

这些日子,上海因为一座剧场而多了几分荣光。天蟾逸夫舞台现址设立100年,“天蟾”品牌诞生110周年——百岁“天蟾”,足以令这座城市为之骄傲。此番纪念,不像一场落幕的总结,更像一次郑重的重启。当“天蟾”喊出“好戏再唱100年”的时候,人们好奇的是:这样一座在中国戏曲史上留下深刻印记的剧场,将如何面向未来?本期上海文化Talk,记者与天蟾逸夫舞台总经理潘熠文深度对话。这位老资历的年轻当家人,对于“天蟾”的历史和未来,有着自己清晰而冷静的理解。

100年好戏连台 有一种风范叫“天蟾”

【文/青年记者 郦亮 图/青年记者 常鑫(除署名外)】

不只是“远东第一”

生活周刊:2026年是天蟾舞台现址设立100周年,天蟾品牌诞生110周年,“天蟾”何来?

潘熠文:我们一直有“老天蟾”和“新天蟾”之说。所谓“老天蟾”,旧址在现在南京东路的七重天宾馆。1916年,也就是110年前,当时上海滩最有名的京剧剧场叫“丹桂第一台”,由许少卿集资创立。后来许少卿另立门户,想再造一个压过“丹桂第一台”的剧场,就取名“天蟾”——因为“月精蟾蜍折桂枝”的典故。谁料这一叫,便叫了110年。

到了1925年,在天蟾逸夫舞台现址开始建造一个新剧场,当时叫“大新舞台”。该剧场在1926年2月6日开台。从1926年到1930年,“大新舞台”改过很多名字,但经营情况一般。也正巧,1930年“老天蟾”地租到期,要另觅新址。于是,“老天蟾”人马整体迁至此地。所以从1930年开始,我们这里就叫“天蟾舞台”,也就是“新天蟾”了。

我们今天看到的天蟾逸夫舞台其实是1994年改建的。虽然变化不小,但仍保留了1926年时旧建筑的一部分,很多百年前的东西,我们现在还在用。

生活周刊:当年天蟾逸夫舞台凭借什么成为“远东第一剧场”?

潘熠文:当时有两句话最能说明它的分量。一句是“远东第一大剧场”,另一句是“不进天蟾不成角儿”。后一句好懂——所有的角儿,都必须在“天蟾”唱红了,得



周信芳演出《明末遗恨》后台留影。

上海京剧院供图

到了上海观众的认可,才算真正成角儿。不光京剧的角儿,各个戏曲剧种,都得在“天蟾”得到观众的认可才行。至于“远东第一大剧场”,当时剧场的恢宏,现在已经看不到了。当年的“天蟾”有3900个座位(现在的上海大剧院也不过1600个座位),4层楼——难以想象的规模。据一些老同志回忆,当时在剧场看戏,坐在三、四楼就只能看到演员的头顶。这规模也折射出当时上海戏曲的兴盛。这么多的座位,各个社会阶层的人士都能容纳,上到达官贵人,下到黄包车夫,都能够在这个剧场获得文化上的满足。这就是所谓“天蟾”的“场域”吧。

神奇的“捧角儿”机制

生活周刊:还是来讲一讲“不进天蟾不成角儿”这句话。我们知道,很多大家名角儿都是在天蟾舞台上成名的。在您看来,当时中国戏院千千万,为什么偏偏“天蟾”扮演了这个角色?

潘熠文:我可以说的有一点是,从梅兰芳到周信芳,当时京剧的四大名旦、四大须生,确实都是在“天蟾”唱红,然后影响到全国的。当时的“天蟾”名家荟萃,梅兰芳、程砚秋、荀慧生等轮番登场,热闹非凡。

1926年开台的时候,就是荀慧生来一起揭幕的。剧场和这些角儿,真的就是“你中有我,我中有你”的关系。我们互相扶持,互相依托,谁也离不开谁。今天的演员则更是如此。不管是“梅花奖”还是“白玉兰奖”,很多作品是在“天蟾”接受观众的检验的。所有戏曲院团和演员,他们来上海演出的首选一定是“天蟾”。这就是“天蟾”百年底蕴的魅力所在。

生活周刊:“天蟾”有一套神奇的“捧角儿”机制,用现在的话说,就是发现人才和培养人才。“天蟾”到底是怎么做的?

