

这个夏天 乐队们还好吗

2020年夏天是又一个属于乐队的夏天，各大平台不断推出乐队类综艺，如《乐队唱聊吧》《我们的乐队》等，由企鹅影视、哇唧唧哇等联合出品的知名综艺节目《明日之子》正在热播的第四季也将主题定为乐团季。综艺数量虽多，却少有爆款。乐队本身属于小众娱乐，多人组合的形式也难以让大众记住，乐队类综艺遭遇瓶颈。但在互联网时代，专业音乐平台的扶持和社交媒体的广泛受众可能成为乐队展示自己的新途径。

“乐夏”之后难有同类爆款

爱奇艺独播的综艺节目《乐队的夏天》曾在2019年夏天把原本属于小众的乐队带入了大众视野。从第二期起《乐队的夏天》就不断冲上微博热搜、知乎热度排行榜等社交媒体榜单，节目官方微博拥有超198万粉丝，微博话题“乐队的夏天”讨论量超485万，阅读量达到42.5亿。猫眼电影专业版数据显示，《乐队的夏天》猫眼最高热度达到9058，超5万人进行评论，综合评分8.8分。节目结束后的巡演也一票难求，公开报道显示，巡演武汉站的4000张预售票1分钟就宣告售罄。目前，节目第二季正在宣传阶段。

《乐队的夏天》的火爆证明了乐队市场的可能性，近一年来各大平台也推出了多档乐队题材综艺节目，但成绩均不理想。2019年8月，《乐队的夏天》结束后优酷独播的《一起乐队吧》同样获得了较高的热度，猫眼电影专业版显示，该节目的最高热度达9622，但评分仅6.2分，微博话题讨论量仅为136.1万，与《乐队的夏天》差距明显。而由太合音乐集团策划、制作，芒果TV



出品的微综艺《乐队唱聊吧》于今年6月收官，但微博话题讨论量仅有2225。关于《乐队唱聊吧》的策划，北京商报记者联系了太合音乐，但截至发稿暂未获得回应。

同样于6月收官的《我们的乐队》获得的关注度较高，猫眼综合评分8.1分，官方微博粉丝62万，微博话题“我们的乐队”拥有586.1万讨论和31亿阅读量。但微博话题“王俊凯我们的乐队”讨论量约为节目名称话题“我们的乐队”的6倍，阅读量约为3倍，单个艺人获得的关注度远超参与节目的乐队。

线下停摆仍专注内容

从整体上看，乐队人的音乐道路并不

容易。公开报道显示，《乐队的夏天》中超过一半的乐手都是兼职音乐人，主要职业有教师、设计师、互联网公司从业者等，涉及十几个不同的领域。即使在工休开过演唱会的鹿先森乐队，也在节目中透露出其中四名成员都另外有其他工作。

现在，大部分乐队缺乏知名度和推广渠道，只能在规模较小的Livehouse中演出。Livehouse本身在音乐演出市场中也属小众。《2018中国音乐产业发展总报告》数据显示，Livehouse在演出市场的产业规模在2017年仅为1.25亿元，而整个音乐演出市场的规模达到59.39亿元，Livehouse涨幅51%仍不及整个音乐演出市场的5%。演唱会和音乐节是音乐演出市

场主导，产业规模37.64亿元，超过整个音乐市场的一半。公开报道显示，今年受到疫情影响，演出行业仍未恢复正常，部分Livehouse转型餐吧、俱乐部，也有一些店面关停。

对于小众领域的乐队，综艺节目带来的流量意义重大，但综艺不应该是乐队的全部。中国创意产业研究中心主任张京成指出：“任何风格的音乐都会有它的粉丝群，一个乐队在内容、形式、成员等方面都拥有它独特的魅力。在保持自己风格的前提下，多出好的作品，展现自己的音乐特色，并加强与粉丝的互动，有助于一支乐队的进一步发展。”

音乐人们也深知作品的重要性，近期，一些乐队也在打磨着作品。例如，旅

行团乐队成员孔一蝉于5月25日发布微博称：“一年前，在#乐队的夏天#认识了很多朋友，一年过去了，我们在西安录着新专辑”。

拥抱网络可成新出路

虽然《乐队的夏天》的火爆让乐队走入大众视野，证明了乐队市场的潜力，但原本赖以与乐迷维系的Livehouse演出无法举办、综艺后续乏力的现状让失去曝光度的乐队音乐再次滑向小众。电视节目创新引擎相关负责人认为：从综艺的角度来说，乐队是多人组合成一个团体出现在舞台上，每个人都有不同的特点，比个体更难被观众记住。”

