

国家精品剧目的都市化倾向浅析

洪霞

《当代戏剧》杂志 2007 年第 6 期

-

国家舞台艺术精品工程推出了一批具有时代精神和民族气质的、凝聚着艺术家们的创造力，代表国家水平、体现当今舞台艺术领域的国家形象的精品剧目（以下简称“精品剧目”）。笔者生活在成都，有幸观赏了 2003—2004 年度、2004—2005 年度两届精品剧目展演，以及 2002—2003 年度的部分精品剧目，总体印象是：这些作品在整体思想艺术造诣和创新力度上代表了当前我国舞台艺术创作的最高水平和发展方向，代表了我国当代舞台艺术的最新成就。综观这些精品剧目，笔者认为，它们在选题、舞台呈现和消费上大多出现了以都市观众群为主要对象的都市化倾向。

本文以精品剧目的舞台演出为探讨对象，透过两届精品剧目的展演和一些相关信息，试图对这一倾向的具体表现、形成原因和现实意义作简要分析，旨在引起有关方面的重视和关注。

一、精品剧目的都市化倾向

都市化(Urbanization, 也译城市化)是当代中国舞台艺术所面临的宏大历史社会背景。本文所指的精品剧目的都市化倾向是：在选题上以现代都市人的文明视角和价值观念去解读历史、表达人生；在表现形式上以现代都市剧场艺术和都市观众审美趣味为标尺来展示；同时在消费上以都市中、高收入群体为主要消费对象。

精品剧目的都市化倾向，具体表现在选择以都市观众群为主要消费对象的选题上，同时也表现在对演出场所、消费市场的都市化要求等方面。

1、选题的都市化倾向

以现代都市人的文明视角和价值观念去解读历史、表达人生是精品剧目的一致选择。这种选择源自中国社会的都市化背景。据《中国城市发展报告》统计，1978年，中国的都市化水平只有17.9%，以后的26年中每年提高0.9个百分点，到2004年已经达到了41.8%。平均每年约有1300万农民转化为市民。

城市人口众多带来的最直接的影响是因为生存与发展而展开的对有限资源的使用及分配。合作与竞争是城市生活的对立统一体。一方面，城市人需要互相合作，组成各种团体、组织，以获得比个体更强的能力。这是现代都市生活的主流。以都市生活为背景的精品剧目对于能够导致人与人之间合作的事件总是给以浓墨重彩地渲染，如话剧《父亲》、儿童剧《一二三，齐步走》、《红领巾》等。爱情是缔结婚姻、组织家庭、繁衍后代的重要基础，因而精品剧目无论历史题材还是现代题材，大多数都与爱情相涉：越剧《陆游与唐琬》、川剧《金子》、舞剧《大梦敦煌》、梨园戏《董生与李氏》等都以爱情为其主要看点。亲情、友情也是个体得以与他人合作、增强个体应对社会变化能力的重要纽带，精品剧目对此也给予了高度重视。

另一方面，都市生活不回避竞争。合作与竞争从来就是相伴相依的，人与人的合作本身就是为了竞争。反映人与人、人与自然之间的对立、竞争、抗争与和谐的精品剧目如芭蕾舞剧《大红灯笼高高挂》、歌舞《八桂大歌》、话剧《虎踞钟山》、川剧《变脸》、舞剧《妈勒访天边》《红河谷》、歌舞《云南映象》、话剧《生死场》、吕剧《补天》等等，它们对充满硝烟的战场和没有硝烟的战场的双重揭示，适应了都市化进程中部分观众的观剧心理。

2、对演出场所要求的都市化倾向

精品剧目对演出场所的都市化要求有一个动态的、发展的过程。这个发展的过程，从这两届的展演就可以比较清楚地看出。

2005年9月，第二届国家精品剧目在成都展演。蓉城观众在欣喜之余，也不难发现夜间常常有加长车队浩浩荡荡地出入市中心，那是为剧目运装道具的车辆。实际上，浩浩荡荡的道具车辆和对于演出场所的都市化要求是从首届开始的。《贞观盛世》豪华的布景，开戏曲舞台绚丽之先；歌剧《苍原》、话剧《商鞅》的恢宏场面为后来者提供了做大做强理由；《依依山水情》更是把当时的中国杂技舞台做到了极至。以下是笔者摘录的两台首届精品剧目的舞台要求：