潘熠文:前面讲到“天蟾”的“场域”,说到底,是剧场与城市的关系。上海这座城市,对于戏曲演员是非常宽容的,总是给予肯定和赞赏。经常会有人说“到天津戏难唱”,因为天津观众很懂戏,唱错了,人家不惯着你。但在上海,这一点就不太一样。无论是什阶层的人士,他们坐在“天蟾”里,对于外来的演员都是很欢迎的。“天蟾”的观众总是给予他们热情,这种热情甚至高于对上海本地差不多水准的演员。

即使演员在台上有一些瑕疵,“天蟾”的观众也会给予鼓励。在这样的包容下,演员来上海演出,心里特别踏实。是上海这座城市培育了这样的观众,这些观众走进了剧场,和剧场一起给了演员更多的肯定、鼓励和支持,也促使演员一步步往前走。



1931年,天蟾舞台外景。

上海京剧院供图

城市的托举,给了“天蟾”长寿基因

生活周刊:您曾经说过,“天蟾”之所以在中国戏曲史上留下浓墨重彩的一笔,除了好戏名角儿之外,还因其“精神底色”。可以具体谈一谈吗?

潘熠文:天蟾逸夫舞台作为城市的一部分,始终承担着剧场应有的文化责任。在历史进程当中的每一环节,它都深深地参与其中。

这100年是时代剧变的100年。“天蟾”一直以这座城市主人的身份参与其中,它从来没和这座城市脱过节,也没有离开过人民的视线。“天蟾”的文脉从未断过。有些事情是口口相传、潜移默化的,从祖辈到父辈再到自己,这样的经历,渐渐形成了共同的记忆,或者说,是一种文化烙印。“天蟾”就是这样的文化烙印。在所有人的印象里,“天蟾”是演戏的地方,在上海看戏,第一个想到的就是“天蟾”。上海是一座海纳百川的城市,而戏曲演出是需要交流的,需要我们的艺术家走出去,需要外地的艺术家走进来,在这几年当中,我们很好地扮演了这样一个角色。

生活周刊:百岁“天蟾”应该算是长寿的了,您觉得它的长寿基因主要有哪些?

潘熠文:我们不轻视任何一场演出。这是我们“天蟾”贯穿了100年的态度。说到长寿基因,就是这句话——“为民而歌,歌民所歌”。就是以人民为中心,我们



“天蟾”从未离开过人民,从未离开过观众,从未离开过院团和艺术家,我们是为他们服务的。这100年其实要说有什么特别之处,那就是我们始终坚持这点。我们的核心竞争力,就是天时地利人和。“天时”就是这100年的历史,悠久的传承;“地利”就是我们有非常好的地理位置,这对剧场来说至关重要;“人和”就是这些年我们和上级单位上海京剧院形成了一种“场团合一,双向奔赴”的共赢。对于上海京剧院来说,他们有了一个文化演出的主阵地,而对“天蟾”来说,我们背靠京剧院,能确保自己的定位不发生偏差,并且可以获得大力支持。

生活周刊:天蟾舞台100岁了。作为今天的当家人,回望这百年历史,您觉得“天蟾”给中国戏曲史留下的最重要的经验是什么?

潘熠文:最重要的,就是传承。舞台上需要传承,舞台下也需要传承。观众,也要一代一代的传承。我们经常遇到这样的观众:他从小是爷爷带着来看戏的,到自己这一辈,又带着孩子来。第一次走进剧场,不知怎么喝彩,不知怎么叫好,也看不懂,就跟着周围的人学。第一次只敢坐着看,不敢鼓掌;第二次敢鼓掌了;第三次,就敢叫好了。这种传承,是观众之间的传承。而一个剧场,必须有足够悠久的历史,才能让这样的传承,一代代延续下去。

把年轻人请进剧场

生活周刊:现在的年轻人天生具有互联网基因,做什么事都在网上,很少到剧场看戏。作为一座百年剧场,“天蟾”如何吸引更多青年人走进剧场,走近戏曲?