乐队虽然较为小众，但仍然属于音乐领域，具有比较广泛的泛娱乐基础。天津师范大学新闻传播学院教授陈立强指出：挖掘乐队的娱乐潜力可以从成员和内容两方面进行。一方面，有魅力的乐队一定是和人结合在一起的，节目可以挖掘成员的故事；另一方面，音乐有很大的受众基础，乐队产生的音乐是能够大众化的内容，是可以火爆的点。”

除了依靠综艺曝光获得流量，移动互联网时代也为乐队提供了更多的曝光渠道，各大音乐平台对原创音乐人均有扶持计划。例如，网易云音乐推出了“石头计划”“觅音计划”“云梯计划”等扶持计划。原创音乐平台5sing也正在推出“原创国风征集比赛”“15周年新星计划”等面向音乐人的活动。

在专门的音乐平台之外，乐队还可以通过社交平台进行自我展示。现在是短视频、直播的时代，乐队的生存方式可以更加多元化，不一定仅仅单纯地卖专辑、歌曲。虽然乐队是一个小众领域，但在短视频时代，也可以建立自己的粉丝圈层，进行更加社交化的营销的。”陈立强如是说。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 耿文婧/文 贾丛丛/漫画

北京京剧院“京戏云剧场”首场演出开唱

北京商报讯(记者 郑蕊 实习记者 耿文婧)7月15日晚间，北京京剧院推出的“京戏云剧场”正式开唱，并上演首场大戏《群芳争艳——名家荟萃演唱会》，包括王蓉蓉、杜镇杰、李宏图、迟小秋、朱强、张慧芳、胡文阁在内的京剧名家纷纷登上舞台，吸引众多观众观看直播。

当晚演出开始前，北京京剧院借助短视频等多种方式为“京戏云剧场”《群芳争艳——名家荟萃演唱会》预热，其中在抖音上，当日连续发布8个短视频向观众展示台前幕后，同时

参加演出的京剧名家也纷纷在视频中现身。

北京商报记者了解到：“京戏云剧场”首场演出后还将陆续推出京剧演唱会、京剧器乐演奏会等其他多种形式的演出。其中在7月17日，北京京剧院“京戏云剧场”第二场演出《梅韵芬芳——梅派青衣经典剧目演唱会》将与观众见面，北京京剧院领衔主演张慧芳、胡文阁，国家一级演员尚伟、王怡、李红艳，青年演员郑潇、马娜、路洁、白金、谭茗心、张晓妹、邢莹、吴玉环、刘烁宇等梅派传人将悉

数亮相。

今年以来，尽管线下演出暂停，但北京京剧院也在尝试其他方式持续与观众联动，并将新作品以直播的方式带到观众面前。就在6月初，北京京剧院推出的现代京剧《许云峰》便在线上通过付费直播实现首演。

公开资料显示，《许云峰》改编自40年前北京京剧院创演的京剧《红岩》，为了进一步实现创新，不仅人物愈加鲜活，还借鉴了话剧艺术现实主义的表演方法，并借助舞美、灯光、服

装、造型以及多种曲风的音乐，给观众带来不同的体验。值得注意的是，该作品的创作因适逢疫情时期，因此主创团队多次通过网络、电话会议等形式进行剧本的沟通、讨论、修改与完善，最终完成了剧本，并进入了随后的彩排阶段。北京京剧院方面表示，《许云峰》既是国内戏曲院团首次将新创大戏以云首演的方式献给观众，也是北京京剧院深度开发互联网演艺空间的开始，是对“互联网+戏曲”这一可持续发展传播模式的尝试。

中国评剧院邀观众云赏《玉堂春》经典选段

北京商报讯(记者 郑蕊 实习记者 杨菲)7月16日，中国评剧院通过官方微信号继续通过“六十五载华章、经典名段回顾”每日一曲活动，向观众展示名剧名段，此次带来的是《玉堂春》选段《望窗外》。

