

不断萌发的青岛“演艺新空间”

“溢出效应”催生小型剧场新热潮 空间有特色术业有专攻

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉



■“青未”的小麦岛公益演出。

从5月下旬到6月，青岛文娛演出市场将迎来一波小热潮——

“冰山之角”将推出国内女性脱口秀领军人物小鹿“女儿红”青岛站巡演；龙马社黑匣子剧场将上新原创剧《烧月亮》；太平角18号将上演“戏岛戏剧节”沉浸式戏剧《朱莉小姐》。

值得注意的是，这些演出并未选择传统的剧院，而是出现在一些难以归类的“演艺新空间”里：龙马社的黑匣子剧场同时也是“叁拾捌”喜剧俱乐部的脱口秀表演场地，“冰山之角”也是一家融合了家电博物馆、音乐剧演出等多种功能的艺术空间，太平角18号的欧式建筑里不仅实景上演严肃话剧，还同时提供咖啡、精酿等饮品，观众可以边喝咖啡边看剧。对于年轻消费群体来说，看剧、看演出的概念在不知不觉间被颠覆了，只要观众愿意，文娛消费可以是社交的、免费的、户外的、即时直播式的……

按照演出业内的规则，剧院大型演出要有以季甚至以年为单位的计划。疫情影响下，剧团演出和院线影片受限，溢出的部分文娛消费转而去了新兴演艺空间。业内人士介绍，“演艺新空间”并不是新概念，比如上海在2019年5月出台《演艺新空间运营标准（试行版）》，就将商业综合体、办公楼宇、产业园区、旅游景点、游船、改造好的老厂房等列为“新型演出场所”，受惠于这一政策，上海亚洲大厦成为音乐剧、脱口秀、Live秀等新兴演艺的集中地，文娛结合的新范例。

随着青岛演艺新空间的不断萌发，本土演艺氛围、艺术体验将得到极大提升，并将不断扩容到市民身边。

新空间，新体验

在大型剧场场租居高不下的情况下，选择户外空间、小型剧场既是降低演出成本的考虑，也是新兴业态的首选。

作为岛城第一家单口喜剧俱乐部，“叁拾捌”喜剧俱乐部原本的演出场所选择酒吧里，直至固定在龙马社黑匣子剧场，岛城脱口秀爱好者才找到了一方属于喜剧人的天地。龙马社主理人张瀚文同时也是一位戏剧人，他的黑匣子剧场坐落于怡堡酒店里，这里也是著名的“星星集市”举办地——酒店+剧场+脱口秀+话剧+文化集市，把老城区的文脉与新兴文化业态充分结合，让老城区与年轻观众实现了强连接。

张瀚文对剧场空间经营有着成熟的思考，他把黑匣子做成一个平台，对接各路剧社，“原本大家都是做各自的圈子，现在各个团体来到我们剧场的平台，而且我们持有开放的心态，把热爱戏剧文化的年轻人汇集到这里，在老城区做成文化圈子，甚至做成小的产业园都是有可能的。”

去年开始着手经营后，张瀚文发现青岛戏剧、喜剧的原创内容比较少，而且不容易破圈，于是他计划结合龙马社的北京资源，打造青岛排练、北京首演的新模式。龙马社打造的德云社版话剧《窝头会馆》备受业内关注，尤其郭德纲的出演更让观众期待，龙马社的“北京—青岛”双城模式有望在《窝头会馆》等戏剧里得到验证。

演艺新空间，一方面具有物理空间的“新颖”，另一方面也给观众带来体验的“新鲜”。

即将在6月开启的“戏岛戏剧节”由岛城戏剧人张钰打造，重头戏《朱莉小姐》为瑞典戏剧大师斯特林堡的代表作，小姐与仆人的爱情悲剧极富张力。张钰负责欧洲十多年学习艺术戏剧，观摩学习从爱丁堡到阿维尼翁多个戏剧节的模式，深谙欧洲戏剧开放、深邃、先锋的特性。他把《朱莉小姐》带到太平角18号这隅富有欧式建筑风情的场地上，气氛上也很接近久负盛名的萨尔茨堡戏剧节。“这片场地可以容纳300多观众在户外观赏戏剧，大家可以带着啤酒、咖啡观看表演，户外、草地、建筑、美食、戏剧，把戏剧从传统剧场带到自然环境中，让观众与演员能够更近距离交织沉浸在一起。”戏剧节期间，太平角18号的咖啡店也将同期开业，新剧、新演艺内容加上新的观剧模式，颠覆观众对“看剧”的固有理解。

