



文化|滋养|民族



新闻|启|迪|财|智

首都演艺周刊

Beijing Performing Arts Weekly

总第96期 今日4版 每周四出版
联合主办 北京市文化局 北京日报社
主编 胡敬云 执行主编 姜琳琳

D1-D4

2016.3.17

音乐节爆发 粉丝能否消化

北京商报记者 傅玛丽/文 贾丛丛/漫画

摩登天空创始人沈黎晖日前正式对外宣布,2016北京草莓音乐节回归,将于4月30日-5月2日上演,演出地点设在中信国安第一城。与此同时,上海草莓音乐节也将同期在上海世博公园拉开帷幕。值得注意的是,今年“草莓”将陆续登陆全国22个城市。而此前的恒大星光音乐节也选择了在全国范围内密集设点开场,2014年的巡演覆盖全国24个城市,这种密集作战的模式扩大了音乐节影响力,也在一定程度上助力音乐节经济升级,但音乐节能否取得成功除了密集推广也与城市定位密切相关。

改版升级 草莓音乐节重回北京

草莓音乐节创办于2009年,比之前的摩登天空音乐节更为多元化。首届草莓音乐节邀请了国际大牌独立摇滚乐队Deerhoof,以及张楚、王若琳、曹方、老狼、周云蓬、小娟等颇具文艺气质的歌手,地点是北京通州运河公园。2015年,因场地原因,草莓音乐节暂别北京。

日前,沈黎晖正式对外宣布,“草莓音乐节回来了”。与此前相比,今年的“草莓”可谓改版升级重新上线。沈黎晖表示,再度回归的2016北京草莓音乐节将持续打造“超级草莓星球”概念,旨在将北京草莓音乐节打造成亚洲最具影响力以及最具规模的音乐节之一,成为中国年轻人心目中最酷、最值得骄傲的音乐狂欢节日。北京草莓音乐节举办地中信国安第一城场地占地面积达45万平方米,较之往届扩大数倍。对于不想辛苦往返于市区和现场的观众,音乐节设立了面积1万平方米的露营区。在内容上,此次音乐节将引进更多新鲜元素,设置八大舞台,在艺人阵容方面,将邀请近百组音乐人加盟,其中海外阵容将是重要看点。

同期在上海举办的草莓音乐节现场将设置五大舞台,邀请超百组音乐人参演。摩登天空也将同时打造更具规模的周边体验。国内两大一线城市的同期举办,百组音乐人往返于京沪之间的动态将再次出现,上演华北和华东地区最“躁”的音乐现场。

恒大音乐市场部宣传总监王毅表示:“草莓音乐节主打‘超级’概念,定位北京、上海、深圳等一线城市,是大周期、多舞台的超级户外音乐节。现在很多音乐节尝试在一线城市举办,但情况都不好。草莓音乐节经过七年的培植,有广泛的受众群体,其国际化路线与一线城市更为契合。”

密集设点 选择城市定位很重要

王毅说,几年前,在著名音乐人宋柯打算进入音乐节这个领域的时候,曾找沈黎晖吃过一顿饭。那顿饭之后,音乐节的圈子又添新丁,那就是恒大星光音乐节。2013-2014年,恒大音乐节创造了两年在全国各地巡演46场的纪录。与草莓音乐节不同,恒大星光音乐节立足于二三线城市的开发和拓展,将音乐节的生活方式由沿海延伸到中西部城市,主打双城周末巡回“七小时音乐狂欢”概念。在2014年,恒大星光音乐节到场观众人次总计59.3万人次,辐射观众超百万。

作为国内首个“可移动的音乐节”,恒大星光音乐节是把音乐节演出带到全国各地的首个音乐节品牌。他们在全国近100座城市实地考察场地、硬件、交通、安全、文化等举办音乐节的必备条件,许多城市的场地最终都是在严格的考察和调查下,才达到举办音乐节的标准,也让很多城市首次感受到音乐节的魅力。著名歌手崔健曾表示,“一个音乐节坚持在全国范围内举办如此规模的巡回演出,不是一件容易的事情,恒大星光音乐节在某种程度上普及了音乐节的文化”。

“星光音乐节从沿海到内陆,围绕二三线城市展开,让这些没有音乐节的城市感受这种演出形态。在歌手的选择上,草莓音乐节偏重国际化和文艺范儿,星光音乐节更注重流行性,这也与城市的定位相关。”王毅表示。

成功要素 粉丝黏度很重要

一个音乐节能否形成品牌,能否有独特的影响力,绝不仅仅局限于走过多少个城市,办过多少场次的演出。王毅举例说:“这就像判定一个App的成功一样,一个App有固定的用户,用户就可以带来流量,社交功能就可以增加用户黏



度,既有流量又有黏度就可以吸引赞助商,保证这个App的正常运行。草莓音乐节一开始没有赞助商,粉丝群体基本在25岁左右,七年后,这些粉丝已经成长为消费的主力军,赞助商看重的正是用户购买力。”草莓音乐节的成功要素之一便是沈黎晖对于粉丝运营的重视。“国内很多演出产品,包括音乐会和音乐节,真正做粉丝运营的只有‘草莓’,沈黎晖将草莓音乐节打造成了青年文化社群。”王毅表示。

除了重视粉丝运营外,沈黎晖顺应互联网时代的需求,将摩登天空转型为音乐科技公司。他们并购西安张冠李戴音乐节、昆明五百里城市音乐节,入资传奇Livehouse愚公移山和“影响城市之声”,投资pogo看演出。2014-2015年,草莓音乐节由乐视视频进行直播,而今年摩登天空旗下直播平台“正在现场”首次推出VR

(虚拟现实)直播技术,此技术将运用于2016全年草莓音乐节的现场视频直播。草莓音乐节将成为国内首个进行VR直播的大型户外音乐节,而“正在现场”也成为国内首个针对音乐节现场进行多机位VR直播的平台。“这种科技手段与草莓音乐节的定位一脉相承,那就是青年文化社群概念。”王毅称。

谈及改版升级的草莓音乐节,沈黎晖表示:“‘草莓’是一个很有意思的入口,可以立体影响生活方式,很多变化不是开始能设计的。”王毅说:“这跟如今‘互联网+’的模式很像,拥有一个超级流量入口,培养忠诚的用户黏度,丰富用户社交场景和维度,以强大的运营和可观流量带来变现的可能和期望,只不过是线上的流量转化为线下更实际的人流,将线上的用户流量和消费体验尽量打通,实现交互。”