评剧《玉堂春》选段是苏三被沈延林骗回山西老家受尽折磨后所唱。曲作者考虑到新唱段应与原有的唱腔风格协调，便以白派过门及原唱腔中内存的素材为主题，从前奏开始，以作曲手法将主题发展为成套唱腔。最后的甩腔，又回到了这个主题再衍展。此手法既有评剧流派的艺术特点又表达了人物的内心情感。

公开资料显示，中国评剧院成立于1955年，并把“以演现代戏为主的国家级示范性剧院，同时上演新编历史剧和经过整理的优秀传统戏”作为建院方针。自成立以来，中国评剧院已恢复整理创作300多出优秀现代戏及传统剧目，包括《杨三姐告状》《秦香莲》《花为媒》《刘巧儿》等作品均深受观众喜爱，并有20多部剧目80多位演职员先后获中宣部、文化部、北京市多个奖项。

今年是中国评剧院建院65周年，尽管线下演出自1月起便相继暂停，但中国评剧院仍持续保持着剧目的创作、排练以及表演等工作，除了日常会向观众展示的“六十五载华章、经典名段回顾”每日一曲活动外，各类直播演出也相继上演。其中在今年6月端午节期间，中国评剧院挑选传统评剧经典唱段，在官方抖音号开启直播，中国评剧院国家一级演员王平，国家二级演员于海泉、王婧、张琪，以及优秀青年演员赵岩等，均进行了精彩唱段的演绎。

除此以外，中国评剧院还在本月初完成了“火红的七月初心永恒”红色经典演唱会，这也是继中国评剧院在抖音平台完成多场直播后，首次在快手平台开启的直播活动，演员各自在家，并通过主播连麦的方式进行演出，带来《母亲》《金沙江畔》《高山下的花环》《夺印》《烈火中永生》《苦菜花》等红色剧目中的经典唱段。

国家大剧院线上展演话剧《西望长安》

北京商报讯(记者 郑蕊 实习记者 杨菲)7月15日，国家大剧院通过官方微信宣布，继推出“春天在线”“声如夏花”系列线上音乐会后，话剧也将首度加入到播放列表中。其中，国家大剧院制作的老舍话剧《西望长安》将于7月18日率先登陆国家大剧院古典音乐频道和各大网络平台。

公开资料显示，老舍共有约27部话剧作品，其中《龙须沟》《茶馆》两部作品最为读者所熟知，而话剧《西望长安》则正是诞生在这两部作品中间，讲述了一个名叫“栗晚成”的骗

子，用并不高明的骗术，伪造履历、骗取官职甚至娶妻成家的荒唐骗局，流露出老舍对市井生活的青睐以及对小人物命运的关注。

《西望长安》也是国家大剧院自建院以来制作的首部老舍话剧，并于2017年9月正式首演，至今已历经多轮复排上演，并时常出现一票难求、剧场爆满的景象，同时包括相声演员高晓攀、苗阜皆出演过“栗晚成”一角，该剧也成为国家大剧院戏剧演员队的保留剧目，由青年演员王浩伟、王千予等人进行演绎。而针对此次将作品搬到线上展演，国

家大剧院也对《西望长安》的时长、演员表演、细节呈现等做出了适应性调整，以期让观众在剧场缺席的日子里，借“线上观剧”获得更好的观看体验。

北京商报记者观察发现，今年以来多个演出剧院均已将话剧搬到线上直播，如开心麻花便把由沈腾、艾伦、常远等喜剧明星主演的新作《贼想得到你前传》放在西瓜视频、今日头条、抖音等平台上，进行“云点映”，该作品也是开心麻花舞台喜剧首次在线上免费公演。除此以外，部分艺术节、戏剧节也将展

演放在线上，其中，上海戏剧学院每年都会举办的“上戏艺术节”便以“2020特别版”的方式启动，16部参与展演与展览的作品通过上海戏剧学院微信号等线上平台连续推出，包括表演系、导演系、舞美系、舞蹈学院、戏曲学院、电影电视学院、创意学院的毕业作品都在其中展示。

在业内人士看来，截至目前各方在演出与线上的融合尝试，证明了该方式的可行性，可作为今后持续布局的领域，并与线下形成联动创造更大的市场空间。