

# 线上演唱会如何斩获高口碑

## 观演效果未达预期引争议

每年夏日,均离不开演唱会的狂欢。据北京商报记者不完全统计,8月至今,已有7场线上演唱会陆续举办,包括苏打绿“分身乐团”鱼丁糸的出道演唱会、TFBOYS七周年演唱会、韶涵线上音乐会“Undefined未定义”等。

多场线上演唱会的举办,也在歌迷之间掀起较高的热度。据苏打绿“分身乐团”鱼丁糸 FOLLOW ME 演唱会“出道LIVE公布的数据显示,该场线上演出累计实现超200万人次在线观看,弹幕互动量则超过95万条。除此以外,一周之前举办的TFBOYS七周年演唱会更是以最高同时在线人数达78.6万人,打破了韩国男子演唱组合“防弹少年团”此前创下的75万线上付费演唱会同时在线观看的世界纪录。

然而,较高的热度却并未让线上演唱会实现较高的口碑。以TFBOYS七周年演唱会为例,该场演唱会将门票分为30元、158元和860元三档,最高价格已能与线下演唱会普通座位的门票相比拟,但不少歌迷和粉丝在观看完整场演出后,纷纷流露出失望的情绪,不仅不是直播,还缺少了其他线上演唱会与观众互动的体验感,因此认为票价与实际观演体验并不匹配。

“票价出来的时候让我挺惊讶的,毕竟此前没有听说过线上演唱会的票价能卖到800多元,确实不太能理解,这个价格和体验感相比起来有点过高。”粉丝张婷如是说。此外,歌迷李晓月表示:“虽然高档票价的门票可以提供不同机位的画面,同时还包含T恤、渔夫帽、单肩包等实体礼品以及TFBOYS成员公仔的盲盒购买资格。但屏幕展现的画面与低档票价的画面没有特别明显的差异,调出来的单人机位也无法放大观看,而我买门票的主要需求就是希望

线下演出正在逐步恢复,但线上演出市场的高温仍在持续。据北京商报记者不完全统计,自8月以来,不到一个月的时间里,就有包括TFBOYS的七周年演唱会、苏打绿“分身乐团”鱼丁糸的出道演唱会在内的7场线上演唱会接踵开唱。然而,随着更多线上演唱会相继展开,线上观看效果不佳及不同档位票价权益等问题引发歌迷质疑不断。随着演出市场线上线下融合发展的步伐不断加快,线上演唱会也扮演着越来越重要的角色,而在未来如何走得更远,势必要以保证优质的用户体验为先。

能有更好的观演体验”。

## 演出质量已成留存用户关键

无论是更多线上演唱会的持续亮相,还是部分演出在门票方面的尝试,实际显示的是从业者正在进一步探索线上演唱会的商业化,但观众所发出的争议与质疑,则意味着具体操作过程中还存在问题尚未解决。

新元智库创始人刘德良认为,演唱会属于一种在特定周期内举办的特殊的产品

形式,本身存在稀缺性。同时,演唱会的定价和明星号召力是相关的,从此前演唱会总体票价水平来看,TFBOYS演唱会票价并不是特别高,但关键在于,能否让观众享受到与票价相符的体验感。

据艾媒咨询发布的《2020年中国在线音乐演出市场专题研究报告》以下简称《报告》显示,2020年上半年,我国在线音乐演出观看的用户规模已经突破8000万人,且线上演出这一新兴娱乐方式得到了更多“00后”用户的青睐。而在选择观看演出的平台时,超过六成的受访者认为合作

艺人为选择主要考量因素占据主导因素,56.8%的受访者认为直播内容质量也是重要考量因素。

艾媒咨询分析师认为,在线音乐演出发展起步阶段,艺人IP资源成为吸引用户流量的首要因素,各平台在明星资源布局上的竞争越趋激烈,但如今,优质内容的创新也将成为吸引和留存用户的关键因素。

