

1月22日晚,上海宾馆辅楼内光影交织,沉浸式音乐秀《双城之战》在历经近两年的创作与筹备后,迎来了首场内测演出。首批观众沉浸式踏入皮尔特沃夫与祖安的世界中,以参与者的身份,与这部作品共同完成了一次至关重要的成果验证。

首场内测结束之后,不少观众第一时间在社交平台分享了观演感受,“还原度高”“沉浸感很强”“有很多细节值得多刷”成为评价中的高频词。对创作团队而言,所有来自真实观演体验的反馈,也将成为演出不断打磨进步的重要参考。

青年报记者 冷梅

# 沉浸式音乐秀 《双城之战》内测

## 观众化身“剧中人”现场拼贴专属叙事

### 沉浸式体验升级 深度玩家直呼过瘾

“眼前福根酒吧的氛围还原度真的很高,像是直接从动画里穿越而来。但是我很快做出选择:是跟上蔚,还是留下来看范德尔。”首轮内测场的现场观众回忆道。

在约120分钟的沉浸式演出中,20余名演员穿梭于上下两层舞台空间,在数十个变幻场景中同步推进多条故事线索。这里没有固定的舞台焦点,亦不存在唯一叙事权威——观众被赋予完全的“观看自主权”:既可追随某一角色的命运轨迹深入情节,亦可自由游走于场景之间,在片段相遇与时空交叠中,逐步拼凑出属于自己的“双城”叙事。

《双城之战》由腾讯视频、腾讯游戏出品,上海文广演艺集团等单位联合出品,英国沉浸式戏剧先锋 Punchdrunk 联合制作。众所周知,Punchdrunk也是沉浸式戏剧鼻祖《不眠之夜》的制作出品方。

《双城之战》历经两年筹备,制作方跨越多个国家进行选拔,最终集齐了一个由专业舞者、戏剧演员、音乐剧演员组成的国际

化演员阵容,他们让整个“双城”世界变得鲜活动人。

不少观众对角色的还原度表示认可。“最震撼我的是‘金克丝’本人。你能从她的步态、神经质的小动作,甚至语调的微妙转变中,清晰地感受到一个真实的灵魂。”这种基于深度角色理解的表演,使得动画中的人物关系在真实空间中变得可触可感。

当表演发生在咫尺之间,观众与角色之间的关系也随之改变。“我被注射‘微光’后挣扎的舞者吸引了。他们的控制力与爆发力真的让我瞬间起一身鸡皮疙瘩。我从来没有想过,可以用舞蹈的方式,这样呈现超自然力量。”一名内测观众如是说。

### 内测阶段开启 与观众“共筑双城”

谢幕环节来临时,观众终于可以解锁封存的手机,记录返场时刻。主舞台上,所有演员重新汇聚在同一空间,《孤勇者》旋律响起,不少观众自然加入合唱。对经历了两个小时探索的观众来说,这更像一次情绪的集中释放。无论是否为原IP的忠实受众,当熟悉的旋律在浸入式的叙事时空里再度响起,每个在场者都在这片声场中完

成了对“英雄”“抗争”与“共存”的自我诠释。

作为内测演出,作品仍在打磨之中,也将共同见证一个“生长中”的现场。目前,已有不少观众表示,希望多刷几轮演出,补全不同的故事路径:“第一场跟了凯特琳,下次想去看看杰斯的线。”

这种“一次看不全、常看常新”的体验设计,正是《双城之战》设计的反复观看逻辑。一场演出,只能捕捉到故事的一个切面。唯有通过多路径、多视角探索,观众才能真正拼贴出“双城”世界的全貌,从而更深入地理解制作团队在每一处光影、音效与动线中埋藏的用心。

随着沉浸式音乐秀《双城之战》内测开启,改造一新的上海宾馆辅楼将成为一个演艺样态的新现场。而该项目的长期驻演也将在2026年元旦后开启。依托世界级IP,通过沉浸式交互戏剧体验探索“演出+酒店”的业态组合,“沉浸式+音乐”“虚拟+现实”“线上+线下”的全新文化体验也将构建一个崭新的演艺形态和多元消费场景。它能否再创《不眠之夜》塑造的票房神话?观众拭目以待……



