化艺术中心大剧院门前经常发生夹带零食的观众与检票员吵架的事。但如今,文明观看演出的观念逐渐深入人心。去年,南京有一场高雅新年音乐会首次为观众铺设红地毯,观众们必须正装进场。这样一来,就没人会在笔挺的西装口袋里塞包子,没有人穿着名贵的裙子还拎袋瓜子到处跑。那场音乐会十分成功,观众都觉得真正享受到了高雅的艺术。

不过,这次戏剧节依旧有很多观众抱怨,其他观众太吵。很多家长喜欢带着孩子看演出,但绝大部分剧目,孩子根本没兴趣看,看了不到10分钟孩子就吵着要出去,打搅了其他观众看戏。在剧场边看边吃的现象还有很多,食品塑料袋里哗啦的声音,嗑瓜子的啪啪声,都让其他观众忍无可忍。值得注意的是,在某些观众的反映中,制造噪音的竟然是剧场的工作人员。观众在剧场里面看戏的时候,检票员就坐门口大声聊天,让观众大为恼火。