

11月28日晚,原创音乐剧《赵氏孤儿》回归上海文化广场,观众们异常热情,演员胡超政和其他演员一遍遍谢幕,导演徐俊则在台下盘算着12月1日下午即将迎来的第100场如何庆祝;同一时间的亚洲大厦,赵宇豪盯完了三部在星空间的小剧场演出,离场,和相熟的观众打个招呼,回到办公室……在很多观众的眼中,上海音乐剧市场已经发达到拥有了不同的生态、进化出了细分的赛道,大小体量的剧“各美其美”,又“美美与共”地构成了一片上海音乐剧发展史的横截面,吸引了全国的年轻观众常常“为一部剧奔赴一座城”。

在官方数据中,上海的票房和上演场次已经是遥遥领先的“中国音乐剧第一城”。何以是上海?三位从业者的人生故事,或可见微知著。

青年报记者 陈宏

# 大剧小剧原创剧各美其美,演员导演从业者美美与共

## “中国音乐剧第一城”的若干张历史切片

### 不可能完成的任务?

一位**导演**说:我觉得国产音乐剧能行

2012年年底,从演员转型导演已有几年的徐俊,带着如日中天的演员胡歌,宣布沪语话剧《永远的尹雪艳》次年将登上舞台。这部剧吸引了诸多的关注目光,因为它是根据白先勇先生同名小说改编。而由于主角“尹雪艳”在白先勇心目中不可取代的地位,作家此前对改编权“严防死守”数十年,直到徐俊的创意被认可。

在2013年关注这部话剧首演的目光中,也有一道来自徐俊母校上海戏剧学院前院长荣广润。他在这部剧中,看到了徐俊对音乐的运用颇有特色,于是当时觉得“中国音乐剧未来可期”的他建议徐俊“做一部音乐剧吧”,“我手上有一部不错的本子”。经过3年的摸索和筹备,2015年,他的第一部音乐剧《犹太人在上海》作为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年的舞台作品,以及第十七届中国上海国际艺术节的两部开幕演出之一,登陆上海文化广场,获得了广泛的积极反响。

2015年,中国原创音乐剧仍然处在探索阶段。根据道略演艺产业研究中心的数据,2015年国外引进大剧的票房占比达64.2%,国外音乐剧中文版占比8.4%,原创音乐剧则占比27.4%。当年最火爆的是经典音乐剧《剧院魅影》来华巡演。这部剧贡献了中国音乐剧行业全年票房的一半以上。“我们这部原创音乐剧出来之后,有这样一种主流评论说,终于出来了一部比较像音乐剧的原创,从文本的悲剧力量,到音乐、舞美、灯光、服装,综合艺术都有了一定的高度。”徐俊说,后来这部剧还走出了国门,正式确立了他对中国原创音乐剧的信心。

在上海,徐俊从上世纪70年代末期至2000年左右,一直作为明星演员,活跃在沪剧和话剧舞台,是不少老观众眼中的“沪剧王子”。但从80年代第一次看到音乐剧开始,徐俊就埋下了制作音乐剧的种子,“它表演、音乐、舞蹈三位一体,包罗万象”。1998年,正在上戏读导演系硕士的他,专门利用“寒假、暑假和春假”前往美国 and 英国等传统音乐剧重镇观摩学习,“收集了大量的资料”。不过,随后相当长的时间内,中国原创音乐剧起起伏伏,并没有爆发式的增长。

2011年,上海的一座文化地标建筑——上海文化广场,重建后正式开业,并敲定了“主营音乐剧”的定位,在文化广场和上级主管部门签订的协议中,“全年音乐剧演出场次不能低于80%”。在当时很多演艺界前辈的眼中,这几乎是个“不可能完成的任

务”,“注定要亏本”是很多人的论调。在这样的背景下,尽管徐俊的第一部音乐剧组建了国际演员班底,创作班底也搭建得很顺利,荣广润亲自操刀编剧,香港舞美大师张叔平担任服装设计,著名作曲家金培达负责了音乐同时还邀请来了梁芒作词,但他还是遇到了不少的尴尬——“演员难找,不要说收到多少份简历了,我们需要自己去院校和剧团挑——当时不少院校有了音乐戏剧系,但培养机制远没有今天丰富,都没有能直接用的程度”。

10年弹指一挥间。如今的徐俊,已经创作了《哈姆雷特》《赵氏孤儿》《麦克白夫人》等诸多知名音乐剧,前两者更是被不少粉丝誉为徐俊音乐剧“双子星”。“现在一些主要角色,如果我们心中有心仪的演员人选,可以定向邀请,其余的通过全国海选,一次大概可以收到几百份简历。”他说,上海音乐剧市场10年间声浪逐渐变大,投资、演员也都不缺,他希望原创音乐剧能够升级。

