# 一元票价激活线上观演热度 暑期演艺市场“云端”突围

一天之内百万人“接力”刷屏传播、超348万人次在线观看、话题在网上获得近5000万人次的关注……7月21日，由广州歌舞剧院创演的舞剧《醒·狮》在四川大剧院的线下演出改为线上“惠民一元云端剧场”。没想到的是这次“云端剧场”，竟成为连日来四川、广东乃至全国的热点文化事件。

紧随其后，7月22日，观众仅需支付1元，就可以通过高清直播感受由著名指挥家朱其元联袂成都交响乐团在成都城市音乐厅上演的《浪漫与古典》音乐会；7月27日，由四川人民艺术剧院创排的话剧《金沙江上那座城》，接过舞剧《醒·狮》的接力棒，在延续1元票价的同时，还进一步创新，尝试演艺+文旅的跨界合作：线上购票观看直播的观众，可以享受优惠价购买成都、攀枝花两地多个景区门票。该剧最终有85万人次在线观看。

仅仅一周时间，成都多场演出选择线上直播大获成功，打开了演出市场突围的思路和眼界。

一元钱线上观演

观众觉得超值

7月21日傍晚，网友一进入《醒·狮》直播间，一头红色小狮子跃入眼帘。只见小狮子在大剧院门口摇头晃脑，嘴里叼着《醒·狮》的演出节目单，兴致勃勃地走向剧场。跟着小狮子的步伐，网友们来到了《醒·狮》舞台幕布前，开启了线上观演。网友们的眼球一下子被吸引住了：“很有进场仪式感啊！哈哈哈！”“好心动那个狮子手偶！”

“点进去就一直显示观看人数已满，我从来还没遇到过这么火爆的舞剧直播。”虽然隔着屏幕，却丝毫不影响观众如火的热情。除了获得满满的话题度和超百万的转发量，《醒·狮》的直播间更是火到根本“挤不进去”。该舞剧直播结束时，在线观看人数已从开始的166万余人飙升至348.6万人。

业内人士、各行各业的普通观众在朋友圈助力转发，很多剧迷、观众专门为此写推文、写剧评，在网络上形成了规模巨大的接力宣传。截至7月24日，#1元惠民云端看《醒·狮》#话题获得4778万人次的关注，140万网友点赞，5.38万多条转发和评论，3次冲上新浪微博热搜前十。

话剧《金沙江上那座城》，在咪咕音乐平台进行云端直播时，开演10分钟就有近15万人观看。演出结束时，总共有85万人次在线观看。网友王力称，平时很少有机会看话剧，此次花一元钱就能在家跟父母一起回忆他们当年“三线建设”的故事，特别有意义。

用活网络平台

盘活演艺市场

7月17日，《醒·狮》的88人演职团队来到成都，经过2天装台、2次联排，为线下演出积极准备。19日晚，四川大剧院与广州歌舞剧院连夜沟通，决定将线下演出移到线上。从双方开始沟通直播平台、为直播机位重新联排，到《醒·狮》在“云端”与观众见面，整个过程只用了48个小时。

从线下演出取消到线上受到追捧，《醒·狮》这场“翻身仗”的成功离不开“一元票价”“文化惠民”等关键词。

话剧《金沙江上那座城》复排导演漆宇坦言，原本线下进行的演出改为全程线上直播，对整个团队来说都是不小的挑战。为了准备好这次直播，演员团队与技术团队深度交流，力求在特写、远景、近景等多角度呈现该剧，从而给线上观众带来丰富、紧凑的视觉体验。同时，为了填补观众缺席现场的小遗憾，在直播中，主办方还在互动平台发放了精美文创。

成都城市音乐厅更是早已开启“联网”模式，持续输出一元高清线上直播。目前，城市音乐厅的“一元直播”音乐会在线最多已经达到20多万人次，线上总观看人数已达百万人次。

不难看出，“网络+演出”“网络+演出+旅游”的跨界合作，在探索演艺消费新场景的同时，将进一步提升演艺市场的创新力。

线上实时演出

是挑战更是机遇

“我们知道，一个线下剧场版本的演出，满载量是1000到2000多人，但是此次在正式直播前，剧目的关注量就已经接近10万人了。”漆宇说，“尽管疫情对演艺行业是一个严峻的挑战，但同时也带来了新的机遇，能不能抓住机遇，就看业界有没有创新意识，敢不敢面对挑战。”

四川大剧院董事长刘传坦言，受疫情影响，很多观众无法走进剧场，“云演出”这种突破剧场座位的限制、打破距离远近、节约时间成本和经济成本的演出方式便成了剧方、场地、观众三方的首选。

四川人艺院长罗鸿亮表示，线上直播的演出方式是全新的拓展，“对我们剧院和剧目来说，是挑战，更是机遇。”四川人艺通过此次首次直播尝试获得了不错的反馈和效益。罗鸿亮透露道，未来四川人艺还将把更多丰富、优秀的剧目通过网络带给观众。“12月份，我们还将带来话剧《苏东坡》，将再次采用线上直播的方式，让更多人感受到舞台艺术的魅力，弘扬中华优秀传统文化。”

线上线下互动

探索演艺新生态

“这应该是特殊时期的特殊做法，可以尝试，但不能盲目跟风。”虽然不少人为“一元网上直播”的方式叫好，但也有业内人士提出了自己的看法。有人担心，在网上看过后，观众还会花几百元门票到线下看戏吗？将一部有长远线下票房潜力的作品拿到网上播放，会不会对舞台艺术发展生态带来冲击？业内人士建议，为网络直播设计专属产品，也要有更强的版权意识，“让观众走进剧场仍是我们追求的目标。”

不少业内人士希望，线上演出能为线下“引流”。有专家建议，在演艺行业的线上探索中，能多一些有新意的“引流”方案，可以是片段式的，既符合线上观演场景，同时又吊足观众胃口，让观众萌生走进剧场的想法，持续构建良好的演艺生态。

成都日报2022-7-30