

# 戲曲

## 章節

受訪者的戲曲觀看情況

成為觀眾的契機

考慮因素

溝通渠道

海報設計

表演後的聯繫

拓展觀眾群所需的行動

新趨勢和藝術科技

建構出色的戲曲節目

給中小型團體的建議

附錄

## 簡報頁數

80

81

82-84

85-86

87-88

89

90

91-93

94-95

96

97-100



在所有戲曲類型中，是次研究的受訪者主要觀看粵劇。他們均沒有在過去數年付費觀看其他類型的戲曲表演。



- 絕大多數受訪者以**成對/小組**的形式觀看表演。他們的同行者大多是朋友和家裡的長輩。
- 除了娛樂目的，大多數受訪者都意識到此藝術的**文化和歷史價值**。
- 大多數受訪觀眾透過觀賞戲曲表演了解戲曲。12個受訪者中，只有1個曾學習戲曲。雖然對戲曲的認識程度不一，但是所有受訪者都對**粵劇演員和後台工作人員（服裝/道具/舞台設置）表示讚賞和尊重**。
- 雖然觀眾欣賞戲曲的華麗台詞，但如果結合傳統唱腔，即使是用廣東話唱出，一些資歷較淺的觀眾亦會覺得難以理解，窒礙欣賞。
- **新冠肺炎**是阻止非活躍觀眾恢復觀看戲曲習慣的主因
  - 疫情下，不少過往熱衷參與的受訪者為避開人群，暫停觀看戲曲演出
  - 此外，由於戲曲並不流行，非活躍觀眾覺得**很難說服朋友一同參與**



“粵劇哩一個藝術，老實講雅俗共賞，可以好俗都有嘅。”

活躍戲曲參與者



“你知道**戲曲**背後嗰個文化，你就會覺得‘嘩，原來粵劇係有分咁多種類咁多嘢喎。所以講多啲佢裏邊嘅手工、文化、內涵。’”

活躍戲曲參與者

#活躍參與者：曾於過去一年觀看多於兩次戲曲表演（共訪問6人）；非活躍參與者：在疫情後中止觀看戲曲表演（共訪問6人）

受訪者大多在童年時期便受到戲曲的薰陶，並因受到朋友 / 家人的邀請而初次入場觀看演出。

### 播種階段

受訪者的童年經歷使受訪者不抗拒此藝術類型

家庭影響

- 家中長輩影響下的**習慣性參與**
- 部分名曲成為理解戲曲的切入點（如《帝女花》）

大眾媒體

- 電視上的**粵語長片**重溫
- **RTHK TV31**的文化及表演節目

### 再接觸的契機

朋友 / 家人

- 陪長輩去看演出
- 長大後，部分認識了志趣相投的朋友並建立了深厚的友情，由他們帶動進入劇場



“係個凝聚力囉。當你一班朋友聚埋一齊有共鳴感就會大家去做呢樣嘢。大家會有興趣一齊做。”

活躍戲曲參與者



大老倌/著名花旦因出色的表演和行業貢獻而受到認可，吸引觀眾入場。他們的名氣也有助與他們合作的戲曲新秀被觀眾所接受。

### 大老倌/花旦/演出團體

著名大老倌/花旦和知名劇團有質素保證，戲曲新秀則需設法讓觀眾知道他們亦有一定的功底。

#### 高參與意慾

### 大老倌/花旦

#### 精通基本功

- 所需技能: 功架, 造手



“我好深刻印象吳美英嗰日做一場戲，佢個功架，佢轉身啦，係用條腰去轉，個動作真係好輕盈。”

非戲曲活躍參與者

#### 擅長特定領域

- 所需技能：唱得好、打得好
- 能夠詮釋和呈現劇本的精髓

#### 成為行業偶像

- 所需特質：表現出對行業的奉獻精神
- 佼佼者：蓋明輝、羅家英、梁兆明

內地演出團體 - 在受訪者中口碑良好。

#### 中等參與意慾

### 新秀

- 三分之一的受訪者觀看過新秀的表演
  - 認為**新秀比賽較精彩**，因為在比賽下，新秀更能將他們的最好一面發揮出來
  - 在沒有知名粵劇演員同場的情況下，劇團可考慮**列出新秀的師承**增強說服力