《双城之战》海报。

受访者供图

## 再续约! 这家老牌音乐厅靠什么获得市场认可?

青年报记者 陈宏

本报讯 96岁的上海音乐厅1月22日宣布,将与已合作9年的冠名品牌凯迪拉克继续携手,开启第三轮的战略合作,新一轮合作为期三年。在充满不确定性的当下,这家老牌音乐厅靠什么获得了市场的认可?“9年里,我们敢于突破、勇于创新,让诸多‘不可能’变为现实。”上海音乐厅总经理方靓的话,或许是个答案。

上海音乐厅是中国第一座专业音乐厅,也是第一座由华人建筑设计师设计建造的西方古典风格建筑。这里不仅是上海市民心中连接东西方音乐的桥梁,更是中国文化与世界艺术交流的窗口。声名之外上

海音乐厅是一家自收自支的艺术机构,如何能争取到优质的合作伙伴,更好地让这座拥有文化价值的老建筑焕发新活力,音乐厅一直做着探索和努力。而做好做精音乐内容,并力求创新跨界,成为打动社会力量的关键。

音乐厅已经逐渐成为国际大师名团中国首秀、亚洲独家呈现的重要平台。从在巴黎奥运会开幕式上大放异彩的“雨中钢琴家”亚历山大·康托洛夫,选择将他的首次中国巡演首站落地于此,到英国合奏团呈现亨德尔德歌剧《罗德琳达》的亚洲首演,以及“卡门”最佳诠释者之一的女中音艾琳娜·嘉兰莎首次亮相上海;从德国“尼可和领航者们”剧团的亚洲首演,到推动本土艺术

创新、走向国际的自得琴社系列音乐会首演,再到大提琴家卡普颂——首位海外艺术家回归落地音乐厅……这些精彩纷呈的演出,共同见证了上海音乐厅的平台价值与影响力。同时,音乐厅也是政府对外文化交流的重要窗口,是国际一线品牌全球首发的优选平台。

曲高却不和寡,是因为音乐厅一直在推进公益惠民与空间开放,打造城市的音乐会客厅。音乐厅的公益品牌项目“音乐午茶”“大师公益”“银杏音乐会”等持续惠民演出,滋养市民文化生活,并助力年轻音乐人才的发展。其中,“音乐午茶”公益品牌十四载坚守,既滋养着市民的文化生活,更作为上海文化名片亮相历届进博会新闻中心;“银杏

音乐会”带领青年音乐人跟随凯迪拉克走进全国12座城市,彰显品牌人文情怀与高雅格调;“爱乐之旅”让近千名琴童登上舞台,助力艺术新生力量茁壮成长。同时,音乐厅持续拓展剧场的公共属性,对市民敞开更多区域。

虽然历史悠久,但音乐厅并未“倚老卖老”,而是持续推动创新破界与文化破圈,逐步成为行业融合发展的典范。自2021年起,国乐驻场演出“海上生民乐”已累计完成140场,成为全国演出行业文旅融合的标杆项目之一;创立的全国剧场行业首个聚焦数字技术的“数字缪斯——音乐科技融创节”,积极探索音乐科技与演艺产业结合的新路径,共创数字化音乐演艺新形态;打

造的3D Mapping墙体秀“光音的故事”以科技赋能艺术,实现线上线下“破圈”传播;推出的沉浸式VR体验《寻找秘谱:穿越上海1930》,以数字技术重构城市历史记忆。此外,音乐厅推出的一系列自制原创内容:音乐剧《四两青春》,音乐舞蹈剧场《水腔》《百鸟朝凤》……不断夯实其原创内容孵化能力。

上海音乐厅总经理方靓表示:“未来我们将继续以艺术为桥梁,深化文化‘破圈’、推动空间‘破墙’、助力创新‘破界’,让上海音乐厅既坚守历史底蕴,又焕发时代活力,成为兼具艺术魅力与文旅吸引力的城市地标,为更多人带去艺术的温暖与精神的滋养,为上海建设国际文化大都市持续注入动能。”