新空间期待新“IP”

长期以来，演艺被视为文娛产业里的“传统行业”，它的经营模式已经颇为成熟。然而随着新技术手段、新运营观念的兴起，演艺也迎来新变革。

从2015年创立到2022年遍地开花，“青未”逐渐成为青岛文艺青年的头部IP，它旗下的“小篷车”常驻小麦岛演出，助力这里成为音乐青年的网红打卡地，还把音乐人送到音乐咖啡店、露营音乐节，免费献上音乐表演。

青岛人孙先生平时是影视公司高层，到了周末换下西装，他就成了小麦岛“青未”团队里的吉他手，用音乐、直播表达激情。除了音乐之外，“青未”还有读书会、观影团、订制旅行等多种活动，虽然并未拥有实体剧场、演出空间，但它的在线直播、主题音乐会等创新使其脱离了空间束缚，成为新的文艺空间理念践行者。创始人陈哲表示，“青未”并未参照其他文化社群的运营模式，只是践行“忠于未知，活出理想”的宗旨。

去年12月，沉浸式戏剧《无昼之夜》在芝罘路74号大院上演。这一悬疑互动演出每场限制人数40—50人，大院内每个房间里都设计了“任务”，观众合力在神秘公寓里完成一系列解谜推理，体验人性的幽微和曲折。《无昼之夜》上演后场场爆满，在豆瓣、大麦上相继拿到了高分评价。出品方创意More机构负责人张茹是艺术科班出身，一直从事广告推广工作。有感于青岛深厚的文化氛围，创意More机构一直尝试把艺术、文化和商业结合，先后与青岛“故宫文创馆”合作推出了大型真人古装实景沉浸互动体验活动、1907沉浸式戏剧跨年等项目，《无昼之夜》也是创意More机构首款大型沉浸式戏剧作品，观众沿着不同的情节支线进入故事，得到了层次丰富的戏剧体验。该剧已入围“中国经典传播虎啸大奖”，目前第二季正在研发中。在张茹看来，青岛的建筑文化、里院特色与戏剧文化的融合有得天独厚的优势，而对于青岛来说，《无昼之夜》这样原创IP的累积，使得演艺与城市人文肌理密切贴合，为文化行业拓展新空间。

从文艺作品到文化产品

从地下室Livehouse、大商圈小剧场到博物馆、书店等新兴场所，演艺新空间以灵活的身段存在于各个角落，它与大型剧场有着明显的区分度。

业内人士表示，大型剧场往往需要文艺作品来填充，类似经典戏剧、国际歌剧、大型舞剧等具有极高艺术价值、创作成本的作品，需要大的剧场空间和市场容量来容纳。而对于各具特色的文化产品来说，如何满足不同人群的需求、如何在300人左右的小空间里实现商业利润，才是要考虑的问题。

青岛近年来不断诞生具有全国影响力的重磅作品，而市民对小而美的文化产品也存在需求，新兴空间满足了这一需求。走向市场，走向观众，走向习惯了在线分享、社交文娛消费的年轻人，才是新兴演艺空间的使命。

对于文娛行业从业者来说，市场氛围需要不断有前行者来培育，直至形成良好的大局面。在从业者看来，演艺新空间需要比观众的需求更超前。另一方面，新空间的体验感要强，要跟各种新兴平台、科技手段合作，比如“青未”的周末音乐会屡屡在朋友圈形成大范围传播。随着演艺新空间的兴起，它的在地性应该相应弱化，让外地的粉丝能够购买到IP周边产品，让拥趸能够成系列、成规模地追随。《无昼之夜》就推出了展览单元“瞰个艺术展”，而“青未”也把旅行采风做成了特色单元。演艺新空间与大型艺术机构、剧院设施联动呼应，组成了城市文化行业的有机生态。



