

中国原创音乐剧的发展

——浅谈小柯音乐剧的成功

◎简帆

小柯剧场成立于2012年，是由音乐人小柯所创办的剧场，主要展演音乐人小柯所创作的音乐剧。目前上演过九部音乐剧两部话剧（音乐剧：《凭什么我爱你》；爱情三部曲《稳稳的幸福》《因为爱情2》《等你爱我》；你说我容易吗之《百万约定》《千万留神》《万万不能》；未来三部曲之首部《我变了我没变》；献礼母亲音乐剧《想把我唱给您听》；话剧：《天坑》《因为爱情》）且常年上演八部音乐剧。

在最初展演音乐剧《凭什么我爱你》时，由于受到场地因素影响给剧组在换景、制换、租用剧场、协调剧组人员时间上耗费大量的人力物力，给商业票房运营较大的压力。由于没有固定的演出场所也给后期的粉丝积攒增添难度。反观市场上展演的音乐剧，无关剧目大小类型，基本上是没有固定演出场所，都由剧组和剧院达成租赁协议。这样打一枪换一炮合作的方式对剧组而言，将会很难形成自己的戏剧品牌IP。对后期的观众粉丝积攒和运营形成非常困难的局面。小柯音乐剧在初期制作的音乐剧《凭什么我爱你》也是采用与剧院合作模式，皆遇到上述的各个问题。从而得出：要想形成自己的戏剧IP，必须建立自己的剧场。例如日本的四季剧院，伦敦西区剧院，美国百老汇，都是非常具有代表性的音乐剧剧院行业，当时国内还未有聚集性剧院，小柯音乐剧团队决定勇敢地走向建立自己的音乐剧剧场的道路。在2012年，国内从未有过只演自己作品的音乐剧剧院，小柯剧场的成立是一个非常有影响力的市场定位。小柯剧场建立在北京市朝阳区酒仙桥路4号751时尚设计广场，紧邻798文化艺术区，浓厚的艺术氛围给剧场积攒大量游客和文创人员的观众群体。在建立好自己的音乐剧剧院后，小柯音乐剧团队面临着，房租、人员等剧场开支，制作人在控制成本预算的同时，做了庞大的市场调研，得出开剧院必须常年

演出这一结论。

一、脍炙人口的歌曲

小柯作为知名的音乐人，有许多脍炙人口的歌曲，这为音乐剧创作提供了非常良好的音乐载体和听众群体。在小柯剧场上演的第一部音乐剧是爱情三部曲的首部《稳稳的幸福》。作为剧场落地后上演的首部音乐剧，囊括了小柯出道至今传唱度最高的歌曲《因为爱情》《稳稳的幸福》《北京欢迎你》《归去来》《最熟悉的陌生人》等等，演员阵容小柯也会亲自出演，并邀请过老狼、李煜、叶蓓、胡夏、尚雯婕等知名歌手加盟出演，在戏剧市场打出口碑后的《稳稳的幸福》成为小柯音乐剧最经典，上演场次最多，票房最好的剧目，首演至今已经上演了两千多场。

小柯剧场成立至今，成功出品九部音乐剧，收入了诸如《想把我唱给你听》《等你爱我》《你说我容易吗》《我变了我没变》等诸多脍炙人口的音乐，在音乐媒体上总播放量过亿，这些歌曲在音乐剧中的完美使用，帮助演员传递情感，推进故事发展，贴合人物，让观众在原有的音乐听感上更好的与之产生共情。小柯的音乐成为了剧场能够成功的核心因素之一。

二、优异的市场表现

在第一部音乐剧成功上演后，小柯以一年一部音乐剧创作速度，快速展向市场，打出小柯音乐剧独有的戏剧风格。爱情三部曲、你说我容易吗三部曲、未来系列、献礼母亲系列。通过剧目轮换演出，在保证观众每月都有不同的剧目可以观看的情况下，每年上演260多场演出，成为北京市演出场所最多的演出剧场。在此基础上，小柯剧场也取得了优异的票房，每年都能获得全国小剧场票房十强。可以说，小柯剧场中国音乐剧市场上占据了颇高的市场占有率。近两年，小柯音乐剧戏剧IP逐渐有了好的口碑和良好的粉丝群体后，进一步开展了全国巡演，巡演是北京市场良好反馈的结果，小柯音乐剧团队带着最真实真诚的音乐剧作品走出北京，面向全国，打破了地域差异、文化差异，让更多的人了解小柯音乐剧，让更多的人可以观看到小柯音乐剧，并获得良好的巡演口碑。