在演出行业分析师黎新宇看来,今年以来,线上演唱会如雨后天春笋般相继出现,歌迷与粉丝已从最初更多是新鲜感,变为

追求更高的演出质量。而一分钱一分货,这在任何一个行业都是真理,演出行业也不例外,若想让市场买单,就需要提供相对应的产品。

## 强化技术与互动优化市场

不可否认的是,线上演唱会拥有较大的发展空间。据《报告》显示,特殊时期线下演出市场的停摆,进一步激发大众线上娱乐需求。同时,各平台纷纷布局线上演出市场,在明星流量以及平台的多渠道推广下,在线音乐演出市场发展迅猛。而以TFBOYS七周年演唱会为例,即使假设所有观众都购买30元最低档位的门票,78.6万的同时在线观看人数也能产生超2000万元的收益。

艾媒咨询分析师认为,在线音乐演出行业拉开商业化尝试的序幕。当前,在线音乐演出主要通过付费门票、粉丝打赏、赞助广告等方式盈利,演出收入由平台、音乐人分成。同时,演出收入将用于优化在线音乐演出的设备支持、演出效果、音乐人收入及曝光,形成行业闭环。而在线音乐演出市场商业模式仍处于更新迭代的探索发展阶段。

究竟该如何更好地实现线上演唱会的商业化呢?不少歌迷表示,除了提升演出效果外,希望能进一步增加与偶像的互动,可以实现在线聊天、点歌等环节。

在刘德良看来:线上演唱会如果想要有所突破,要随着技术发展不断提升线上体验,在移动端强化观众的参与互动,加强试听效果,以支撑整体的持续性发展。而未来,线上和线下演唱会将呈现融合发展的格局,线下通过线上来带动热度,而线上演唱会也可以像制作网络大电影一样,推出更高质量的演出面向消费者”。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨菲



## 21场音乐会亮相中国爱乐乐团 2020-2021 音乐季”

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)8月24日,中国爱乐乐团对外公开“2020-2021 音乐季”的演出安排,本季演出将于9月11日正式开幕,届时将为观众带来16场交响音乐会与5场室内乐音乐会,涵盖贝多芬、古斯塔夫·马勒等多位大师的音乐作品。

根据演出安排,中国爱乐乐团将在本次演出季以贝多芬专场音乐会拉开序幕,与此同时,还将上演纪念古斯塔夫·马勒逝世110周年系列音

乐会”等演出。此外,中国爱乐乐团原计划在5月25日举行的“我们生于2000:中国爱乐乐团成立20周年庆典音乐会”,也再次定下演出日期,并将于10月20日作为第23届北京国际音乐节闭幕音乐会上演。而在2021年的1月和4月,一台马勒与丁善德“隔空对话”的主题音乐会,以及纪念法国作曲家圣-桑逝世100周年的专场音乐会也将登上舞台。

北京商报记者了解到,在“2020-2021 音乐季”中,中国爱乐乐

团艺术总监、首席指挥余隆将指挥7场交响音乐会,曲目包括贝多芬、威尔第在内共15位作曲家的作品,中国指挥家石叔诚、夏小汤、黄屹、杨洋则将指挥《我的祖国》选段《马勒第七交响曲》《马勒第一交响曲》《黄河大合唱》等交响名篇。

公开资料显示,中国爱乐乐团于2000年5月在原中国广播交响乐团基础上组建成立,是国家级交响乐团,直属于国家广播电视总局。2000年12月,中国爱乐乐团举行了

首演音乐会,正式对外亮相,此后完成了大量音乐作品的全球首演、中国首演,包括交响乐、歌剧、清唱剧、戏剧配乐、芭蕾音乐、室内乐、音乐剧、影视音乐、多媒体音乐、与中国民族乐器相结合的各类音乐等多种艺术形式在内的千余套音乐会,演奏了近6000部作品,观众累计数百万人。与此同时,中国爱乐乐团脚步已从国内走向国际,并在美国、加拿大、意大利、英国、德国等多个海外国家举行音乐会。

## 《芭蕾精品晚会》登场 国家大剧院歌剧院首次重启

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)记者从国家大剧院获悉,8月29日晚间,国家大剧院“华彩秋韵”系列演出之中央芭蕾舞团《芭蕾精品晚会》将正式亮相,为观众在线上带来五部精彩的芭蕾作品,而这不仅是国家大剧院自推出线上演出以来的首场舞蹈演出,也是国家大剧院歌剧院在特殊时期以来的首次重启。