随着引进大剧的增多、行业交流的频繁,无论是中国音乐剧人还是观众,开始对引进剧目“祛魅”。“其实能被商业引进的剧,跟电影一样,在国外也是大浪淘沙过的,属于金字塔尖的作品,金字塔基上同样有许多普通的剧。这是创作的规律,中国音乐剧也一样。”徐俊觉得,能杀出重围的中国音乐剧,需要形成区别于其他语种音乐剧的独特气质,而作为戏剧人,他对悲剧、对人性闪光点挖掘的剧,有着天然的好感,于是便有了《赵氏孤儿》。

这部他一直想做的题材,在他发现了梦寐以求的文本后,让他毅然决然地“重装杀入”音乐剧行业。“那么多引进剧,我心中唯一认定的经典是《悲惨世界》,无论是雨果的原著还是改编,无论是音乐还是其他,我觉得这是一个高峰。所以我的目标是要向他靠近,我们要向人家学习,我们是不是能找到真正有文学力量的这样的一种作品?”《赵氏孤儿》原著中,主角程婴是家臣报恩,救下主公的孤儿。但在改编版中,程婴是一位普通人,很多抉择更有人性光辉和矛盾,也更契合当代人的价值观。

音乐剧《赵氏孤儿》诞生后,成为了不少人心中的“国产原创高峰”,也成为上海音乐剧市场繁荣的一个佐证。徐俊有一个设想,在明年最后一波大巡演结束后,这部剧“将于每年5月固定在上海演出”,“给全国的剧迷一个相聚上海的理由,可以拖着行李箱,赴5月的《赵氏孤儿》之约”。



上海已经培育出了一个庞大且稳定的音乐剧市场。

本版均为受访者供图

### 捅破了那层窗户纸

一位**演员**说:一切都像是突然好了起来

在此次上演的《赵氏孤儿》中,音乐剧演员胡超政在其中扮演了一个关键角色——大将军魏绛,他演唱的内心独白《指日可待》,是粉丝们心中的该剧大热曲目之一。导演徐俊说,自己对一些关键角色,如今脑海中往往会蹦出“非你莫属”的演员,胡超政应该算其中一个。

上海音乐剧市场在狂飙突进之前,也有过数次小高峰。第一波的高峰出现在2002年,上海大剧院引进了英文原版音乐剧《悲惨世界》,要连演22场。现任上海大剧院总经理张笑丁不止一次告诉媒体,当时他们觉得这是部经典大剧,想找个商业品牌冠名平衡成本,但“没有人愿意”,“一开始票房确实不太好,但后来口碑正出来了,最后几场甚至在卖加座”。也正是那一年,不少先行一步的上海观众感受到了音乐剧的魅力,作为中国知名专业音乐高等学府的上海音乐学院,也在这一年开设了音乐戏剧系。

一切仍在缓慢酝酿中。2013年,此前被音乐剧《猫》震撼到的胡超政,放弃了学了很久的美声,转换赛道选择了当时并不热门的音乐戏剧系,没有太过于去考虑就业问题,“我觉得音乐剧更契合我这样一个年轻人的喜好”。突击改唱法、学舞蹈、学表演,在找到契合自己的歌曲后,男中音胡超政在艺考时竟然拿下了专业第一名,“音乐剧里的那些情绪,可能更适合我表达”。但他也深知自己的短板:表演和台词。年轻人爱美爱耍帅,这导致他颇有包袱,在舞台上经常难以完全放开自我,“好在我曾在一次小品表演后,偷瞄到

老师在写给我的点评,‘此人极具喜剧天赋’,那一刻,我又觉得自己的表演潜能被鼓励和激发了”。他在努力,等待蜕变。与他一样摸索着前行的是文化广场。他们尝试拥有自己制作的品牌,重新开业后就推出了中外联合制作《极致百老汇》。后来,很多音乐剧的专业人才,都从这个剧走出,包括胡超政。2015年,他大二下学期时通过面试,获得了参演该剧的机会,“当时真的是带着崇拜的心情上台,因为看到同台的都是此前了解的音乐剧行业‘国际大神’啊,国外来的演员,都是我每次去美国百老汇、去伦敦西区看戏时舞台上正儿八经的主角、A卡,所以我完全投入,不停鼓励自己去跨出这一步”。

这样的经历,于制作方、于演员,都像捅破了一层窗户纸,后来文化广场再度自制《春之觉醒》时,刚从美国拿到声乐比赛大奖回来的胡超政再度入选,搭档音乐剧演员、也是上音师兄师姐的刘令飞和丁臻滢,在这部堪称世界各地音乐剧行业中“年轻演员试金石”的剧中,扮演胆怯又忧郁的主角Moritz。