戲曲中的語境和表達與現代語言大不相同。如觀眾對知名劇目有一些基本理解，將有助他們串聯劇情，減少各種理解障礙。

### 戲劇/劇本

觀眾需要花更多心力來理解和欣賞戲曲，因為大多數人都不熟悉對話中使用的語言、歌曲音調和動作

“我覺得睇粵劇其中一樣嘢就係要有想像力，例如馬鞭嚟度Fick吓Fick吓當騎馬，如果你細個唔睇得多或者你無留意，你就唔知個動作做咩。”

非戲曲活躍參與者



### 經典劇目

- 觀眾或傾向選擇經典和熟悉的劇目，因為他們已經對情節有一些了解，不至於不理解

“《帝女花》有文字功夫，同埋佢嘅劇本真係有歷史Backup，係有內涵嘅，無論係文學上面，歷史知識上面。”

非戲曲活躍參與者

- 他們樂於反覆觀看這些使他們易於明白的戲劇
- 雖然反覆觀看，他們也會留意製作上有否質素提升的地方
- 一般而言，他們不喜歡太誇張或太平淡的情節（情節缺乏起伏及驚喜）

“惡係會有報應，但係有時太多，會誇張化咗，等到最尾就一定係一個符合因果嘅結局。”

非戲曲活躍參與者

“我睇過一場改良咗嘅《再世紅梅記》，當時嗰個舞台佢效果真係好驚嚇，影住即係嗰個女主角李慧娘喺個棺材度跳出來囉，咁嗰啲燈光效果，最令到你真係好似睇緊電影咁。”

非戲曲活躍參與者

除了展現中國文化的戲曲和戲曲演員外，一些觀眾亦會欣賞戲曲服裝和頭飾的手工藝。場地是一個次要的考慮因素。

## 手工藝

- 吸引參與者的服裝（衣服+配飾）、化妝、道具和舞台佈景
- 這些細節足以證明**戲曲文化的博大精深**，亦能提醒觀眾，藝術家是如何將**知識/通俗代代相傳**
- 對於那些非常關注這種手工藝的人來說，他們會在選劇時**留意海報**，尋找這些元素

“睇戲曲，我係睇道具同埋睇舞台嘅，本身係鍾意睇啲啲裝飾。而家冇人做呢啲嘢；我知香港冇乜人做，我想了解，因為呢啲嘢已經失傳。”

活躍戲曲參與者

“因為有班好朋友好鍾意粵劇，而且佢地去大會堂甚至國內表演都有邀請我。有啲係唱子喉、有啲平喉。佢地戴假髮都要成三個鐘嘍，又要化妝。”

活躍戲曲參與者








## 場地

- 有**港鐵連接**很重要
  - **西九文化區**和**高山劇場**儘管位於市中心，但吸引力不大
- 前往**新光劇院大劇場**需要過海，不利於居住在九龍和新界的觀眾。如劇團能提供**接駁巴士**，則可減少不便

“我以前係住新光附近，所以多數喺嗰度睇戲曲。有時個場館出面好多老人家排隊擺免費飛嘍。”

活躍戲曲參與者

線下推廣方面，一些參與者願意花額外的精力到場取得海報。受訪者認為於人流高的地方接觸到的劇團廣告（如地鐵廣告）可提高可信度。

	大眾 → 小眾						
線下渠道	 港鐵廣告/ 廣告版	 香港電台 第五台節目	 香港電台 電視節目	 劇院	 印刷海報	 劇院LED顯示板	 通利琴行經銷點
活躍	★		✓	✓	★	✓	
非活躍	★	✓		✓	★	✓	✓

💡 港鐵廣告能表達可信度，因為只有大型團體才能負擔得起

“大劇團喺地鐵有廣告嘍，都好想會知道同埋原來係咁樣嘅，都有啲心想過去，或者唔係喺嗰個區都想去睇。”

活躍戲曲參與者






💡 退休人士/自由工作者有充裕的時間到訪劇院以獲取最新信息

- 新光戲院是戲曲的標誌，四周排隊的人龍和建築物本身都讓受訪者聯想到戲曲
- 就算在劇院內，印刷海報比LED顯示板有更高的可讀性，有利比較和挑選，效果更好

“我就去新光因為好多劇目。朝頭早一早落到去好多人派飛俾老人家㗎。見到老人家坐晒喺度等飛，我就會唸今日派咩飛呢。有咩劇目我咪睇吓囉。如果啱嘅咪入去聽吓囉。”

