

# 越剧《新龙门客栈》年轻化“突围破圈” 的经验启示与对策建议

**【要报要点】**作为 2023 年戏曲演出市场的现象级作品，越剧《新龙门客栈》走红破圈验证了传统戏曲守正创新可以赢得年轻观众的喜欢、市场的欢迎。对此，本期要报建议借鉴该剧成功经验，通过革新观演体系、创排体系、质量体系、运营体系等方式强化年轻观众培养，构建传统戏曲可持续发展生态。

2023 年爆火的新国风·环境式越剧《新龙门客栈》于 3 月首演，截至 12 月 18 日共演出 138 场，观众人数达 15000 人，平均上座率为 97%，抖音线上直播累计观看人数达 926 万，获得观众广泛好评（大麦评分 9.4 分），出现了一票难求的盛况。尤为值得一提的是，该剧观众年龄普遍为 18-30 岁，且 80% 为从未接触过越剧的增量观众。受益于其溢出效应，浙江小百花越剧院、温州市越剧院的整体演出票房也显著增长。《新龙门客栈》的逆势破局，成功实现了越剧在年轻群体中的走红出圈，为推动传统戏曲年轻观众培养、构建传统戏曲可持续发展生态提供了重要启示。

## 一、越剧《新龙门客栈》年轻化突围的启示

### （一）精准定位年轻观众的审美需求

越剧《新龙门客栈》的主要出品单位运营着蝴蝶剧场且推出了国内首部环境式戏剧《阿波罗尼亚》。该剧在上海创造了两年连演 1000 场、场场爆满的演剧新神话。基于对当下演出市场消费热点和年轻观众消费习惯较为深刻的认知，出品单位在策划创作越剧《新龙门客栈》的伊始，即对目标受众进行了

精准的用户画像，并依据目标受众的审美需求组建了由90后、95后为主的年轻化创作团队，对整体剧目创作做了系统规划。

## （二）精确推动艺术形态的当代革新

该剧的艺术革新主要体现在四方面：一是演剧样式的革新，让越剧与环境式戏剧联姻，以打破传统观演关系的沉浸式互动体验吸引年轻观众的兴趣。二是题材内容的革新，通过改编广大年轻观众熟悉的知名影视IP以及运用女子越剧演绎充满家国情怀、英雄柔肠的经典武侠故事，引发年轻观众强烈的好奇心。三是艺术节奏的革新，强化龙门客栈狭小空间中人物之间的矛盾与冲突，加快演出节奏，使剧情发展更加紧密流畅，适应年轻观众的欣赏习惯。四是表现手段的革新，如融合影视武打动作与舞蹈动作，营造干净利落又颇具美感的武打段落，如设计制作兼具华美与简洁、在古风与时尚中找到平衡点的人物服饰，推动越剧焕发出属于自己的年轻感。

## （三）精心推出颜艺俱佳的新生代演员

由于采用驻场演出的形式，需要多组演员进行轮换，越剧《新龙门客栈》启用了20余名主要来自浙江小百花越剧院、温州市越剧院的青年演员，年龄大多为90后、95后甚至还有00后。这批戏曲科班磨砺浸润过的年轻演员，以其扎实的舞台功底、精彩的表演技艺、优美的唱腔念白俘获了年轻观众的心，吸引了愈来愈多原本对越剧一无所知的年轻观众走进剧场、走近越剧，实现“出人出戏出效益”。

## （四）精巧构建营销传播的复合体系

出品单位将自身音乐剧的营销传播经验应用到了越剧《新龙门客栈》的运营之中。依托近年来越剧在长三角地区持续增长的人气，组织高级会员、邀请网络名人赴杭州看戏，通过口碑发酵带动杭州、上海和长三角其他城市的年轻观众到蝴蝶剧场亲自体验。与抖音戏曲专题合作直播，强化华彩段落的短视

频营销，参加二次元活动、漫展路演，推动剧目吸引更多体量的年轻观众。推出新龙门咖啡、包子、挂件、明信片等剧目周边产品，增强年轻消费者对剧目的情感认同。

## 二、推动传统戏曲走近年轻观众的对策建议

### （一）与时俱进，革新观演体系

近年来，中华优秀传统文化在广大青年中的影响力持续走强，“汉服热”“博物馆热”等国风国潮兴起，传统文化“潮起来”是文化自信增强的重要途径和显著体现。戏曲院团应该顺势出击，践行“以人民为中心”的创作导向，以新时代观众的需求为出发点，学习演出市场中具有竞争力的文化产品的生产之道，创作符合年轻观众的认知水平、欣赏习惯，能够引起年轻观众心灵共鸣的剧目。需要注意的是，戏曲创作在植入当前文娱消费流行要素的同时，必须坚守剧种的审美本色，充分发挥剧种的艺术特色，努力用底蕴深厚的传统艺术滋养现代人的精神生活。

### （二）守正出新，优化创排体系

一代人有一代人的青春，一代人有一代人的戏曲。戏曲院团在搭建剧目创作团队时应该重视年轻人的吸纳与培养，从“选题编写、表导演、音乐舞美、服化道”等艺术生产全流程，构建传帮带良好生态，破除“论资排辈”窠臼，大胆给与年轻戏曲工作者施展才华的平台、机会，支持他们颠覆陈见、锐意创新，推动传统戏曲与现代语境的融合，使传统戏曲保持旺盛的生命力和蓬勃的创造性。

### （三）精益求精，强化质量体系

质量是艺术作品的生命线，是传统戏曲吸引年轻观众的根本之所在。戏曲院团应该建立含选题论证、艺术采风、剧本论证、剧目打磨等在内的全过程质量管控体系，同时强化内部学习制度，引导艺术骨干不断提升自身的文化素养、艺术造诣，

以高质量的作品收获年轻观众对戏曲舞台的认可。

#### （四）以石攻玉，升级运营体系

在文化消费多元化的背景下，作为小众艺术的传统戏曲要想在大众艺术市场中争取年轻观众，戏曲院团可以借鉴流行文化产品的运营体系，重视观众研究，强化创意策划，丰富运营渠道和方式，实施全过程全周期整体运营，推进剧院、剧团、剧创三位一体协调布局，鼓励“事业剧团+企业演艺传媒公司”模式探索，并通过委托成熟团队或强化内部营销人员培训等方式推进。通过运营体系由小众到大众的迭代升级，使传统戏曲能够触达更多年轻观众，唤醒更多青年的戏曲血脉。

采用情况：本文于2023年12月被《文化和旅游智库要报》采用

供稿单位：浙江省文化和旅游发展研究院、浙江旅游职业学院

作者：李琳 王相华 迟令刚