主管副总编辑 刘佳 主编 卢扬 美编 贾丛丛 责校 李爽 E-mail：hellobbt@163.com

超百场霸屏 线上音乐节到底有多香

疫情发生至今，多种形式的演出纷纷从线下转移到线上，音乐节更不例外。据北京商报记者不完全统计，自1月31日至今，国内已有超百场线上音乐节隔屏开唱，包括演出商、音乐版权方、在线音乐平台、视频平台等多方在内均是幕后推手。而在未来，还有更多场线上音乐节蓄势待发。随着线上音乐节的热度持续走高，该形式产品究竟能否在未来常态化运营并完善商业模式，也成为各方下一步亟待探索的领域。

热捧

寻觅线上窗口，成为当下各行各业的发展方向，此前偏重线下的音乐节也争相将演出搬到线上。据北京商报记者不完全统计，自1月31日起，国内已有超百场音乐节陆续在视频网站、短视频平台、在线音乐平台等相继开唱，参与演出的音乐人则达到了数百人。

超百场线上音乐节的汇聚，背后离不开行业内多个环节从业者的先后参与。其中既有国内大型线下音乐节的主办方如摩登天空，也有以音乐节资讯为主的平台如“音乐节RSS”，此外手握诸多音乐作品的版权公司如太合音乐、滚石唱片，以及QQ音乐、网易云音乐等在线音乐平台，哔哩哔哩、快手、抖音等视频平台，也均相继加入到线上音乐节的行列，形成一场全行业的线上狂欢。

或许在部分人看来，此前也有一些音乐节将线上实况同步直播到线上平台，此次音乐节集体转移线上并不是一件新鲜事，同时也失去了线下沉浸式的体验感。但仔细观察可以发现，疫情期间的音乐节在内容形式等方面均与此前有所不同，反而给了乐迷另外一种体验。

以摩登天空的“宅草莓线上音乐节”为例，直播期间不仅有此前演出的录制画面、音乐人即时的表演，更令乐迷感到兴奋的是，不少音乐人均通过线上平台展示了不为人知的另一面，如歌手满舒克向乐迷展示了自己的厨艺，新裤子乐队女贝斯手赵梦则在宣传新歌的同时，也对外分享了自己心仪的口红色号，此外还有的音乐人讲述了与其他成员和朋友的趣事。而在“宅草莓不是音乐节”上，音乐人宋冬野做起了传统春饼，歌手丁武则开起了美食课。

这些与众不同的画面也获得了较高的热度，其中“宅草莓不是音乐节”在5天时间里实现直播累计超100万人次观看，单日最高在线人数49万。摩登天空负责人表示，线上音乐节或许没有线下摩肩接踵的真实触感，但有更多空间呈现妙趣横生的体验。

解困

国内音乐节集体转移线上，从某种程度上而言，也是为当下音乐节举办方以及大量音乐人解困的方式之一。

疫情发生以来，据中国演出行业协会的不完全统计，2020年1-3月全国已取消或延期的演出近2万场，占一季度总场次的80%以上，造成直接票房损失便已超过2亿元。尽管其中音乐节的占比相对较少，但也有不少演唱会和巡演陆续取消，在一定程度上也影响到了音乐人的收入。

值得注意的是，中国传媒大学曾发布一份《2019中国音乐人报告》，数据显示，绝大多数音乐人仍生存艰难，近半数非学生音乐人的税前月收入在2000元以下，有1/4的音乐人税前月收入维持在2000-4999元的水平，月收入能达到8000-1万元的仅占5.89%，而月收入能达到1万元以上的则只有9.3%。与此同时，音乐直播则已经成为了音乐人收入的重要来源之一，占比达16%。

除此以外，另有公开数据称，目前超过80%的音乐节都处于亏损状态，且不少线下演唱会、音乐节由于自身市场影响力或号召力相对有限，同时因受到可容纳观众的座位数量或空间大小的限制，使得盈利状况存在一定的未知和风险。