活躍戲曲參與者

朋輩影響是觀賞戲曲表演的重要因素——朋友的推薦和邀請對決定有很大影響。

	大眾				小眾		
線上渠道	 演出團體的 臉書（廣告）	 粵劇演員的 微信貼文	 場地節目 （經由康文署）	 城市售票網	 來自演出團體 的電子郵件	 演出團體 的網頁	 口碑
活躍	✓	✓		✓	✓	✓	★
非活躍	✓		✓	✓			★

💡 對年長的戲曲觀眾來說，Facebook 的影響力正在下降，因為資訊沒有整合，感覺太混亂

💡 受訪者擔心表演團體發出的電郵會落入垃圾郵件筒

💡 一些新手觀眾更依賴朋友的推薦，來幫助過濾一些“不好”的戲曲節目

★ 重要資訊渠道

✓ 提及的資訊渠道



設計海報時需考慮到觀眾對戲曲的理解程度各有不同。提供全面資訊十分重要，這樣才能向入門觀眾傳達當中的觀賞價值。

內容/製作團隊描述



劇目簡介

“呢個單張入面有幾套戲，佢每套戲都會大約講吓，有呢啲介紹嘅我都有興趣。”

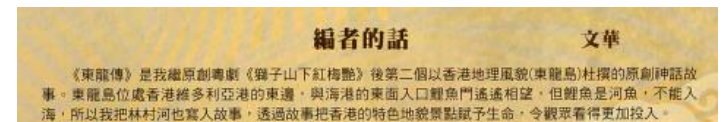
男性 · 42歲



心思投入

“有編者的話都有興趣，你睇得出佢好用心。”

女性 · 40歲



“除非你好熟個劇本，否則喺冇解說嘅情況下，都唔知呢個係一個粵劇表演。”

女性 · 40歲



知名人士

“佢會有埋呢啲係聽過吓個名嘅監製 (e.g. 龍貫天) 。”

男性 · 42歲



“好明顯係Sell人，但係可能我唔係咁熟，唔係太知道。”

男性 · 42歲

海報的視覺效果是驅使觀眾拿起傳單並探索更多資訊的首個觸發點。它的設計起著至關重要的作用。

## 設計



## 顏色

“因為第一佢印刷真係好精美，單面四色，喺一堆poster入面，呢張立刻吸引到我。佢會擺成咋喺度㗎嘛，大堆頭入面咁樣先會吸引到你去搵。”

男性 · 54歲



## 和卡通相比，更喜歡真人

“你講咁耐我都唔知係講緊大戲囉，似話劇多啲呀。”

女性 · 57歲



## 賣點



## 展示傳統服飾，而非現代衣服

“你淨係個頭飾啊，各樣嘢都唔同晒。”

男性 · 48歲



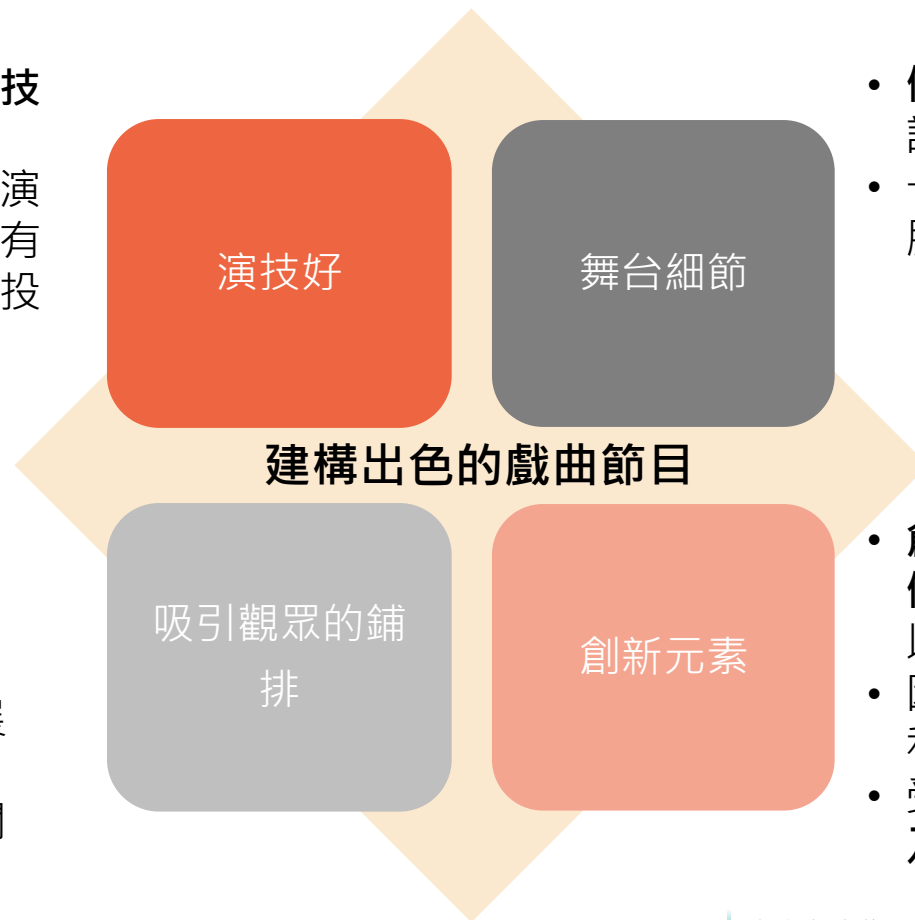
“我唔會睇《粵劇特朗普》。我之前去過個中心度睇粵劇，起碼仲有好厲害嘅衫。”