1985年出生的刘令飞和1989年出生的丁臻滢,是音乐剧演员中的“先行者”,同样毕业于上音音乐戏剧系中的他们,尽管业务能力有目共睹,但因为行业规模太小,他们在相当长一段时间内,只能在小圈子内闯出点名气。如今已经成为北京歌剧舞剧院音乐剧团团长的知名演员阿云嘎,当时也曾慨叹,“需要自己去跑通告赚钱,来养活自己的音乐剧梦

想”。相比于他们,胡超政无疑幸运太多,他说自己“确实似乎没有遇到过太多艰辛”,因为从一开始崭露头角起,他就踏入了中国音乐剧起步于上海的“快车道”——一切都像是突然好了起来。制作音乐剧的公司和机构发现了这个新崛起“小众赛道”,音乐剧演员们的机会渐渐变多。

和所有人的认知差不多,胡超政也觉得2018年是原创音乐剧产业的一个分水岭。湖南卫视《声入人心》第一季上线,时任上海音乐学院副院长的廖昌永担任三位“出品人”之一。知名大众传媒的传播力,以及选手们的超群实力,一下子让公众了解并爱上了音乐剧这一形式。“小众文艺”变成了演艺投资方的香饽饽,行业开始了井喷式发展。胡超政也参加了这档节目的第二季,开始被更多观众和粉丝所熟悉。

如今的胡超政不缺戏演,但他没有把自己搞得 muy 忙碌,“基本一年只接一部戏”,跟着戏巡演。除了打网球、做瑜伽和健身以保证身为演员的状态,其余的时间,他戏称自己是“街溜子”,“时髦一点就是City Walk”,“睡饱之后,骑着单车逛逛店”,以当下最流行的“松弛感”生活。对于音乐剧,他说,“上海的音乐剧演员和观众,都已经看过了好东西,现在也是发展到一个比较好的状态了,但内核的东西还是要多一些。”

他期待,《赵氏孤儿》这样的佳作能多一点,也能让全国的观众更有理由“为一部戏奔赴一座城”。

#### 数据说:

11月20日,中国演出行业协会等3家单位联合发布《2024中国音乐剧市场年度报告》。报告称,据中国演出行业协会票务信息采集平台和灯塔专业版数据监测显示,**2024年1月至10月**,全国音乐剧演出场次**1.36万场**,较2023年同比增长**5.5%**;票房达到**13.96亿元**,同比增长**26.7%**;观众人数**582.13万人次**,同比增长**4.6%**。其中,上海音乐剧票房占全国比重的**56.0%**,排名第二的城市北京占比**14.1%**。

今年1至10月,国内市场引进原版音乐剧目**42部**,上演中文音乐剧目共计**225部**,中文音乐剧数量占多数。专业剧场音乐剧票房占比达到总体票房的**79.3%**,场次占比为**30.1%**,而演艺新空间及小剧场的音乐剧场次占比则高达**69.9%**。



音乐剧《赵氏孤儿》剧照。



上海国际音乐剧节论坛。

### 从行业“桥头堡”到小剧场“圣殿”

一位**从业者**说:人齐了,我们能做自己的项目

上海文化广场凭借其定位和对原创音乐剧市场的贡献,被业内称为“桥头堡”,文化广场旗下的上海文化广场音乐剧中心,吸引了包括徐俊戏剧等在内的18家与泛文化相关联的集合体入驻,形成了一个音乐剧生态圈。不过,上海音乐剧市场的成熟和发达,并不仅仅体现在文化广场或者上海大剧院这样的地标性剧场上演了多少类似《赵氏孤儿》这样的大剧,上海另有一座垂直的“粉丝堡垒”——亚洲大厦,它是小剧场音乐剧的“圣殿”,是市场开始细分的重要标志。

亚洲大厦离上海大剧院仅1公里出头,离文化广场也不到4公里。2020年以前,上海的音乐剧市场火爆,大剧不断,赵宇豪和他创办的莫瑞吉公司帮一些体量的音乐剧做市场推广,经常出入这些地标剧院,但2020年后,他的重心就全部移到了亚洲大厦。