尽管从此前上线的音乐节来看，不少均采用了免费观看的形式，尚未形成明显且稳定的收益空间，但乐评人王乐认为，目前线上音乐节还处于初期发展阶段，无论是产品设计还是商业模式均在摸索的过程中，假若一开始便采取人人均需付费的形式，无疑是给线上音乐节设置了更高的门槛，而当下的关键在于打开更大的市场，培育受众，并通过人们的反馈提高体验感，以帮助线上音乐节在未来能够获得收益。

此外，哔哩哔哩相关负责人表示，线上音乐节是受疫情催生的音乐新形式，未来还有很多可探索商业化的空间，可作为音乐厂牌、音乐人的补充收入，比如直播打赏、品牌方赞助和植入、在线演唱会直播付费等。

探索

截至目前，线上音乐节的热火仍未消散，各式各样的音乐节继续在多个平台上线，为乐迷带来更多场演出，同时音乐公司、厂牌和艺人对线上音乐节也有了更多想法。据摩登天空相关负责人透露，“宅草莓”的模式启发了公司对于借助直播平台生产产品的想法，并思考往后该如何进行商业化。

但同时也能发现，线上音乐节尚未完全解决的挑战与劣势也逐步显露出来，有待从业者实现进一步突破。在哔哩哔哩相关负责人看来，线上音乐节的主要挑战是来自线下的乐队、音乐人等很多合作方，之前还从未尝试做过直播，因此当受疫情影响的各方都宅在家中时，直播的开播、多人连麦、直播软件功能使用、线下乐器的收声等问题就成了阻碍。对此，B站直播与他们合作时会特地匹配专人为之做讲解，同时还会依据音乐专业人士的使用反馈，持续调整优化“云音乐”的直播体验。

而对于乐迷来说，越来越多的线上音乐节也逐步使其产生审美疲劳的感觉，并有评价称，“很多音乐节的形式和邀请的音乐人会存在重复”。王乐认为，这实际也反映出线上音乐节的模式有待进一步多样化，毕竟音乐类型是多样的，乐迷的需求也是多元的，线上音乐节也需要找到更多的发展形态。

北京商报记者了解到，现阶段部分平台正在筹划向音乐更多垂直品类进行发展。其中，哔哩哔哩目前已做了“B站宅现场”长期的线上音乐节内容策划，涉及到与众多音乐公司和厂牌合作，并融合了流行、电音、朋克、后摇、爵士、说唱、独立音乐、国乐等多种音乐风格和品类，计划持续输出线上音乐节内容。“对于每一个线上音乐节而言，布局的关键不仅在于提升技术以实现更好的体验感，更要找到自己的性格特点，有独特性才能有竞争力，才能对乐迷有持续且稳定的吸引力。”王乐如是说。

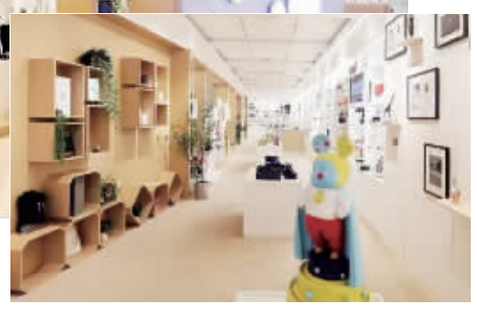
北京商报记者 卢扬 郑蕊

北京天桥艺术中心推“云剧汇”深耕文创产业链

北京商报讯（记者 郑蕊 伍碧怡）疫情当前，剧目虽未能如期而至，但艺术并不缺席。3月16日，北京天桥艺术中心宣布为进一步深耕和完善文创供应链，打造更成熟稳定的天桥演艺区文创产业，北京天桥艺术中心文创板块将推出“云剧汇”，并在即日起开启“云招募”计划。

据了解，“云剧汇”板块的“云招募”计划即日开始，至4月16日结束。“云招募”计划主要面向五类人群，分别为文创公司、创意设计公司、独立设计师、文创产品制造工厂以及具有创意的观众。北京天桥艺术中心相关负责人表示，“云剧汇”的合作模式主要以文创开发合作、设计委托、生产制作委托、创意征集等方式为主。