男性 · 48歲



# 綜合受訪觀眾的意見，一齣好的戲曲表演應該包含良好的演技、精緻的舞台設計細節、合適的創新，及能讓觀眾投入的鋪排

- 大多數受訪者將**知名粵劇演員和演技好劃上等號**
- 他們期望一個著名的演員有精湛的演技（功架、造手），在特定領域上有專長（唱得好、打得好），並十分投入，才能獲得大家的信任
- 重編劇本和編寫新劇本時，**避免沉悶或過分誇張的情節**。
- 向觀眾提供有關演出的背景資料，例如以下：
  - **新手觀眾**：情節介紹、演出時展示字幕、演員介紹
  - **已有一定觀賞經驗的觀眾**：有關劇情的歷史背景




- **傳統服裝、配飾和化妝**對戲曲表演來說是獨特而必不可少的。
- 一些有經驗的參與者會將精緻的戲曲服裝和頭飾視為演出**質素的指標**。


- **創新元素**雖然備受青睞，但不應歪曲**傳統文化**。兩者應**相輔相承**，並應用以將表演提升到更高的水準
- 因此，通過藝術科技來產生投影背景和生動的舞臺效果獲得受訪者的支持
- 受訪者**不喜歡劇本缺乏中國文化元素，及線上串流**，因其削弱了現場感




“戲曲劇本係好考究文字功夫，同埋有有歷史背景back up。佢唔係天馬行空嘍，亦唔係齋講家仇國恨。即係等於人哋話鍾意睇金庸小說，因為金庸小說好睇就因為有歷史背景呀嘛。”


觀眾享受與演出團體/戲曲演員互動，也願意加入成為劇團的會員，但他們希望入會會帶來一些好處（例如票務折扣）。


 推薦給朋友

-  訂閱電子通訊
- 大多數人不拒絕電子郵件通訊
  - 他們也接受在門票交易時徵求同意

-  建議 – 會員計劃
- 有些人會希望加入會員計劃，在持續購票支持時提供折扣
  - 其中一人提到希望有**跨團體的門票套餐**，這會鼓勵他嘗試觀看其他團體的演出

在社交媒體上讚好/追蹤

-  需
- 需提供**二維碼鏈接的替代品**，因為少部份人擔心二維碼會導向不安全的網站
  - 考慮創建**微信帳戶**，因為少部份人提及他們經常使用來看朋友分享的資訊
  - 有些人因社交媒體上的資訊過度而感到困擾，需要提醒他們打開**相關頻道的通知功能**，以便吸引他們繼續關注