《贞观盛世》的舞台要求^①：

台宽：14米，台深：16米，台高：15米，吊杆：30米；

辅台：100平方米；

其他要求：有乐池。

《依依山水情》的舞台要求^②：

台口宽：14—18米；台口高：9—10米；台深：18—20米；台中高：大于12米；

吊杆：25—30道；

用电要求：220V；

水池：升降乐池位置，到时按乐池大小装水池。

道具：40英尺×40英尺；

灯光：20英尺×20英尺；

演出人数：55—60人

其实首届精品剧目中，有川剧《金子》、京剧《华子良》、闽剧《贬官记》等较为简约的舞台呈现，第二届精品剧目的舞剧《大梦敦煌》、芭蕾舞剧《大红灯笼高高挂》、歌舞《八桂大歌》等把舞台的呈现给作到了前所未有的。从第二届开始精品剧目进行全国展演，当年展演的城市只有广州和成都，其他诸多城市（除了个别剧目单个巡演）的观众无缘目睹其舞台呈现。这其中的原因尽管多种多样，但其中对演出场所的都市化要求却是一个不争的事实。如直辖市重庆当年的剧场在《大红灯笼高高挂》上演时也曾接受了严峻的考验。

据载，2005年5月，《大红灯笼高高挂》巡演重庆时，为迎接该剧300公斤的红灯笼和100余人的演出阵容，重庆市文化局拨专款对重庆市文化宫影剧院进行了一次大规模的检测维修：“舞台局部进行了一些加固处理，以避免舞台安全隐患。特别是舞台上方的一些有锈迹的承重钢丝均换成了新的，以迎接44只大灯笼的‘入驻’，其中最大的红灯笼重量达到300公斤。”^③

第二届精品剧目对演出场所的都市化要求，大致局限于歌、舞类剧目，第三届则发展、扩大到几乎是整体精品剧目。仍以2003—2004年度、2004—2005年度两届精品剧目在成都的展演为例，05年的展演中，有京剧《膏药章》、川剧《变脸》、梨园戏《董生与李氏》在舞台条件和剧场规模相对于锦城艺术宫（1450座，剧场设施较完备）小的四川省歌舞剧院剧场（1100座，剧场设施略次于前者）演出，而06年的展演则全部在锦城艺术宫，其原因主要不是为了满足更多观众的需求。事实上，06年的展演中，除个别舞剧上座率能达到或超过80%，多数场次的演出大剧场就显得有些空旷：个别场次上座率不到40%（据笔者亲历）。主办方必须租下大剧场是因为：剧目在生产过程中

就限定了它的舞台要求和都市化程度。虽然有些剧目有几个“版本”，但在城市的演出，其对剧场的要求普遍都提高到了“都市化”的程度。

2、消费的都市化倾向

精品剧目消费的都市化倾向在两届精品剧目展演中也得到了较为充分的展现。这里首先摘录中国国家统计局近年发布的相关数据：

2004 年中国农民人均收入 2936 元，2005 年中国农民人均收入 3255 元；

2004 年中国城镇居民人均收入 9422 元，2005 年中国城镇居民人均收入 10493 元；

可见，农民收入同城镇居民存在着不小的差距。同时，城市和城市之间也存在着一定的差距，比如北京和成都：

2004 年北京市居民人均可支配收入 15637.8 元，2005 年北京市居民人均可支配收入 17653 元，低收入家庭为 8581 元；

2004 年成都市居民人均可支配收入 10394 元，2005 年成都市居民人均可支配收入 11359 元。

再摘录一组精品展演票价的数据^④：

精品剧目名称	演出时间	演出地点	票价（元）
《八桂大歌》	2005 年 4 月 8 日	北京天桥剧场	80、160、260、 360、480、580
《八桂大歌》	2005 年 6 月 6、7 日	成都锦城艺术宫	80、160、260、 360、480、580

《大红灯笼高高挂》	2005年5月 21、22日	成都锦城艺术宫	80、160、260、 360、480、680
《一二三，起步走》	2005年5月 29、30日	成都锦城艺术宫	50、80、120、 160、200、260
《红河谷》	2006年9月 11、12日	北京天桥剧场	380、280、 180、120、80
《红河谷》	2006年8月 29、30日	成都锦城艺术宫	380、280、 180、120、80
《大梦敦煌》	2006年8月 12、13日	成都锦城艺术宫	580、380、 280、180、100
《红领巾》	2006年8月 29、30日	成都锦城艺术宫	80、60、40

由于首届精品剧目没有进行展演，这里辑录的只是近两届的部分具有代表性的票价情况。从这两届的展演票价与国民收入相比较，精品剧目的消费体现了明显的都市化特征。

①从精品演出价格看，05年最高票价为680元，最低票价为80元；06年最高票价为580元，最低票价为40元。虽然06年比05年价格普遍偏低，但它仍不会是中国农民甚至于城市低收入群体能够选择和消费的。

