



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

音乐剧商业演出思辨

<http://www.fristlight.cn> 2007-05-17

[作者] 陈建华

[单位] 中央戏剧学院

[摘要] 戏剧演出的市场消费有它的特殊性，即它的消费是发生在消费行为之前，当观众购票时，他并不能够确切地知道自己将得到什么样的消费服务，虽然购票时已经形成了消费行为（付出了金钱），但消费服务却要迟一些的时候观众进入剧场时才开始。这段消费行为和消费服务之间的时间差，是观众进行戏剧演出消费的障碍之一，这一点可以从售票高峰总是在演出开始前30分钟左右形成得到证明。

[关键词] 音乐剧;商业演出;市场消费

戏剧演出的市场消费有它的特殊性，即它的消费是发生在消费行为之前，当观众购票时，他并不能够确切地知道自己将得到什么样的消费服务，虽然购票时已经形成了消费行为（付出了金钱），但消费服务却要迟一些的时候观众进入剧场时才开始。这段消费行为和消费服务之间的时间差，是观众进行戏剧演出消费的障碍之一，这一点可以从售票高峰总是在演出开始前30分钟左右形成得到证明。

[存档附件1](#)

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@fristlight.cn