-  建議 – 演出後的互動
- 粉絲渴望**一對一的互動**（例如拍照、簽名）

### 建議

- 戲曲受訪者不介意與演出團體有更多互動，並跟上他們的最新發展
- 部分甚至想更進一步成為會員
- 此外，他們渴望與劇曲演員進行更多的互動

→ 演出團體可以更多建立**貼近觀眾生活的接觸點**，來促進他們與觀眾之間的交流

# 持續教育大眾，提升他們對此藝術的興趣對戲曲普及尤其重要。



## 首要挑戰 – 觀眾群增長緩慢

- 許多受訪者覺得邀請對戲曲不感興趣的配偶/孩子/朋友觀賞戲曲很困難，因為他們對戲曲的了解有限，並認為此藝術過時。這對行業從業者來說，意味著拓展觀眾群的挑戰

→ 教育市民相關的知識，從而淡化過時形象，以鼓勵嘗試參與



“好難叫個朋友一齊去睇粵劇。唔同電影，電影好簡單呀，睇特技，坐個零鐘頭睇一個新故事。但係粵劇舊嘅戲目，佢都知係咩故事嚟，但佢又唔係要睇造型呀，功架嗰啲。”

活躍戲曲參與者

大眾宣傳

降低觀眾入場觀賞門檻

### 前期推廣

#### 學校層面

##### 1. 融入戲曲相關知識

- 以**有趣活動**引起興趣（例如面譜設計）

##### 2. 邀請演出團體到學校進行**小型表演/互動**



“其實我覺得易入口好啲好囉，你夾硬套驚天大製作，好似《帝女花》咁樣，全場睇晒三四個鐘頭，小朋友真係唔知做乜。其實嗰啲面譜呢，啊仔個視藝堂都有介紹。”

活躍戲曲參與者

#### 藝術團體的層面

##### 1. 運用**年輕的戲曲人才**（如：梁心怡），拉近與年輕人的距離。但目前，戲曲界的新秀比較難以在社會上建立名聲

##### 2. 鼓勵，甚至製造**跨代參與機會**

### 大眾宣傳

#### 劇場外

##### 1. 透過港鐵/巴士站廣告牌等大眾渠道作進一步宣傳

##### 2. 從不同方面介紹戲曲以帶動對戲曲整體的理解



“你可以介紹幕後花絮，或者嗰個文化背景。你唔使即刻講個大戲嘅，你慢慢講個由來，由最簡單嘅開始，慢慢講返背後原因，用一種新式嘅宣傳。”

活躍戲曲參與者

#### 劇場內

##### 1. 公眾工作坊/開放日/討論區能鼓勵**互動**和提供豐富的與戲曲相關的信息



“我要聽啲工作坊嘅活動嘅例如係有一個女演員，都係落妝咁，咦，見佢都好靚喎，化完個妝仲靚喎，有個對比，咁你就對佢有印象，覺得好吸引。”

活躍戲曲參與者

直接介紹戲曲相關信息的吸引力有限，大眾尋求更生動的形象和深入的了解

除了向大眾推廣，降低參與成本（時間+金錢）及幫助新手觀眾理解劇情，有助提升大眾首次參與的意欲。

大眾宣傳

降低觀眾入場觀賞門檻

### 適合新手觀眾

#### 1. 提供良好的首次觀賞體驗



經典戲劇（如《六國大封相》、《鍾馗》），新手觀眾可能已經在其他地方有初步了解



有信譽的粵劇演員（如蓋明輝、吳美英、龍劍笙、藍天佑）很好地呈現（唱+演）故事



“我覺得一個人如果開始睇大戲呢，佢初初睇要睇啲好睇嘅。如果第一次接觸嗰啲已經唱到好難聽嘅，你就唔會再睇。即係等於食嘢，你食完之後，覺得好好味你就會返尋味。如果難食呢，就唔會再試。”

活躍戲曲參與者

#### 2. 表演前劇情介紹

#### 3. 表演有字幕，雖然有部分人會擔心因分心而破壞觀賞體驗



“因為粵劇有陣時你明知道佢嘅字係咩字，呢句唱出嚟嘅音同你講嘅時候唔同，你都係聽唔明㗎。”

活躍戲曲參與者

### 降低參與成本

1. 除了做到好戲元素，劇團可發放免費門票，鼓勵更多人嘗試

2. 預留熱門表演場地的周末時段



“如果喺禮拜六日，呢啲場會俾大團，細劇團永遠攞唔到場。咁永遠有可能吸引到人去，好多人週末先可以去。”

活躍戲曲參與者

3. 跨藝術形式套票，以吸引其他藝術形式的藝術參與者



“如果鍾意睇嘅，咁你\$200-\$300，都可以接受嘅。但係有時啲大團，譬如新光，賣超過\$500都會有。...一套買可以平返。”