根据合作模式的不同，对招募对象也有不一样的要求。在文创公司方面，招募要求表示需要具有文创产品开发经验，能够把握演艺、艺术文创领域市场动态，掌握不同品牌调性和创意要点，能进行产品设计制作。而创意设计公司方面，则需要具备产品创意策划及提案能力，并根据特定主题提供产品创意方案及主题设计，北京天桥艺术中心表示希望创意设计公司能与其一同打造生活理念与艺术创意结合的系列产品。而在独立设计师的招募中，北京天桥艺术中心更倾向具备绘画、雕塑、综合材料、非遗手作等多元创作能力的设计师，为衍生日常暖心的文创产品做人才储备。从要求以及招募类型上看，此次招募更青睐与文创产品创意相关的人群，侧重为北京天桥艺术中心文创板块增加新活力，为文创人提供一个展示表现力的文创开发平台。



公开资料显示，北京天桥艺术中心作为北京天桥地区演艺文化资源的集中展示地，每年上演的各类音乐剧、戏剧、儿童剧、舞蹈、音乐会以及展览、艺术教育活动精彩纷呈，已成为京城演艺新地标。北京天桥艺术中心开业以来一直多维度探索剧院与空间经营创新模式，通过打造人文艺术空间和策划主题开放日，将艺术中心与公众生活方式紧密结合，通过多元创新的空间业务经营形式为剧场演出赋能，同时还重视对天桥文化价值的重新挖掘与再次传播。

2019年11月，在北京天桥艺术中心四周年庆开幕之际，天桥艺术文创线上和线下商店同时正式营业。据介绍，文创商店秉承“艺术融入生活”的理念，产品分为“剧·有品”“剧·有料”“剧·有趣”“剧·有益”四大板块内容，涵盖原创衍生品、剧目衍生品、艺术文创、童趣设计、戏剧书籍等相关艺术衍生品。此次推出新的文创板块，不仅丰富了观众的体验性和更多文创人的参与性，更体现出艺术中心融合其他业态的能力。

第十一届北京·南锣鼓巷戏剧节延长第一轮作品征集期

北京商报讯（记者 卢扬 伍碧怡）3月17日，受疫情影响，2020年第十一届“北京·南锣鼓巷戏剧节”主办和承办方蓬蒿剧场宣布第一轮作品征集结束时间延期至3月20日23时59分，第一轮入围公布日期延长至2020年4月上旬。蓬蒿剧场在延期公告中表示鼓励各位创作者在家静心创作，期待疫情过后，在戏剧节上绽放光芒。

公开资料显示，蓬蒿剧场是北京第一家民间非营利性小剧场，在民国四合院基础上改建而成，可容纳100人观看演出。自2008年成立以来，蓬蒿剧场每年演出约300场，沙龙、文学朗读、工作坊及讲座等公益性文化活动100多场。合计演出及活动2000多场，每年策划及组织2-3个大规模的行业内的戏剧节及论坛。

而“北京·南锣鼓巷戏剧节”是由蓬蒿剧场于2010年发起主办的国际戏剧节，也是北京第一个由民间剧场发起主办、政府支持举办的国际戏剧节。“北京·南锣鼓巷戏剧节”融汇戏剧、肢体剧、舞蹈、戏曲等多种形式的表演艺术。戏剧节除邀请国内外优秀、前沿剧场作品外，更注重戏剧创作的深度交流，高密度高质量的戏剧工作坊、思想与实践分享、剧场论坛等，是戏剧节的核心关注点。其中有400余部中外作品，加入了这个行列。

根据规划，第十一届“北京·南锣鼓巷戏剧节”分为文学剧场单元、新生单元以及青少年单元。据了解，2019年第十届“北京·南锣鼓巷戏剧节”文学剧场单元共征集到报名作品110部，最终入围41部。2020年第十一届“北京·南锣鼓巷戏剧节”将继续开设文学剧场单元，发掘当代那些能够走进内心深处、带来沦肌浃髓生命体验的文学剧作；新生单元则一直关注探索剧场新可能，鼓励创作者从心出发，勇敢探索，更注重对人与社会的思辨及关怀的主题。