据悉,此次演出中,不仅包括《古典女子四人舞》《灰姑娘》《仙女》在内的古典芭蕾经典选段,同时也将上演中国芭蕾舞剧《红色娘子军》第一场《常青指路》,带领观众重温红色经典,此外,中央芭蕾舞团为抗疫特别创作的交响芭蕾作品《逆风飞翔》也将首次亮相。

公开资料显示,国家大剧院“华彩秋韵”系列演出是继“春天在线”声如夏花”后,于本月初推出的最新系列线上演出,并由“繁华众声”张艺、陈悦与国家大剧院管弦乐团”拉开帷幕,且该场音乐会采用了全球首次“8K+5G”直播。而此次的《芭蕾精品晚会》,也是国家大剧院自推出线上演出以来,在陆续为观众呈现音乐会、歌剧、话剧、戏曲等多种演出形式后,进一步丰富,带来舞蹈类的演出。

而为了让观众进一步了解芭蕾艺术,在《芭蕾精品晚会》的导赏环节,北京广播电视台主持人陆放将在演出前带领观众走上舞台,为观众介绍芭蕾演出必不可少的“秘密武器”,一探后台紧锣密鼓的准备情况。此外,中央芭蕾舞团团长冯英、国家大剧院副院长赵铁春、中国戏剧家协会主席濮存昕,还将在排练厅共话芭蕾艺术,并与中央芭蕾舞团青年演员赵欣悦、管■正一同揭秘芭蕾舞者台前幕后的训练日常,介绍演出作品的不同特点,让影迷在欣赏芭蕾之余,更能看懂芭蕾,感受芭蕾艺术的独特魅力。

在业内人士看来,线上演出已成演出市场发展过程中的关键一环,既是相关作品的展示平台,也是将观众从线上引流至线下剧场的重要渠道,因此在内容层面也需更为丰富,并从多元化的展现方式及角度建设线上平台,从而达成培育演出市场的目标。

## 从线上走到线下 音乐剧《一爱千年》9月再绎经典神话

北京商报讯(记者 郑蕊 实习记者 杨菲)作为全国线上首演音乐剧,《一爱千年》在此前的演出中获得不少观众的青睐,而在9月4日-6日《一爱千年》则将首次从线上走向线下,在北京天桥艺术中心为观众带来多场演出。

公开资料显示,《一爱千年》改编自民间神话故事《白蛇传》,用“断桥相会”“药房成亲”“水漫金山”“雷峰塔倒”四幕情节重新演绎了白娘子和许仙的故事。与过往版本不同的是,《一爱千年》在保留了白娘子和许仙之间感人至深的爱情故事基础上,运用音乐剧独特的创作理念和表演方法,对剧目逻辑和框架进行全新设计,彰显了法海、许仙、白蛇和青蛇四个人物、四种对爱的不同理解与表达。

该音乐剧的主创团队也汇聚业内多位知名人士,其中该剧导演为毛



伟伟,先后历任大型原创民族舞剧《孔子》执行导演、国家艺术基金项目舞剧《长白英魂》总导演、原创大型舞剧《水旱码头》执行总导演。而《一爱千年》的编剧则是曾获得中国音乐金钟奖、中国金唱片奖等多项大奖的作词作曲家、音乐制作人陈小奇。此外,该音乐剧的

编曲则是数十次获得国内外音乐大奖的作曲家李小兵。

今年5月,该音乐剧首次与观众见面,并选择“云”的方式,成为国内首部线上首发、线上首演的音乐剧,开创了剧场演出运营新模式。据官方数据显示,《一爱千年》的线上演出实现

全网关注量超400万,仅首演点赞数便达到近45万。

此次从线上走到线下,《一爱千年》也对内容进一步升级,同时主演阵容将由宫政、孙尧饰演法海;郑棋元、税子、饰演许仙;曹雪、易文卉、王爱华出演白蛇;曾乙、桑婷婷饰演青蛇。