

晚上10点,直播间里,颜云玉坐在镜头前,五指灵巧翻飞,应评论区观众呼声,用二胡拉奏一曲《万里长城永不倒》。千余名观众继续点歌,“想听《笑傲江湖》”“来一首《少年壮志不言愁》”……点赞打赏不断。

“是经济保障,也是精神鼓励。有市场,有受众,二胡才能传承下去。”颜云玉说。

类似二胡曾深度融入生活,也曾一度因失去市场而变成需要抢救性保护的對象——走上云端,让更多非遗品类翻红,也让非遗传承人找到了更灵活的创收渠道与更广阔的传承空间。

艰难寻路

非遗云端

国家非遗代表性项目610个子项,涉及民间文学、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药等门类。

名录里的每个项目都有一个专属编号,“Ⅱ-61”对应的西安鼓乐,该项目于2006年第一批进入名录。

西安鼓乐始于汉,兴盛于唐,延续千余年,是迄今保存最完整的大型民间器乐品种之一。东仓鼓乐社是西安鼓乐著名的乐社之一,俗称“敬禄仓东仓鼓乐社”,明代时已有记录,历史上曾在西安城里风头无两。齐兴峰听过一些辉煌的往事,但自他2004年加入东仓鼓乐社,多数时间只觉生计艰难。

曾诗阳

“我师父那时候连乐器都没剩几件,就在扁担上敲,在胸口上敲,把鼓乐传了下来;到我师父时,学鼓乐没有收入,招的百余名学员只有18名坚持下来;到我这一辈,为了养家糊口,大家演出之外还得当代驾、送外卖、开网约车。”齐兴峰说。

60多年里,从师父到师傅再到齐兴峰,一代代鼓乐艺人一直尝试着找演出、找资金、找门路,让西安鼓乐重新活起来。但这很难。大众没有兴趣,演出没有市场,学习没有收入,谁愿意继承这个饭碗呢?代代传承始终是做减法,一代更比一代少。

2004年,西安鼓乐保护开发领导小组成立,对西安鼓乐进行抢救性保护。两年后,在社长范炳南的努力争取下,东仓鼓乐社入驻曲江文商旅大唐芙蓉园景区,第一次有了固定演出的场地,有了相对固定的收入。

如果不靠政府支持,乐社自己能不能找到市场活下去?这是齐兴峰经常思考的问题。彼时的颜云玉,尚是一名湖南艺术院校二胡专业的学生,即将毕业的她常思考的是:未来工作怎么办?

一届70多名学生里,只有她一个学二胡。“市场不好。”颜云玉那时候就知道。

后来的工作经历印证了她的想法,第一份工作是在培训机构上课,学费一节课60元,到她手里工资只有30元,吃顿饭都难。她又去了一家小型民乐团兼职,待了半年乐团解散了,原因是“市场不好,接不到活儿”;转而去一家琴行工作,没多久,琴行也关门了。

工资低、就业难、竞争大,很长一段时间里,颜云玉辗转在多家机构兼职,再接一些演出散活儿,一次赚上100多元钱已经不错了,东拼西凑尽力维持开销。“市场的确不好,但我也了解了市场。”提起那段经历,颜云玉总结道。

不仅是西安鼓乐、二胡艺术,藏族碉楼营造技艺、杨柳青木版年画、常州吟诵等一大批国家级非遗都一度丧失了自主“造血”功能,成为抢救性保护的對象。

要不就别干了吧?颜云玉也想过转行,但她用自己的话说:“干什么都没有二胡带来的踏实,不知道要坚持多久,但先坚持过明天吧。”



峰回路转

高髻罗裙的仕女,一位怀抱琵琶,一位手持碰铃;圆领袍服的乐师,击座鼓、吹笛、敲云锣……东仓鼓乐社正在直播。评论区的观众留言“梦回长安”“这就是我们的非遗”“致敬东仓乐师”。自去年4月开始在抖音上直播,一年多的时间,东仓鼓乐社的粉丝涨到75万。

“我预想过直播效果会不错,但没想到能这么好。”齐兴峰说。

直播是被动局面下的主动选择。一年前,由于线下演出暂停,东仓鼓乐社面临最艰难的局面,找到市场已关乎乐社存亡问题,再也等不得。处境不乐观,但齐兴峰不缺信心,“这样历史悠久的传统文化,一定能引起大家的关注和共鸣”。

如他所料,被动开局的“大唐芙蓉园东仓鼓乐”抖音账号,直播第二天同时在线观看人数就达到3800人,并很快收到第一份大礼物——一位粉丝刷的“跑车”,齐兴峰激动地蹦了起来。

直播打赏增加了东仓鼓乐社演员的收入。28名演员,多的时候人均每月能增加3000多元收入,这让大家都很高兴。“鼓乐逐渐被市场接受,鼓乐乐手的价值也被认可。”齐兴峰说。