非活躍戲曲參與者

4. 提供時長較短的表演（少於 2 小時）



“睇全場足足兩三個鐘頭，未必啦，我哋而家坐住，焗住都其實唔係咁舒服，亦都係呢個原因，就算疫情開返我都唔想入劇場住。”

非活躍戲曲參與者

對於現有觀眾來說，套票可讓他們接觸更多不同的表演場地、劇團和戲曲演員。互動環節也可促進觀眾對戲曲的理解。

### 參與

- 圍繞「互動」和「加深對戲曲的理解」設計噓頭活動
- 互動可以是工作坊的形式，適合各個年齡段



“例如你一定要搵個大佬信，例如羅家英，見到真人呀，聽到把聲呀，突然之間就好吸引。同埋有啲嘢玩吓囉，例如一家大細玩掬水髮啊咁。”

活躍戲曲參與者

- 現有參與者也希望更多地了解戲曲和劇目，劇團可為他們提供指導。劇後分享/賞析會是很好的機會。



“我哋已經有接觸，要再去提高興趣睇嘅話呢，可以講多啲深入啲，即係，劇目背景係乜嘢呢，even講返叫你留意邊段戲，或者邊啲特別，邊啲功架，大家留意啲，咁你會識得睇得仔細。”

非活躍戲曲參與者

### 票務

- 跨演出團體的捆綁套票
  - 鼓勵參與者嘗試入場欣賞他們沒看過的劇團



“舉例，油麻地戲院輪流Part唔同嘅新秀，咁你多啲觀眾會接觸到，又有多啲機會俾唔同嘅新粵劇演員去試。”

非活躍戲曲參與者

- 捆綁跨場地套票，特別是油麻地戲院和高山劇場
  - 這些場地通常間中有新秀比賽/演出。套票策略為觀眾提供了嘗試的動力。



“我想問有冇可能做到的劇場可以做到季票？佢推一個季度票，咁季度裏面，你買咗可以換飛去睇，咁可以每次都有唔同嘅團或者唔同嘅劇目去做。”

非活躍戲曲參與者

- 保留「早鳥」優惠

### 場地

- 戲曲中心可舉辦「開放日」，讓受訪者更了解傳聞中的先進舞台設備和其宏偉形象，以吸引觀眾前往觀看演出
- 保存穿梭巴士服務，並改善接載流程

# 戲曲觀眾歡迎創新和添加現代特色到戲曲表演中，他們特別期待應用藝術科技來豐富舞台表演的效果。

## 科技的使用

- 與其他表演藝術形式不同，戲曲觀眾對藝術科技的接受度最高，樂於嘗試「新事物」
- 大多數受訪者期望使用科技可以改善舞台效果（例如燈光/投影）
- 有觀眾提及最近建成的戲曲中心設備全面先進，一些受訪者認為這些特點能使其成為具有科技元素表演的好地方。
- 一位參加者提到，3D投影可能是向年輕觀眾介紹戲曲的方式之一。

## 與名人合作

- 大多數受訪者歡迎與知名流行歌星合作（例如張敬軒），認為能使戲曲形象更現代化及新潮。
- 一位受訪者引河國榮為例，說明有外國人參與在戲曲中很有趣。

### 受訪者如何看待藝術科技

#### LED照明/ 3D投影



“因為我在外國都有睇過嗰啲歌劇，佢可能用LED做一個大自然嘅天空啊，或者草原，前面都有返啲真實嘅佈景，咁其實再加埋燈光，跟住再加埋啲誇張嘅嘢，例如加埋3D投影。真係可以有呢樣嘢嘅，但係要好梳本。”

活躍戲曲參與者

#### 高科技元素



“你介紹俾一啲30零歲睇，原來加埋高科技可以係咁樣嘅。如果係得傳統嘅服裝同埋燈光，你會覺得幾廿年都係咁樣，冇進步囉。其實唔係冇進步，有啲要保留，但係可以加埋新科技落去等多啲人知道原來粵劇可以做到咁樣都得㗎㗎。會唔會係咁樣會吸引到啲人？”

活躍戲曲參與者

### 藝術科技應用的實例



- 南音被認為是平淡的故事敘述，因此對有些人來說是乏味的
- 除了點綴和豐富舞台效果外，投影畫面可帶出故事背景



“以前南音好似對住本書咁樣讀。”