②从剧目情况看，两届都是歌舞剧、芭蕾舞剧等剧目票价居首，而儿童剧票价在最低水平。05年展演时，芭蕾舞剧《大红灯笼高高挂》的最高价680元为当年最高，儿童剧《一二三，起步走》的最低价50元票价为当年最低；06年展演时上届的舞剧《大梦敦煌》的最高价580元为当年最高，儿童剧《红领巾》的最低价40元为当年最低。

③从地域特征看，两届的展演地北京、广州、成都、深圳和宁波都具有较强的都市特征，成都与北京两地价格有趋同的迹象。广州、深圳等地的展演票价差异不大，只有今年9月在宁波的展演情况例外：“展演活动开始前，文化部、财政部一次性下拨补助经费50万元，宁波市文化广电新闻出版局也根据该市高雅艺术演出补贴办法，对每场演出补贴5万元，合计下拨补助资金45万元。9场演出平均票价70元，每场演出还设置了部分20元的超低票价”^⑤。

④从消费现状看，两届展演中热销的都是歌舞剧、芭蕾舞剧等。它们在制作上追求华丽与精良，在销售票价和市场反映上也领每次展演的先锋。尽管入选的戏曲在整体上都做了较为精致的包装，展演的票价也相对较低，但与歌舞剧、芭蕾舞剧等相比，戏曲的市场消费仍处于较弱的地位。成都的展演如此，其余城市的展演中也有较为类同的报道。2005年在广州的展演中，曾经轰动北京的川剧《变脸》在中山纪念堂（4700座）“上演最低票仅60元，但到场观看者只有近千人”^⑥；在友谊剧院（1524座）“梨园戏《董生与李氏》上座率不足七成，而国庆当晚《大梦敦煌》上演时，门票早被抢购一空。”^⑥仍然只有2006年9月在宁波的展演情况例外：“昆剧《班昭》、儿童剧《红领巾》、吕剧《补天》、豫剧《程婴救孤》、话剧《凌河影人》5台国家舞台艺术精品工程剧目，在宁波逸夫剧院和凤凰百花剧场进行了9场演出，平均上座

率达 96%，累计观众近万人”。^⑤精品剧目展演中，戏曲的市场在宁波找到了激活点，靠的是面向大众的低票价。由此可见，对于消费的都市化倾向，同是精品剧目，在当下却不能简单地整齐划一。

⑤最后，精品剧目都市化消费有继续发展的态势。在宁波的精品剧目展演“模式”让人们对于精品剧目的大众化消费有所期待，但那种模式似乎只适合于低价位和制作成本相对较低的戏曲等剧目，对于高票价和高成本制作的歌舞剧的都市化消费倾向，到 2006 年底止，没有消减，且仍在进行和发展中。比如将于 2006 年 12 月 24 日—26 日在天桥剧场演出的《大红灯笼高高挂》票价（元）是：1280、880、680、480、280、180、80^⑥，其 1280 元的高票价虽让众多中低收入者望而却步，但其销售强势却仍然不减。笔者于 2006 年 11 月 25 日拨通“票务通”的网上售票热线，得知该场演出的全部票品已经售罄。受演出市场歌舞大制作大收益风气的影响，当时正在角逐 2005—2006 年度精品剧目大型民族舞蹈诗《鄂尔多斯婚礼》在北展剧场的演出也开出了高价，票价（元）是：80、180、280、480、680、880^⑦；另一部正在角逐 2005—2006 年度精品剧目大型原创舞剧《风中少林》在中山纪念堂演出，同样也开出了较高的价格，其票价（元）是：680(VIP)、480、380、280、180(学生票)^⑧。其销售态势仍然乐观。

二、精品剧目都市化倾向的形成原因

精品剧目在其选题上的都市化倾向、对演出场所的都市化要求，以及对消费市场的都市化特征，使其具有浓郁的都市化倾向。究其原因，笔者认为与舞台艺术在当代的生存环境紧密相关。