线上的人气带动了线下市场的火热,东仓鼓乐社的演出门票常常是售罄状态,从“补助”走向“增收”。与之前常在大型演出中充当背景角色相比,聚光灯终于照到鼓乐艺人身上,有不少游客为一睹乐社风采专程来到大唐芙蓉园。

通过直播,传承人、从业者切实获得收入,小众非遗项目跨地域获得市场,成功“变现”,激发了产业活力,由“输血”式发展走向“造血”式增长。

颜云玉如今不必再辛苦地挣讲课费,她的大部分时间都献给了抖音里520万粉丝。

与齐兴峰不同,颜云玉对于直播是碰巧的、尝试性的。2020年,她从一部手机、一把二胡开始,3年多时间里走一步看一步,慢慢琢磨、调整,最后实现粉丝量的指数增长,结果大大超出颜云玉的预期。直播打赏让她收入倍增,来自五湖四海观众的认可更让她感到温暖。

“观众点赞、打赏,是对我们非遗从业者最大的肯定和尊重。”颜云玉坦言,如果没有收入,直播很难维系,传承很难持续。对她而言,在展示技艺中获得认可与回报,不仅是一份经济保障,更是一份动力,激励她坚持创作、精进内容,“还能让我们更有热情和条件,把古人留下来的国乐推广好、传承开,



安徽宁国千年古镇——胡乐老街上,“传承非遗文化”展演活动吸引了众多游客前往体验。李晚红摄(中经视觉)

让更多人受到非遗的熏陶”。

通过直播提高展演频次,借由打赏拓宽创收渠道,非遗产业的经济属性和产业价值不断被激活。数据显示,截至今年5月,仅抖音平台上,平均每天有1.9万场非遗直播,平均每分钟就有13场非遗内容开播,濒危非遗全类目都找到了新舞台、新观众。

更大天地

“自古以来,演奏者都希望自己的琴声被听见、被理解。”为什么直播?湖南省民族管弦乐学会古筝艺术委员会副秘书长曹民的回答颇具浪漫主义色彩,“在这个快节奏的社会,传统文化和音乐就像一剂良药,也许能治愈我们浮躁的心灵。我想通过直播让更多人了解和学习传统文化,实现更好传承”。

直播没多久,一件事给曹民极大触动,坚定了他做好直播传承的想法。

3年前,曹民发布了一条《北京的金山上》教学视频,一位80岁的学员跟着视频学会了这首曲子。3年后,学员在直播间找到了曹民。“她说找了我3年,就想告诉我,那条视频教会了她弹古筝。”曹民感叹,“互联网很大,一条偶然的视频或许也能帮到人。”

曹民从中看到了直播在解决教育资源分配不均中可以发挥的作用,现在正编写古筝教学课程和古筝曲集,试图把传承的路子走得更宽一些。“以前大山里的孩子,想接触到先进的教育,就得走出大山,这需要巨大的付出。现在通过直播平台,偏远地区的孩子也能学习到各种知识,欣赏传统文化和技艺,这丰富了他们的精神世界和现实生活。”曹民说。

线上的市场显然更大。一些观众在直播间告诉颜云玉,当地没有二胡老师。考虑再三,颜云玉决定再挤出一点时间进行线上教学。她想,如果更多人接触到二胡,才有可能萌生兴趣,进而喜欢二胡。

越来越感受到作为非遗传承者所肩负责任的颜云玉,2021年进入中央音乐学院民乐系进修。在学习中,她有了新的体会,“直播拉近了非遗从业者与观众之间的距离,带动了非遗的‘破圈’,但这只是个开始,更远的路在屏幕外,还要寻找更大的天地”。

一定要创新,一定要创收。这是齐兴峰的两个目标。

东仓鼓乐社一方面将收入的一部分用于更新直播设备,并在传统鼓乐中增加剧情、舞蹈、其他门类艺术,甚至高科技布景,更适应当下观众的审美偏好;另一方面带货非遗产品、文创产品、农副产品,试图不仅为非遗事业,也为乡村振兴作出一些贡献。

过去一年,通过抖音电商带货成交额破百万元的非遗传承人数量同比增长57%,该平台上非遗传承人带货成交额同比增长194%,购买非遗好物的消费者数量为上一年的1.62倍。市场的认可、产业的发展助推非遗从“活下来”到“火起来”。

行业里也有一些不同看法,认为西安鼓乐风格庄重,直播、带货,会不会只顾挣钱,坏了传统?对此,齐兴峰很坦然,传承非遗与钱无关,但没钱不行。

在齐兴峰心里,也总想着如何在直播间把鼓乐最原本的东西传下来。他试探性地降低流行曲目的占比,增加了《五色鸟》等传统曲目。“原以为会损失掉一些观众,没想到观看量还有增长,这说明很多观众已经真正走进了西安鼓乐的门。”齐兴峰的经验是,“有了粉丝、有了市场、有了话语权,才有返璞归真的基础”。