为了对标百老汇和伦敦西区这样的国际演艺“名区”,上海早几年提出了“环人民广场演艺集聚区”的概念,除了地标剧院,包括亚洲大厦内的人民大舞台、延安路上的共舞台、上海大世界、北海路上的茉莉花剧场等,都被包含在内,但一开始并没有太多声浪。随着演艺新空间概念的兴起,立足人民大舞台和其在亚洲大厦的“星空间剧场院线”创建,开始涉足集剧场建造咨询顾问、演艺文化创作和生产制作、剧场院线经营、艺人经纪、演出营销、大型演艺节庆项目策划咨询、产业投资一体的演艺全产业链,仅亚洲大厦内,从2020年8月28日开始,就开出了19个演艺空间,为驻场演出项目提供约3000个座位。

赵宇豪觉得这是音乐剧市场发展的必然,“我一开始做市场外包,逐渐身边就形成了一个团体,大概2019年底、2020年初的时候,我们发现人似乎到齐了,有导演、有编剧、有演员,我们就想着开始做一个自己的项目。”和大部分人一样,他一开始也没有摸准小剧场的“脉”。“我知道当时亚洲大厦这边一台好戏公司在做小剧场《阿波罗尼亚》,这也是星空间的第一部,但当时小剧场形态刚刚起来,我们没法明确这个东西能不能成,都在观望。”莫瑞吉公司做的第一部戏是中文原创音乐剧《致爱》,但赵宇豪把第一轮放在了浦东大戏院,做中剧场版本,“但做完之后发现效益不太好,我们就果断改成了小剧场,结果还不错,然后这部剧就慢慢起来了。”

事实上,不仅仅是赵宇豪的公司,一台好戏的成功,经验迅速在上海音乐剧圈传播,包括缪时客、魅鲸文化、致敬文化等音乐剧制作公司也先后入驻亚洲大厦,开始做沉浸式小剧场音乐剧,成为亚洲大厦的早期入驻者。如今,20多家戏剧行业公司入驻,在不同楼层的星空间排练、演出,让亚洲大厦成为上海乃至全国演出密度最高的建筑之一。此外,从2021年开始,星空间逐渐扩张版图,先后在上海大世界、第一百货、世茂广场等老剧场、商场开出了众多星空间。

“很有外百老汇的感觉,大家合作起来比较方便,下楼吃个饭喝个咖啡,也都能碰到各家戏剧公司的人。”赵宇豪说,活跃在这一带的戏剧公司,都是非常市场向的商业化项目。目前,他有3部戏在星空间同时



亚洲大厦的超高人气是上海音乐剧市场走向细分领域的标志。

#### 专家说:

上海大剧院总经理张笑丁:中城具有培养音乐剧市场的肥沃土壤,让这一复合艺术形式在中国找到了最活跃的观众群体。一部新作,只要在上海市场立住了,就能迅速打响知名度,具备拓展全国乃至亚洲市场的潜力。

上海文化广剧院管理有限公司总经理费元洪:音乐剧承载着丰富多元的题材,同时也在不断细分观众群体。洪层的划分多以审美差异、价值取向等为标识。上海观众是非常幸福的,可以看到来自各国不同语种和风格的音乐剧,以及许多优秀的中国原创作品,这在世界上其他城市是很难看到的。

开演,包括在亚洲大厦·星空间黑匣子上演出的中文原创音乐剧《致爱》,星空间20号上演的音乐剧《02》环境式中文版,以及在上海大世界·星空间11号上演的百老汇摇滚音乐剧《LIZZIE 丽兹》环境式中文版。接下来的12月,他的新音乐剧《If I were YOU》环境式中文版也开始在亚洲大厦·星空间3号驻演,“因为市场发展很快,所以我们的策略很灵活,一直都在变,今年我们就要达成同时运营4个小剧场的目标,明年我们的目标应该是同时开7~8个小剧场。”他说。

星空间数量虽多,但大家其实也都在尝试错位竞争,有的公司把某一种题材品类做精,有的公司则百花齐放,每种品类都会兼顾。它们共同的特征是“船小好掉头”,“相比于大、中剧场的剧,小剧场剧快的制作周期大概四至五个月,涉及原创的可能是一到两年”,可以及时反映市场需求并根据需求调整;星空间的演出一般座位票价一两百元,贵的三四百元,“如果制作成本和上座率都取平均数的中间位,那差不多连续演到100场才能回本,如果演到100场还不行,那就要及时砍掉项目更换方向”,赵宇豪开办的,是类似“商业快消品”的《LIZZIE 丽兹》到12月份将满400场,而“更注重文学性”的《致爱》则在明年1月能完成这个目标,“横向比较,算是中上的成绩”。

包括亚洲大厦在内的丰富音乐剧业态,名气也越来越响,除了本城的粉丝,也吸引了不少观光客。小剧抱团的集群效应,已在各种社交平台上有所体现。“到上海去看戏”,正成为年轻人来沪游玩的必选项之一。