1、选题的都市化倾向是其必然

现代生活的丰富多彩，决定了现代都市人文化需求的多样性和易变性。虽然目前中国总人口一半以上是农民，这与中国有总人口一半以上的人喜欢和愿意消费以农村群体为消费基准的舞台作品并不相等。事实上，无论在什么时代，乡村群体他们所追求的目标，始终是以城里人的生活为范本。综观戏曲等舞台艺术的发生发展，它们虽产生于民间，但却兴盛于都市。民间是戏剧存在的基础，都市决定着戏剧发展的命运。因为都市为舞台艺术的发展提供了较为优越的文化氛围和消费环境：都市里集中了最多有钱、有闲，又有文化品位的人，为了能有效激发这部分群体消费的欲望，舞台艺术自然要选择他们感兴趣的内容。同时，为了收回舞台艺术的大制作所产生的高成本，也决定了其都市化选题的必然。

2、市场的追捧，入选的刺激，加快了精品剧目都市化倾向进程的发展

如前所述，精品剧目的都市化倾向是一个动态的，发展的过程。首届精品剧目《贞观盛世》《商鞅》等给观众带来了舞台艺术的视觉震撼，市场对国家舞台工程有了初步的认识；第二届精品剧目开始采取“评审组评分得分，与每个剧目近三年演出场次与票房相结合计算出的市场评价得分按6：4的权重相加后得出剧目总得分”的评选方式后，从这届开始所选出的剧目如《大梦敦煌》《大红灯笼高高挂》等在给观众带来舞台艺术的视觉震撼的同时，又迎来了较高的票房。《大红灯笼高高挂》至今仍在热销中；总投资600多万元人民币的《大梦敦煌》，票房已超过1600万；《八桂大歌》演出收入近600万元；《程婴救孤》5年演出400多场，赢得戏剧界专家和广大观众的交口称赞。投资350多万元的《红河谷》，两年时间演出120余场，观众超过20万

人次，演出收入 580 多万元。《云南映象》2 年巡演 400 多场，收入超过 2000 万元。

票房的号召力，与入选精品剧目的强烈理念驱使更多剧团源源不断地投入大资金，超大阵容、豪华包装开始在一些剧目间流行和扩散。比如入选 2005—2006 年度精品工程初选剧目的大型民族舞蹈诗《鄂尔多斯婚礼》投入近 400 万元巨资；有过 100 人的演出阵容和近千套演出服装，单是舞美道具就租用了 10 台长 14 米的集装箱运载车队的《风中少林》也同样耗费巨资……可见，精品剧目的都市化倾向仍在发展。

三、精品剧目都市化倾向的现实意义

1、催生出划时代的舞台艺术精品

精品剧目的推出，是舞台艺术在多元化的文化消费中渐趋沉寂的时候。精品剧目的都市化倾向有一个渐进发展的过程。在市场逐渐认同的过程中，它的都市化倾向也越来越明显，并催生出了如《贞观盛世》《商鞅》《变脸》《董生与李氏》《大梦敦煌》《大红灯笼高高挂》等等的划时代的精品力作（其实，每一部精品剧目都是一部划时代的精品力作，代表着各剧种、各个舞台艺术形式的新的里程碑，这里不一一列举）。精品剧目的都市化倾向丰富了新时代舞台艺术的表现形式，加快了新时期舞台艺术的发展。在短短的几年时间里让我们拥有了同时具有票房号召力、艺术震撼力和观众感染力的优秀作品，在一定程度上满足了现代都市观众的审美需求。这是一个功在当代，利在千秋的伟业。

2、培育了高品位的演出市场

精品剧目的都市化倾向在催生出划时代精品力作的同时，也培育了高品位的演出市场。如前所述，虽有部分精品剧目在演出市场上不容乐观，但也有为数不少的剧目被市场认同和看好，有的甚至成为了常年畅销的保留剧目。精品剧目的都市化倾向改变了长久以来观众依赖于赠票走进剧场的观念，这将有利于高雅艺术演出市场的良性发展。

四、值得注意的问题

1、都市化是一个长期的、不断发展的过程

从前述可知，精品剧目的都市化倾向，其舞台演出形式在走入市场的过程中，并非都是一帆风顺。这与它所处的环境紧密相关。理论上说：衡量一个国家或地区都市化水平最常用的指标是都市人口占总人口的比重。市镇人口占全国或地区总人口的比重达到 70% 以上为都市化高度发展状态；达 40% 以上为都市化中等发展状态；达到 20% 以上为一般发展状态；在 20% 以下则为都市化低水平状态。虽然我国的都市化指标早在 2004 年就已经居于中等化发展状态，但一些大城市的都市化市场程度仍尚待提高。每年上千万农民“进城”，这是中国都市化进程中一个宏大而独特的现象。但是，农民转换为市民，不只是硬件的转换，即通过户口的置换使农民成为市民，更重要的是软件的更新：城市生活方式的培养和价值观念的形成等等，它需要一个较为漫长的过程。这也决定了精品剧目在当下的观众群体的单一和不充分。