三、贴近观众生活，更容易和观众共情

小柯创作的音乐作品不计其数，且都为传唱度较高的流行音乐歌曲。那么如此成功音乐人为什么会想着做剧场呢？用小柯的原话，剧场更像是他的游乐园，是



个人情怀的真实写照，在小柯剧场他只想做自己想做的戏剧。和观众拥有最真实的接触，在音乐剧里和观众拥有最真诚的情感共鸣。小柯音乐剧的核心竞争力就是内容的创造力，小柯致力做中国不同阶层的人都看得懂的音乐剧，所以他创作的音乐剧通常以爱情、亲情为主题而展开，以诙谐轻喜剧的表演方式给观众极大的情感刺激，让每个走进剧场的观众看完演出后，在温暖中感动，在感动中升华，真真切切地感受舞台上的演出就是自己平凡生活中的映射。上到八十多岁的老人，下到七八岁的儿童都能看懂演员演的是什么，剧目所表达的核心是什么。渐渐培养了一批愿意走进剧场，愿意花钱买票的观众群体。只有更多的人愿意走进剧场，音乐剧才会被更多的人所接受、喜爱。

四、优秀的演员储备

在票房商业上获得成功，小柯剧场还为音乐剧市场培养了一批优秀的音乐剧演员，为更多的音乐剧演员提供了演出经验。为业界培养了苏诗丁、白若溪、曹小欠、李响、韩玖诺、金银玲、孙葛川野、桑可舟等优秀的音乐剧演员。这些演员在走出剧场后，活跃在音乐剧及影视剧行业中，成为各个剧目的主演，台柱子。同时，小柯剧场依然在吸收优秀的音乐剧演员，通过评估演员的演技，声乐和舞蹈，在保证剧目质量的同时，致力于培养更多优秀的音乐剧演员。

五、保持新鲜感

小柯音乐剧在形成戏剧 IP 后，如何保障剧目的市场生命力成为小柯音乐剧团队最大的问题。为了避免老观众产生观演疲劳，在每一轮的彩排排练时会根据当下时事热点，添加一些新鲜的戏剧包袱，为长期上演的音乐剧中增加新鲜感。保证观众每一次观看都能获得不同的体验。在不影响故事走向的情况下，通过小细节的改变，让观众有不同的体验，带来不一样的惊喜。这也是剧场行业与影视行业较大的区别。在舞台上，演员可以与观众更好的互动，再根据观众的反馈进行即兴表演，增加实感，带给观众更真实的体验。

六、与观众的互动

近几年小柯剧场舞美开始转向多媒体的运用，多媒体舞美运用满足小柯剧场舞美换景衔接，在省时省力的同时，可以给观众更好的观演效果。小柯剧场的舞台与观众席没有“乐池”也没有明显的台阶界标，舞台直接延展至观众席，坐在第一排的观众可以与演员面对面互动，实现舞台与观众“零”距离，观众更近距离感受演员细微的表情变化，互动感和参与感大大加强。在宣传方面，借助互联网的优势，在双微和抖音、豆瓣等线上宣传，每场演出的观众自行进群成为固定粉丝，进行粉丝运营等。在设备、舞美、人员共同努力的结果下，为观众呈现一场场精美的音乐剧演出。

七、时间的打磨

小柯剧场虽然有 8 部剧在轮换上演，但是通过勤劳的演出，使得每部剧都有上百次的演出经验。每轮演出后都会根据观众和演员的反馈对剧本进行调整，使得每部剧的故事情节都更加丰富的同时，增加戏剧冲突，为观众带来更优秀的剧本。在导演，副导演，演员和幕后工作人员的通力合作下，使得每部剧都好评如潮，每部剧都能收到大家的喜爱。这也是小柯剧场能够在当下市场上活跃的重要因素。

八、本土化

在音乐剧行业里，常有一种声音说小柯音乐剧不是传统意义上的音乐剧。音乐剧是现代社会的产物，以音乐为灵魂，以舞蹈为重要表现手段，通过音乐、舞蹈、戏剧三大元素的整合来讲故事、刻画人物、传达概念的现场表演艺术娱乐产品。小柯音乐剧一直以来以剧目的内容为核心竞争力，以中国人的情感表达方式去讲述当代中国人的故事。以简洁、优美、动听的大众音乐风格，把握都市青年的艺术欣赏趣味，流行音乐风格主航道，以贴近生活的表演方式，在大众化中追求个性化，既符合音乐剧的现代审美原则，又符合当代中国观众的审美诉求。

小柯剧场之所以能成功，是因为它集成了优秀的音乐，优秀的演员还有优秀

的剧本。通过在小剧场演出，增加了和观众的互动，给予了观众沉浸式的体验，使得观众愿意多次来剧场观看演出并逐渐有了自己的粉丝群体。机会是留给有准备的人的，小柯剧场能够有如今的成绩，也是依赖于这 9 年来对音乐剧不灭的热情，依靠着工作人员与演员的团结一心，依靠着小柯老师的坚持与支持，才有了今天的小柯剧场。希望未来小柯剧场能够创作出更多优秀的音乐剧，为观众带来更多优秀的作品，也希望中国原创音乐剧市场能够越做越好。

作者简介：简帆，女，1994 年生，汉族，江西省新余市人，本科，研究方向：音乐剧。

作者单位：北京柯音剧场文化传媒有限公司