潘熠文:当下年轻人的选择非常多。但从我们在



天蟾逸夫舞台总经理潘熠文。

+ “天蟾”从来没和这座城市脱过节,也没有离开过人民的视线。“天蟾”的文脉从未断过。

剧场里观察到的情况来说,特别是京剧和昆剧,观众几乎全是年轻人。这和我20多年前刚进剧场工作时不一样。我非常感谢互联网对传统艺术,以及对戏曲艺术传播所发挥的作用。如今年轻人接触社会、获取知识,主要都靠互联网。所以说,互联网的功劳很大。

当然,即便有了互联网传播,如果青年人不喜欢,也没有用。所以关键是我们的传统文化,特别是戏曲,要能牢牢抓住年轻人的心。我可以非常自信地告诉你,中国的戏曲艺术,论舞台表现形式,依然是最佳的,依然是那颗皇冠上的明珠。它的综合性,它所传递的中国人共有的情感……它依然是最好的方式,没有平替。但就看戏这件事来说,不能只留在互联网,还得走进剧场。剧场是一个场域,也是一个文化空间。我们剧场经营者应该思考如何引导年轻人,吸引他们走进来。这是我们的责任。

今年,我们会开展一系列纪念“天蟾”百年的活动,尝试各种“破圈”。到底什么是破圈?破圈了之后怎么办?我不认为年轻人走进了剧场就算破圈了。要让走进剧场成为年轻人的一种生活习惯。现在很多青年不是不愿意走进剧场,而是没有养成走进剧场看戏的生活习惯。看戏,还没成为像吃饭、喝奶茶、看电影那么平常的事情。一旦养成这种习惯,我相信青年观众的增长会非常迅速。这也是我们剧场要努力攻克的难题。

生活周刊:近年天蟾逸夫舞台在“破圈”和吸引青年观众方面,到底做了怎样的尝试和突破?

潘熠文:我们做了很多针对年轻人的尝试。比如文创,去年我们做了一个“绿马”,其实是《锁麟囊》里的道具。今年还会做更多视频,用多媒体呈现年轻人喜欢的内容。我们也提供场地,让年轻人来这里分享他们眼中的戏曲,形成一个交流与分享的氛围。戏曲只有让年轻人真正参与进来,才可能有未来。

百岁“天蟾”要做面向未来的剧场

生活周刊:100岁“天蟾”的新生接班人怎么培养?有什么青年骨干?是否带来应对新时代的运营新观念、新做法?

潘熠文:我主持天蟾逸夫舞台工作已经11年了。

2015年那个时候我面临的最大问题就是新老交替。当时一批老员工到龄,差不多在同一年退休,而且是断层式的——他们一走,剩下的就直接跳到三十几岁了。这给经营和管理造成了非常大的压力。此后,我特别注意培养青年一代。从2021年重新开台之后,我们陆续进行了二十几个年轻人。我们一共才40名员工。我非常有意在做这件事情。

我经常和管理层说,我们团队的平均年龄应该以服务对象为标准。如果我们希望服务的观众平均年龄在三四十岁,那团队的平均年龄也应该接近,特别是一线员工。否则,观众想要的你满足不了,因为你不知道他们想要什么。未来剧场的竞争还是人的竞争。“天蟾”要让好戏再唱100年,靠的是人。

生活周刊:对于天蟾逸夫舞台未来的剧场定位、运营方式、硬件升级等,您有哪些思考?在您看来,一座“属于未来的剧场”应该是什么样的?

潘熠文:先回答第一个问题。我们主要是抓两点:提升观众的观影体验,以及提升表演者的表演体验。所有工作,都牢牢对标这两个体验。只要是能够提升体验的,我们都做。比如在这次修缮过程中,我们花了很多心思在舞台设备上,尤其是音响。因为这座剧场是老建筑,有很多客观条件无法改变,但我们依然通过设备调试,让音色状态、声音效果达到最好。

至于第二个问题,“天蟾”的未来,最关键的就是两个字——“品牌”。如果只固守在一座剧场,局限性太大。我们剧场比较小,中型剧目或许还能承接,但大型剧目就进不来。未来,我们不一定局限在自己的剧场。我们可以做戏曲生态的建设者,只要是对于建设戏曲生态有益的,我们都愿意做。因为把生态和市场做好了,将来我们就是最大的受益者。

只要把“天蟾”这个品牌做好、做响,将来会有很多演出,我们就可以在其他剧场去做。我们甚至也可以输出品牌——比如到外地去演出,用“天蟾”品牌,由“天蟾”主办。

我想,我们可以尽可能地展开想象,然后去实施。毕竟,“天蟾”和观众,和这座城市有着跨越100年的深厚渊源。