同时，在一些大都市，演出场所的都市化程度并不太高，更由于个别精品剧目在生产的时候就瞄准全国为数不多的几个承载剧场，这极端的都市化倾向限制了观众对舞台作品的现场欣赏。

2、都市化倾向≠大制作、超豪华

都市化演出场所和都市化演出市场是精品剧目都市化倾向在当今遭遇的外在因素，这些因素不能改变精品剧目的都市化倾向对当代中国舞台艺术的积极意义。同时，精品剧目的都市化倾向依赖于其都市化表现形式，更包含于其内在的都市化魅力中。但实践中却有一些当事人片面地将精品与大制作、超豪华等同起来，这也给当代舞台艺术带来了一些负面的影响。

影响之一：不能忽视舞台艺术的本体精神

优秀的艺术作品并不排斥华丽的外表，为特定的题材与情感寻找最为适宜的表现手段，这种手段当然要依赖于舞台美术装置，这些华美的装置要让题材与情感得到更完美的体现，二者相映生辉。但同时必须注重艺术的本体，即：舞剧要以舞蹈为本，戏曲要以四功五法为本，其主客关系不能模糊。如果一个剧目让观众记住的主要是华丽的布景、炫目的灯光，而不是演员的绝妙表演和歌唱。长此以往，对于观众欣赏品位的培育前景不容乐观，也不可小视，因其最终将反过来影响艺术的生存环境。

影响之二：提升的制作成本，加大新剧目（尤其是戏曲）生产的难度

目前，一些地方政府积极为优秀的舞台艺术精品创作投入资金，这给舞台艺术的发展带来了新的生机。但这些资金中的相当大部分往往被用于奢华的舞台美术装置，且这些动辄数百万元的耗资往往投向音乐剧、舞剧，从而使一些在演出市场上本来就居弱勢的戏曲剧目的生产相形见绌。如前所述，即便是投入了较大资金的戏曲精品，似乎也难以在短期内改变其在舞台消费市场上所处被动地位，它从另一方面反过来影响戏曲的新剧目生产。近年来，即便是一些较有影响的（戏曲）剧团在入选精品剧目后，也鲜有影响力大的新作问世应该

是最好的例证。这其中的原因尽管很多，但其中逐渐攀升的制作成本却是一个不容忽视的问题。

当然，川剧《金子》是精品剧目大制作的例外。这出在首届评出的精品，没有豪华的大包装、大制作，近几年里她活跃在校园（如05年4月到北大百周年纪念讲堂的演出）、在乡间（如在黔江、酉阳、秀山、彭水等4个重庆边远区、自治县的演出），也到国外（06年3月在法国和瑞士的21个城市进行了26场商业演出）。川剧《金子》的成功之处不在于大制作，而是内在的都市化魅力，使其能在激烈的市场竞争中立于不败之地。不知这样的精品剧目我们还能不能期待？

总之，当代中国正在快速地实施着现代化和都市化，中国戏剧不可能脱离这个大背景和大趋势。精品剧目的都市化倾向是顺应时代发展的必然产物，它对当代中国舞台艺术影响深远。在舞台艺术大制作风行的当下，我们期待其内在都市化魅力的进一步开发。这里笔者只是浮光掠影地谈一些个人粗浅的看法，受学识所限，未作更深入的研究，本文只能做引玉之说。

注释：

①上海京剧院网：<http://www.pekingopera.sh.cn>

②中国遵义杂技团网：<http://www.zyabc.cn>

③冯伟宁.《大红灯笼高高挂》首次在重庆文化宫演出.重庆晨报. 2005

年05月20日

④以下数据除成都地区出自当年精品工程展演宣传资料（四川省川剧艺术研究院资料室藏），其余均来自“票务通”：<http://www.piaowutong.com>

⑤文化新闻网：<http://www.whxw.com.cn> 国家舞台艺术精品宁波遇知音政府扶持观众捧

⑥何东运.“国家舞台精品剧目”考验羊城市场，歌舞一票难求，戏剧知音太少.南方日报.2005年10月06日

⑦天桥剧场网：<http://www.tqtheater.com.cn>

（本文成稿于2006年11月28日。在写作过程中，先后得到四川省川剧艺术研究院副院长、《四川戏剧》主编杜建华女士，《四川戏剧》副主编李远强先生的大力帮助，谨在此表示衷心的感谢！——作者）