来自二胡世家的陈依妙,以拥有20多万粉丝的B站UP主身份参演了成都大运会云上音乐会;著名京剧老生演员王珮瑜,正努力让更多线上认识她的“王珮瑜的粉丝”变为“京剧的观众”。

事实上,仍有不少非遗项目处境尚不乐观。切中市场需求,从我国超过10亿的网络视听用户中挖掘更大的可能性和市场潜力,仍是非遗面临的巨大课题。



云南省临沧市耿马傣族佤族自治县民族歌舞团的团员在拍摄傣族女傣拳小视频。新华社记者胡超摄

生活中的经济学

剧场演出票定价有学问

□ 昌青

暑期是剧场演出的旺季,随手打开几个票务平台就能发现,每天同城可选的剧场演出少说数场,多则十几场甚至几十场。演出数量与种类繁多,音乐会、音乐剧、歌剧、舞剧、话剧不一而足,越来越多的人愿意在闲暇时走进剧院剧场陶冶情操。但票价,是人们很关心的问题。

观众在选择演出时会发现,同一场演出,不同座位的票价可能从几十元差到几百元;同一类型的演出,由于演奏家或团体的“咖位”不同,票价也有可能差几十上百元甚至更多,从而让观众产生演出票价“水很深”的感觉。

其实,影响剧场演出票价制定的因素有很多。票价制定的基本要素首先是演出的唯一性。电影可以同时在不同地点展映,演出只能在一个既定时间展演一次,场地人群承载力有限,通常在几百人到2000人之间,演出票价需要结

合剧场限定的座位数量进行计算。演出强调现场性,在现场的体验位置决定了演出票价的价格区间。我们在演出现场看到、听到的内容并不是从一个平面传出来的,而是从一个立体的“盒子”里释放出来的。观众距离这个盒子的远近决定了其视角和声音体验上的差别。简单来说,观演体验越好的位置价格越高。

一般在制定票价时,要考虑项目成本和利润两个要素,前者可以分为采购成本与场租。商业演出就需要考虑以上所有的成本内容。与演出性质密切相关的利润则为复杂,如果演出属于惠民或公益属性,那么通常剧院剧场会将社会效益放置在前,将票价设计到“打平”成本或者低于演出成本;如果是商业演出,那么就需要考虑如何创造毛利润的最佳值。剧院剧场通常依照演出总成本的150%至200%划定总票房,再依照演出场地的座位设置划定演出票房,形成票价的价格区间。

剧场演出的票务常规销售模式是“预售制”,即采用在演出开始前购买入场凭证的销

售方式。由于观众无法在购买时了解演出全貌,这种销售形式多多少少会带有一些需求的不确定性。因此,通常在划定价格区间后,为了更好地找到供给和需求的平衡点,剧场会在“预售制”的模式下,通过设计折扣票种来探查市场情况,从而降低销售风险。最常见的方式是安排“早鸟票”——即一种价格低于正价票的预售票。剧院剧场可以通过预售“早鸟票”对演出的票房做出大体的预测。如果销售情况较好,剧院剧场便可以“乘胜追击”,达成更高票房;如果“早鸟票”的销售状况不佳,剧院剧场也可及时根据销售情况做出调整,进而降低销售风险。

另外,剧场演出的票价设计还带有一定的“地域性”,通常要结合当地的经济情况进行综合考虑。比如一个地方的柔性支出较低,那么演出的票价可能会向下滑动。这主要是为了统筹考虑“维系剧场日常运营”和“保障票价被观众接受”两个要点。作为公共文化服务设施,剧院剧场在制定票价时需要站在观众立场上考虑。

制定票价专业而复杂,但买到物美价廉的好票却并非难事。如果您对演出感兴趣,想要走进剧院剧场体验文化艺术,又不想多花钱,那有两则剧场演出购票小妙招分享给您:一是在搜索演出时加上关键字,二是在选座的时候挑选“妙座”。除了“早鸟”外,在搜索演出之前加上“惠民”两个关键字,就能找到各种类型优质又便宜的剧场演出。现在多数专业剧院都推出了惠民性质的演出,这些演出通常都在100元以下。结合这两个字搜索心仪的演出,至少能省下一笔奶茶钱。

“妙座”的选择也有学问。剧场演出虽然是“最佳体验位置”的票价最贵,但并不是一离舞台越近票价就越贵。最贵票价前后几排,或左右前方都会便宜一些,有时甚至能差出两三个档位。买这些位置既能省钱,还能满足观演体验。现在大多数平台都支持在线选座,您购票的时候注意看看票版,尽量寻找那些离最贵档票最近的位置,选这样的位置,既省钱又能在“次最佳位置”欣赏一场演出,物超所值。



东仓鼓乐社在直播间演出。(受访对象提供)

本版编辑 陈莹莹 徐晓燕
美编 倪梦婷
来稿邮箱 fukan@jirbs.cn