活躍戲曲參與者





並非所有製作上的創新都具吸引力。觀眾對新編劇本態度審慎。另外，他們對透過線上串流觀看戲曲表演亦有所保留。

### 新的原創戲曲劇目

- 受訪者一致認為新劇本有助戲曲界別的發展，否則，戲曲的表演劇目將局限於有限的傳統劇目
- 一位受訪者以《再世紅梅記》為例，說明現在的經典曾經也是新劇
- 重要的是劇本的品質。它需要在多方面下工夫來說服觀眾，例如：
  - 與知名的戲曲演員一起推廣
  - 劇本需建基於經過充分研究的歷史背景
  - 專業的舞台佈置
  - 保留傳統的戲曲服飾



“我以前都睇過原創粵劇，入到去睇唔可以。做乜鬼啊，好難理解啊，唔知做乜鬼咁。”

活躍戲曲參與者

### 線上參與

- YouTube 串流/重播整個節目對現時的入場觀眾及普羅大眾並無吸引力。
- 主因是聲音和解像度較差，缺乏現場感
- 然而，一些受訪者喜歡講述戲曲的歷史背景及情節的影片



“近排我都睇到幾個嗰啲Youtuber講過呢個《六國大封相》究竟係咩來源，即係個故仔究竟係點嚟，其實係一單案嚟嘅，用單案去講呢個名究竟點樣嚟，咁呢啲就有啲興趣囉。”

活躍戲曲參與者



“我好深刻印象就係吳美英嗰日做一場戲，咁佢個功架，佢轉身，用條腰去轉，個動作真係好輕盈喎。你睇DVD，睇4K 8K，你都唔會睇到呢啲咁細緻detail嘅嘢。”

非活躍戲曲參與者

中小型團體一方面可更廣泛地向公眾推廣戲曲，另一方面可透過鼓勵現有的戲曲觀眾入場和確保良好表演品質來獲得觀眾的認可。



面向大眾

#### 提高年輕人的興趣

- 鼓勵跨代參與
- 應邀參加學校藝術教育課程

#### 推出工作坊

- 向市民灌輸戲曲是一種文化的概念
- 宣傳團體本身和其大老倌/花旦——強調各持份者的努力，以免市民將這一文化遺產視作理所當然
- 從輕鬆有趣的主題開始，例如演員化妝前後對比



面向現有觀眾

#### 票務策略

- 通過特定場地的套票、跨藝術形式捆綁門票等幫助現有觀眾探索新的演出團體
- 提供免費門票鼓勵觀眾入場觀看他們沒看過的劇團演出，減少他們對觀看陌生劇團演出的猶豫
  - 投其所好 – 在一般戲曲觀眾常去的場所派發門票，包括：
  - 社區中心/民政事務總署辦事處
  - 沙田大會堂、香港大會堂
  - 另外，要注意免費表演的時間，以週末為目標

#### 培育新秀

- 幫助他們磨練演技（功架、造手、唱功、武打）
- 用知名演員為新演員宣傳，例如提及「師承」可能會引起興趣
- 將新粵劇演員聚在一起（可以是以比賽的形式），並用它來吸引那些願意支持新一代粵劇演員的觀眾

## 受訪者背景 (活躍戲曲參與者)

個人資料						參與藝術活動的情況			
性別	年齡	婚姻狀況; 是否有子女	職業	教育程度	家庭月收入	過去一年參與藝術活動數量	曾參與的戲曲種類及次數	在新冠疫情前有否參與非本地製作的藝術活動及佔總參與數目的百分比	
R1	男	48	單身/無子女	室內設計	中六/七畢業	\$30,000-\$39,999	3	粵劇; 3 次	沒有
R2	女	49	已婚/ 無子女	教育	副學位畢業	\$50,000-\$59,999	5	粵劇; 3 次 非粵劇戲曲; 2 次	有/50%
R3	女	45	單身/無子女	公證行	學士學位畢業	\$50,000-\$59,999	4	粵劇; 1 次; 曲藝演唱, 1 次; 未知類型, 1 次; 非粵劇戲曲, 1 次	沒有
R4	女	51	單身/無子女	網店生意	中六/七畢業	\$30,000-\$39,999	2	粵劇; 2 次	沒有
R5	女	57	已婚/ 有1名子女 (22歲)	非牟利團體	中五畢業	\$20,000-\$29,999	4	粵劇; 4 次	有/50%
R6	男	52	已婚/ 有2名子女 (15及17歲)	保險	學士學位畢業	\$60,000-\$69,999	2	粵劇; 2 次	沒有