■龙马社戏剧吸引了众多观众。



■《无昼之夜》将沉浸式戏剧带入了里院。



■艺术话剧《烧月亮》风格新锐。

“音乐之岛”弦歌再起

青岛音乐人打造演出新格局

歌迷期待再现火热行情

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

随着法兹、九宝两支乐队Livehouse专场演出成功举行，青岛音乐演出市场已经于5月中旬渐次启动。

自去年以来，青岛的Livehouse行业、音乐节市场和音乐吧行业迅速崛起，一边是全省音乐演出市场的旺盛需求，另一边是演出上下游各环节受到疫情影响，市场一直没有充足的、优质的演出内容供应。业内人士表示，山东音乐市场的启动，第一炮肯定是在济南，青岛两个城市打响，而法兹、九宝的演出印证了这一说法。记者采访了青岛音乐行业资深人士，发现对于从业者来说，适应变局、追求创新、走出舒适区才是在新阶段的发展要诀。

追寻溢出效益

青岛弄潮文化创始人胡楠在朋友圈官宣了“青鱼”音乐节海报：7月，这场集合了朴树、万能青年旅店、夏日入侵企画等音乐大咖的音乐节将在枣庄举办，还邀请了部分青岛乐队加盟。这也是胡楠第二次策划“青鱼”音乐节，2021年的“青鱼”音乐节曾取得良好的社会效益。他表示，枣庄之前较少举行类似的大型音乐节，“青鱼”音乐节让枣庄看到了城市文化与原创音乐结合后的“化学反应”，“没想到能在枣庄做到三四万观众规模，短时间内赢得了文旅收益和乐迷口碑，成为现象级爆款。”2022“青鱼”从5月延期至7月，坚持与乐迷相约。

面对在疫情影响下深刻变化的音乐市场，青岛一方面深耕本地音乐演出IP，另一方面凭借深厚的演出经验、多年维系的艺人资源实现向外输出的新路径、新平台。青岛心连心文化传媒负责人江建军也是演出器材行业的头部企业，承接过迷笛、麦田等多个顶级音乐节IP，尝试搭建音乐直播平台，结合本地音乐人优势，以流量平台推广音乐。江建军表示，青岛多年来积累了一批高水准的音乐人，“我们在公司里搭建了直播平台，通过抖音、微信等平台发布。现在我们的舞台已经搭建完毕，这是一个蜘蛛造型的舞台，非常有冲击力，顺利的话5月底就可以开启第一场直播。”与此同时，青岛著名音乐人王斐东也组织了线上音乐演出“海的故事”，召集青岛音乐人通过线上平台致敬医务工作者。向其他城市溢出，向网络平台溢出，体现了青岛丰富的音乐演出资源。在不断变化的新环境下，青岛音乐人、演出从业者正在寻找新的运营模式。

从Livehouse看城市地标

去年“逃跑计划”发行新专辑《回到海洋》，主唱毛川当时预约了5月份回到老朋友傅彤的“硬盒”Livehouse，为青岛乐迷献上一场零距离演出。由于疫情导致的行程原因，这场备受期待的演出推迟到了10月。对于青岛各家Livehouse来说，恢复正常的演出节奏可谓是当前最重要的问题。作为岛城代表性的Livehouse，Downtown相继承接了法兹、九宝两支乐队的演出，也让行业感受到了复苏的味道。傅彤表示，当下Livehouse演出内容已经成为衡量城市音乐文化内涵的重要标准；“Livehouse的巡演有着标准的流程，从演出申报、前期宣传、开票到演出组织等一系列流程密不可分。成熟的Livehouse体系一方面是城市演出容量、年轻人欣赏水平的体现，另一方面也是城市演出环境健康、成熟的体现。”“硬盒”在月底推出了青岛高校新乐队的演出，旨在发掘青岛音乐后备力量。从西海岸的“雀跃之地”到崂山“Downtown”、市南“硬盒”，一系列乐队巡演正在赶赴青岛。

随着青岛打造“音乐之岛”品牌的不断深化，音乐与各种新兴业态的结合也不断产生新的商机。除了音乐演出之外，一档国内顶级说唱音乐综艺也将在暑期落地青岛，国内顶尖嘻哈歌手、音乐新人齐聚一堂，打造华语音乐新势力。今年露营概念大热，露营+音乐现场的休闲方式也大行其道，演出器材商也接到了露营地订单，为小范围聚会、户外游玩、摩托俱乐部、房车俱乐部等提供音乐设备。在大型演出还未开放的当下，中型、小型演出让歌迷以更灵活的方式投身其中，配以露营、咖啡、社交派对等内容，感受多元的文化乐趣。

