

视点
事件

商务楼宇中的“演艺新空间”

THE BOXX 徐家汇：
瞄准 Z 世代文化消费新生活

文 / 记者 张文菁 图 / 张文菁 资料

立足都市型全域旅游特质,上海持续打造市民“家门口的好去处”和“演艺新空间”,在近日公布的 100 个上海市民“家门口的好去处”和 100 家“上海演艺新空间”名单里,徐汇上榜的有包括康健社区体育公园、66 梧桐院邻里汇、嘉澜庭和武康大楼源点广场等在内的 10 个“好去处”,以及包括上音歌剧院、上海沪剧院和宛平剧院等在内的 6 家“演艺新空间”。

其中,位于徐家汇商务楼宇中的 THE BOXX 颇为引人注目。作为沪上首批也是我区唯一获评的楼宇内的新演艺空间,聚合了音乐、脱口秀、喜剧、街舞、时尚健身、虚拟偶像等潮流文化热点,入驻两年,它已悄然成为了一个 Z 世代年轻人心中社交、减压、娱乐

放松的好去处。

商务楼里的喜剧街区

工作日晚上 7 时,天钥桥路 123 号城开 YOYO 的入口涌进了三三两两的年轻人,通过自动扶梯越过二楼、三楼正当饭点的餐饮店,他们转身搭乘直达电梯,目的地都是 7 楼的 THE BOXX,且都是为了去看一场晚上 7 时 30 分开场的脱口秀。

这个 2019 年落户徐家汇的白色盒子,瞄准如今年轻人爱好的“新三件套”,正努力构建一个商旅文融合发展、共生共赢的新生态。

“对于现在的年轻人而言,有三件东西基本上是必修课,第一是精品咖啡,上海的年轻人都爱喝精品咖啡,第二上海的年轻人基本会看脱口秀,第三

上海的年轻人基本都会去玩沉浸式的剧本杀,或者体验沉浸式的剧场表演。” THE BOXX 创始合伙人黄维告诉记者。

剧场入口处摆放着“认真防疫,安心观演”的指示牌,通过微信扫码进行实名登记,出示随申码、测量体温后即可入场,年轻人对这套流程显然已非常熟悉,剧场门口没有人群滞留,而在 300 平方米的小剧场内,大部分的座位已经坐满。因为不对号,前排位子先到先得,不少观众不到晚上 7 时便已入场。一些“社牛”更是早早占据第一排,期待着参与这场秀。

一对刚认识不久的年轻情侣告诉记者,这里吃饭、看脱口秀一气呵成,比看话剧省钱,还轻松不尴尬。另一位一个人来观演的女生有些小抱怨,没找到直达电梯,商场进来转电梯总是等不到,她只好先乘到底楼再上来,不过在徐家汇除了看电影、话剧还可以看脱口秀,她表示选择还是挺多样的。

“2021 年我们在徐汇着重打造喜剧街区,引进了包括贰叁叁、猫头鹰、笑乐汇等重量级喜剧厂牌,贰叁叁和猫头鹰长期固定在这里驻场演出,这里已经成为了徐汇区脱口秀的根据地,为观众解压的同时也带去了快乐。”黄维介绍,THE BOXX 着力打造的 IP 是“沉浸式的文化消费目的地”。“年轻人都愿意到这里来感受一下,现在一年差不多有 400 多场演出,疫情限流导致座位减少,还会造成‘一票难求’的情况。”黄维说。

新人新作的实验场

THE BOXX 徐家汇其实远不止是一个小剧场。记者在现场看到,这里有线上预约的健身品牌“超级猩猩”,也有颇具复古设计感的小卖部,还有圈内知名的录音棚;复合使用的空间还是喜剧工作室和编曲工作室,可以随时录制音频节目,还有脱口秀演员招募、培训和孵化的舞台。年轻人如果对脱口秀创作和表演感兴趣,“开放麦”就是一个新人新作的实验场。

段子好不好笑,能不能引发共鸣?敢不敢上台表演,即兴互动能不能镇住全场?新人可以先在小场子里锻炼热身。黄维告诉记者,当年脱口秀大会上的不少新人就是从这里起步,“我们觉得现在的年轻人需要多元化的文化消费空间,活力、快乐和数字化是 THE BOXX 的三个关键基因。”

据介绍,THE BOXX 徐家汇是上海第一家 5G 覆盖的演艺空间,当时做了一场异地联动,演奏同一首曲子却无任何延时。剧场内还有上海市中心第一个商

用化的全息屏,可以进行虚拟偶像演出。

THE BOXX 徐家汇的门头上写着查理·卓别林的一句经典名句:没有笑声的一天,是被浪费了一天。“谁能抓住快乐,谁就能把握年轻人的市场。”去年 10 月,均瑶文化和 THE BOXX 签署了战略合作协议,均瑶文化董事长裴学龙在谈到文商互融时表示,要用年轻人喜爱的方式,深度渗透市场。黄维透露,从票房数据来看,THE BOXX 目前在上海排名第二,仅次于笑果文化。

文化消费多元探索

在当晚的脱口秀舞台上,一位主持、四位演员的开场互动就引来了笑声不断,暖场之余也把观众带入了轻松观演的氛围中。一个半小时的演出票价从早鸟票 120 元到 150 元,49 元的“开放麦”则提供了另一种体验和选择。演出结束后的福利抽奖和全场大合影环节,打破了传统剧场空间上台下的距离感,给予了年轻观众更多的参与感和互动体验。

据介绍,在疫情期间,THE BOXX 还牵手腾讯音乐,开启了线上直播原创音乐演出《原创派对直播季》,联合 50 位原创音乐人、乐队落地近 20 场线上直播演出,为观众带来了大量的优质音乐内容;运用 5G 直播和动捕技术实现了异地联动直播虚拟偶像演出;联名音乐美学品牌 ARK MUSIC,成立 ARK BOXX,服务优秀音乐创作人与制作人,为音乐圈产业链服务及孵化提供线下场景,并深入音乐圈层,尝试在音乐数字版权领域进行探索。

“文化其实是可以带动消费的,现在的年轻人有一个很大的特点是愿意为他喜欢的东西买单。”黄维告诉记者,他们在徐汇区尝试把演艺空间植入商场楼宇,让文化与商业融合,在此过程中得到了徐汇区文旅局、区旅游服务和发展中心、区商务委和徐家汇街道等各部门的支持和帮助。

“营商环境特别好,工作人员上门办公帮助我们完成各项注册报批;2022 年我们会和均瑶文化深度合作,在徐汇区再开 1-2 个空间,努力为徐汇的文化事业和产业发展添砖加瓦。”黄维说。