定義:

「過去一年」指2021年7月至2022年6月期間;

「新冠疫情前」指2020年1月前的時段。

## 受訪者背景 (非活躍戲曲參與者)

個人資料							參與藝術活動的情況				
性別	年齡	婚姻狀況; 是否有子女	職業	教育程度	家庭月收入	過往一年有否參與藝術活動	新冠疫情前參與藝術活動的次數	新冠疫情前參與戲曲表演的次數	在新冠疫情前有否參與非本地製作的藝術活動及佔總參與數目的百分比	未來一年參與藝術活動的意向	
R1	女	42	已婚/ 無子女	物業管理	學士學位畢業	\$60,000-\$69,999	沒有	2	粵劇; 2次	沒有	非常高
R2	女	51	單身/無子女	工程	中五畢業	\$20,000-\$29,999	沒有	2	粵劇; 2次	沒有	頗高
R3	男	54	單身/無子女	印刷	副學位畢業	\$30,000-\$39,999	沒有	1	粵劇; 1次	沒有	頗高
R4	女	59	離婚/ 有1名子女 (30歲)	食品零售	中五畢業	\$30,000-\$39,999	沒有	2	粵劇; 2次	沒有	非常高
R5	女	40	已婚/ 有2名子女 (9及12歲)	健康產品零售	副學位畢業	\$50,000-\$59,999	沒有	2	粵劇; 2次	沒有	頗高
R6	男	42	單身/無子女	資訊科技	副學位畢業	\$60,000-\$69,999	沒有	2	粵劇; 2次	沒有	頗低

## 定義:

「過去一年」指2021年7月至2022年6月期間;

「新冠疫情前」指2020年1月前的時段;

「未來一年」指2022年8月至2023年7月期間。

## 本章附錄

## 相片來源

## Cityline 購票通

1張圖片 · 85頁 · 摘錄自：

<https://www.cityline.com/cinema/sunbeam.do>

## 香港藝術發展局 (賽馬會社區頻道)

1張圖片 · 94頁 · 摘錄自：

<https://jccc.hk/en-us/%E9%9F%B3%E6%A8%82%E6%95%85%E4%BA%8B%E9%8C%84%E5%83%8F%E3%80%8A%E9%AD%82%E9%81%8A%E8%A8%98%E3%80%8B/>

## 高山劇場 (康樂及文化事務署)

1張圖片 · 86頁 · 摘錄自：

<https://www.lcsd.gov.hk/tc/kst/index.html>

## 進念·二十面體 (撲飛)

1張圖片 · 94頁 · 摘錄自：

<https://www.popticket.hk/en/event/blind-musician-dou-wun>

## 香港電台

2張圖片 · 85頁 · 摘錄自：

<https://www.rthk.hk/radio/radio5/programme/tco>

## 聲輝粵劇推廣協會

1張圖片 · 86頁 · 摘錄自：

<http://www.singfaiopera.org.hk/>

## 星島頭條

1張圖片 · 87頁 · 摘錄自：

<https://hd.stheadline.com/news/columns/116/20220827/997209/%E5%B0%88%E6%AC%84-%E5%BE%90%E8%93%89%E8%93%89-%E9%81%B8%E6%BC%94-%E7%99%BD%E5%85%94%E6%9C%83-%E8%A7%92%E8%89%B2%E5%BD%A2%E8%B1%A1%E4%BD%B3-%E6%9F%B3%E5%BE%A1%E9%A2%A8%E5%A4%A5%E6%8B%8D%E6%9E%97%E8%8A%AF%E8%8F%B1%E6%9C%89%E6%96%B0%E9%AE%AE%E6%84%9F-%E5%96%81%E5%96%81%E8%AA%9E>

本章附錄

## 相片來源

新光中國戲曲文化 (*Sunbeam Spot*)

1張圖片 · 88頁 · 摘錄自：

<https://www.sunbeamspot.com/movie/770>



新光中國戲曲文化 (*Timetable*)

1張圖片 · 94頁 · 摘錄自：

<https://timable.com/zh-hk/event/1882839>



Tom Lee

1張圖片 · 85頁 · 摘錄自：

<https://www.tomleemusic.com.hk/en/>



Urbtix

1張圖片 · 85頁 · 摘錄自：

<https://www.urbtix.hk/>

