

演艺新空间，“空间”有多大

新华社“新华视点”记者
何磊静

走进北京颜料会馆，看演出的观众“穿越”成民国“陪审员”，跟随剧中人穿梭于不同房间，甚至走出剧场、穿过小巷，抵达另一处空间继续探案。

这样的场景，正在越来越多地方上演。剧场不再是观众“坐着看”、演员“台上演”的固定空间。商业楼宇、老旧厂房、文创园区、游船巴士——舞台无处不在，观众也在走进剧情。演艺新空间，正在重新定义“一出戏”与“一座城”的关系。

剧场“破界”

南京熙南里历史文化街区，京剧头饰形状的灯牌“今熙有戏”在夜幕下亮起。

这个足有20多个标准足球场大小的街区，吸引当地多支剧团入驻演出。入夜后，兼具戏剧特色与现代气息的酒吧、小剧场里，演员驻唱改编曲目，不少游客身着汉服听歌看剧。

“每次都会带外地朋友来小剧场转转，可以沉浸式感受演艺魅力。”“95后”观众王丽雯说，她是戏剧迷，“大剧院有庄重的美，但我也爱这种没有围墙的舞台，更接地气。”

文物古建正被重新激活。

拥有400余年历史的北京颜料会馆，引入沉浸式悬疑话剧，充分利用会馆空间，让观众穿梭于不同建筑探秘剧情；正乙祠戏楼的昆曲《牡丹亭》巧妙利用多层构造，让演员走下舞台“游园”，与观众互动；湖广会馆驻场沉浸式音乐剧，演出空间从舞台延伸至观众席，演出前后，观众可赴茶楼品茶，或走进戏曲博物馆了解京剧史。

工业遗存同

样焕发新生。

南京江宁原东山发动机厂旧址的“科科小剧场”，将保留下来的厂区游泳池下沉式结构改造为200座主剧场和80座黑匣子实验空间。“我们离大学城近，目标是成为年轻人的文化客厅。”剧场负责人王乐说，这里每周上演传统戏曲、先锋话剧等，内容优质、票价亲民。

列车、游船也能成为舞台。

天津“津旅时光号”主题车厢步步是景、处处是戏——京剧演员水袖翩跹，快板声清脆回荡；深圳蛇口“明华轮”上，七层空间被改造为多个独立场景，沉浸式戏剧在此驻演，故事在走廊、房间、楼梯间交错推进，观众可自由选择故事线。

数据显示，2025年全国营业性演出场次达64.04万场，其中剧场类演出43.87万场，同比增长7.30%。大量演艺新空间如雨后春笋，仅上海100家演艺新空间，过去一年就完成演出约1.68万场，总收入近3亿元。

观众何以“入戏”

演艺新空间为何遍地开花？深圳大学文化产业研究院研究员宗祖盼分析，相较于大剧院的重资产、长周期投入模式，演艺新空间能依托现有城市更新项目，有效降低成本，赋予城市空间新的文化生命力，也更能适应城市快节奏生活。

“小剧场的观演距离和更个性化的表达，容易唤起我们对作品的共情和思考。”王丽雯说，“亲密空间里的精神关联、台上台下共同呼吸的温度，是小剧场最让人着迷的地方。”

这也折射出演艺新空间吸引力的核心——观演关系被彻底重构。无锡拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平注意到，传统剧场中，演出以“单向输出”为主，而在演艺新空间，观众成为剧情一部分。“这是消费逻辑之变，体验经

济在替代观光经济，年轻群体更愿意为情绪共鸣买单，为社交分享打卡，为深度参与付费。”

位于商圈或社区的演艺新空间降低了观演门槛、弱化了仪式感，让演出从需要反复决策的“复杂产品”转变成随时消费的“便利品”。

在北京某商场的《疯狂理发店》剧场，观众落座即“入戏”，化身“侦探”参与搜证、盘问证人。南京脱口秀小剧场双人票仅31元，“跟喝杯奶茶差不多。”观众李女士说。

政策护航也按下“加速键”。2019年上海率先推出演艺新空间营运标准并迭代更新；北京出台推动演艺高质量发展十条举措，对示范性项目给予最高100万元支持；长沙提出“三年培育100个演艺新空间”目标……

今年2月，文化和旅游部与国家消防救援局发布通知，明确新型演出场所定位，取消演出场次限制，支持虚拟现实、人工智能等技术应用，为行业发展夯实制度基础。

此外，科技元素注入让沉浸式体验进一步升级。演艺新空间更多采用虚拟现实、全息投影等技术，精准定位追踪系统、灵活灯光控制、高灵敏度拾音设备等让演艺产品从舞台上的表演变为可参与、可探索的文化体验。

告别“跟风”，深耕内容

多位业内人士表示，部分演艺新空间内容呈现同质化，小型空间营收单一、抗风险能力也较弱。“一些非演艺场所盲目跟风，餐厅演出敷衍、冲淡用餐体验，商场演艺项目缺乏特色。”江苏某商场相关负责人说。

宗祖盼认为，一些运营方对“造星”的注意力盖过“造剧”。创意人才储备不足，沉浸式、互动式创作需要全新叙事和空间调度逻辑，但目前少有复合型创作人才培养机制。要强化原创和地区特色化创作，产出真正契合空间特性、

挖掘本土文化叙事的作品，避免简单复制“网红”模式。创作者可从地方历史或民俗文化中汲取灵感，形成差异化竞争。

运营升级同样关键。上海戏剧学院教授曹林认为，演艺新空间应走多业态融合之路，与餐饮、娱乐、文创、培训、零售等形成产业融合。比如，开心麻花·花花世界在4000平方米空间内构筑“戏剧+生活”立体场景，集沉浸剧场、音乐戏剧酒吧、剧本游戏于一体，形成“一场演出带动一个商圈”的联动效应。

在中国演出行业协会副会长潘燕看来，线上曝光能为线下演出引流，实现“线上种草、线下观演”的正向循环。江苏省歌舞剧院今年5月启动团播，以原创舞蹈诗为核心内容，按竖屏传播规律重新编排，开播20天涨粉7万，单场曝光量超百万，直接带动“五一”假期线下演出门票售罄。“不少观众通过直播了解我们团的演出信息，追踪到线下购票观演。”院长潘磊说。

首都经济贸易大学教授司新丽建议，可在城市大型场馆周边嵌入若干小型演艺新空间，打造规模适度、各具特色的演艺聚集区。同时，不少演艺新空间改造自商场、历史建筑、旧厂房等区域，消防安全、演出安全要求千差万别，要鼓励地方制定实施细则，建立风险分类分级管理制度，推动行业组织出台运营准则。

此外，不少演艺新空间还承载公共文化服务功能。江苏省文化艺术研究院助理研究员栾开印说，要积极建设好基层小剧场，让剧场深入社区和乡村，成为百姓家门口的观演空间、日常文化生活空间和社会美育空间。

新华社北京8月5日电

《宋美龄耳环丢了》演出现场。北京日报客户端记者 方非 摄