



首都演艺周刊

Beijing Performing Arts Weekly

总第241期 今日4版 每周五出版
联合主办 北京市文化和旅游局 北京日报社
主编 卢扬

B1-B4

2019.6.14

综艺过后 乐队能否留住夏天

一部正在热播的综艺《乐队的夏天》，让人们目光聚焦在乐队的身上，更让人们对于乐队的生存现状产生好奇。北京商报记者调查发现，尽管被人们熟知的乐队数量有限，但国内大大小小的乐队数不胜数，而因二八定律的存在，不少乐队难以走入人们的视野，面临缺少观众、缺少演出机会的处境。《乐队的夏天》逐步带火了这片天地，综艺过后，乐队能否留住夏天？



野蛮生长

在《乐队的夏天》的舞台上，31支乐队相继亮相，既有老牌乐队如痛仰、面孔，也有盘尼西林、Click#15等年轻一代组成的知名乐队，还有九连真人等此前几乎无人知晓的黑马乐队。随着31支各具特色的乐队出现在观众面前，“全国究竟有多少支乐队”的问题也引发人们的好奇，但在从业者看来，这难以得出一个准确答案。

有统计称，国内共有上万支乐队。此外还有数据显示，仅是校园乐队，近五年内，国内便增加了近2000支，其中北京就有约300支，平均每所高校拥有3-4支乐队。而收录全球众多金属乐队信息的Encyclopaedia Metallum，也收录了不少国内金属乐队的资料，2017年曾有从业者依据该平台统计，国内共有291支金属乐队，涵盖黑金、死核等多种类型。随后2018年有数据称，国内有文字记载的金属乐队达到326支，同时还有不少乐队没有被记载。

尽管以上数据只是反映国内乐队数量的一个缩影，但均证明了国内乐队规模并不是一个小数。近几年乐队圈子的环境比以前有很大的改善，新晋乐队的数量也多了，Zingway乐队主唱柯圣格表示。

在整体数量持续增长的同时，乐队的类型也愈发多元化。在Yonog乐队贝斯手周■看来，对于不熟悉的人来说，可能只知道摇滚乐队、民谣乐队这类较为大众的名称，稍微有些了解的会知道重金属等类型，但玩乐队的人会有更为明确的音乐风格，比如金属乐队会选择黑色金属、死亡金属、工业金属、碾核等不同类型，这也是乐队选择成员时考虑

的要素之一，一定要和志同道合的朋友组乐队。

乐队数量的增长，虽然代表着该市场正注入源源不断的生命力，但不可否认的是，摆在不少乐队面前的是无人问津的处境。

二八定律

“你最开始是怎么知道我们乐队的？”当北京商报记者准备采访成立不到一年的瑾乐队时，对方率先抛过来一个问题。当记者回应是通过论坛等社交平台得知乐队后，瑾乐队的成员们笑着表示：“看，在论坛上蹦■还是有效果的，有人能看见我们”。

Zingway乐队最初也曾通过论坛来为自己找观众和演出机会。柯圣格表示，乐队原本是在呼和浩特，为了能够走向社会，得到演出机会，乐队当时在豆瓣和校内网上发布作品视频，逐步跟圈子里的人熟络，慢慢地就开始有演出邀请。此后为了能让乐队有更好的发展，想与北京的厂牌签约，于是找了圈里的一位大哥帮忙引荐，最后比较顺利地实现签约。

然而，类似Zingway乐队能获得演出邀请，并顺利签约厂牌的只是少数。据瑾乐队透露，乐队没有知名度，更没有什么观众，最开始惟一的观众就是自己。“我们心里既着急也不着急，着急是因为很想有更多人听到我们的声音，不着急是因为我们也知道自己资历尚浅。”

而周■回忆Yonog的发展过程时则表示，乐队最开始是往能签约的方向走，但没有演出的日子确实无法获得收入来源，而去各个酒吧、Livehouse寻求演出机会，被直接拒绝也比较常见，

“当时晚上能演出一场，获得100元的收入就已非常令人兴奋。经过差不多一年时间的碰壁，乐队逐渐有演出机会，虽然次数不多，但随着时间长了，乐队反而踏实了，一方面是大家有各自的工作，能够保障生活，另一方面，乐队也明白需要继续提升各方面的能力”。

在柯圣格看来：“可能什么行业都是二八定律，从业者要想通过乐队提高自己的生活质量难度非常大，有不少乐手选择驻唱和琴行作为另一个收入来源”。

乐队团员有本职工作确实已成为业内的常态，以鹿先森为例，该乐队成员的职业各不相同，包括创业公司老板、建筑师、景观设计师等。此外还有其他乐队的成员为医生、教师、会计等。

黄金时代

现阶段《乐队的夏天》继续保持着较高的热度，截至北京商报记者发稿时，该节目在爱奇艺的热度指数为4593，在爱奇艺热门综艺排行榜上位列第五，同时微博话题“乐队的夏天”也已有197.3万讨论度，阅读量达到了9亿次。痛仰乐队、反光镜乐队、旅行团乐队等乐队也通过此次节目有效扩大了知名度，收获了众多粉丝之余，也更好地宣传了自己的作品。

这不禁让人们开始期盼，乐队的夏天真的要来了？在柯圣格看来：“这几年演出多了，音乐节也多了，乐队发展的土壤好了不少。综艺应该也能带起一定的‘乐队热’，给乐队们带来更多的演出”。

如今，中国乐队的发展环境已不同以往。除了南方乐队的逐渐崛起，使得中国乐队逐步打破知名乐队多来自北

方的印象，更加全方位发展外，应运而生且数量越来越多的音乐节、线下演出场馆，也给乐队带来更多演出机会。

据小鹿角智库统计，2018年全年，国内新出现的音乐节品牌达到了140个，而目前全网可检索到的音乐节品牌数量已经超过800个。此外，北京商报记者统计发现，仅2019年6月下旬，便有长沙草莓音乐节、张家口MTA天漠音乐节、大同超导嘉年华音乐节等20余场音乐节将在国内各地举办，不仅会有知名乐队相继登场，也为更多不知名乐队提供了平台。“去年有一周，我们在三个城市演了四场演出。基本就属于一直不停歇的状态。”柯圣格表示。

虽然拥有了更好的环境和更多的机会，但如何发展出更好的乐队并继续走下去，一直是音乐人关注的重点。与此同时，Zingway乐队、Yonog乐队和瑾乐队也在寻找未来的道路。其中Zingway乐队的合约已在今年到期，正在思考下一步计划；Yonog乐队则希望能逐步向签约靠近；成立不久的瑾乐队则期待能有演出机会。

一米观察创始人王毅认为，独立音乐人已经成为乐坛的重要力量，摇滚乐队、民谣乐队等类型的乐队在一些年轻人中正成为主流。乐队这种音乐形态会一直存在，受众的欣赏类型虽然具有阶段性，但随着各种节目的举办和推广，大众对乐队文化有了更多了解，市场也更加宽广。从外部环境来看，乐队目前的市场需求和大家对乐队的认识较此前已经有了较大改善。从内部来看，乐队音乐人的收入比以往好了许多，有更好的条件创作好的作品。”

北京商报记者 郑蕊
实习生 周晨/文 贾丛丛/漫画