

周杰伦时隔六年“交作业”

6月19日晚间,周杰伦相关资讯纷纷活跃起来,一直喝着奶茶拖更的周杰伦终于宣布了新专辑发布的确切时间:7月15日将与歌迷们见面。在没有新专辑的日子里,与周杰伦有关的消息仍在不断刷屏,前不久刚刚与TME live合作推出两场经典演唱会的线上重映,并收获超高播放量;音乐领域之外也不断扩展商业版图,开奶茶店、建电竞馆、创潮牌服饰品牌,持续给周杰伦带来流量与红利。先有王心凌、薛凯琪等歌手借“浪姐3”回归,又有罗大佑、孙燕姿线上“营业”,近期,21世纪前后的知名音乐人接连重返话筒前,圈内渐渐刮起了怀旧风。



巡回演唱会也由巨星传奇参与策划,打造真人秀《周游记》2020年在浙江卫视播出。

新专辑定档7月15日

6月19日晚间,周杰伦在个人社交账号更新了新专辑的前导纪录片,并在片尾预告:新专辑将于7月15日发行。视频发出后,与周杰伦相关五个词条接连登陆微博热搜榜;“杰迷过年了”词条一度登上微博文娱榜榜首,截至北京商报记者发稿,阅读量超9446万次。

在前导纪录片中,周杰伦与朋友同游巴黎,在车站里找灵感作词作曲,还商量着用旧货市场淘来的设备在歌剧院里录歌。歌迷宋睿表示:从纪录片来看,这张专辑应该是很早就在筹备中了,原来这几年周杰伦不是在画饼,非常期待专辑发行的那天。”

其实早在2017年,周杰伦就曾表示年底会发行新专辑,结果却是开启了拖更之路;2018年,周杰伦在演唱会上提到新专辑会在2019年初发行;2019年的下一次演唱会,又拖到这一年的年底发行,但依然放了歌迷鸽子……

今年,期待终于有了回响,此前已经有许多相关消息传出,吊足了歌迷胃口。5月初,周杰伦曾发文:如果我说我六七月发新专辑,你们是不是又不信了;5月12日周杰伦发文:敬请期待,并晒出一张埃菲尔铁塔照片;5月20日,更新社交账号并配文:想当年自己做造型,新专辑也自己来吗?而老搭档方文山也曾在抖音发布消息,透露新专辑正在制作中。

跨界活动不断档

回首周杰伦的音乐路,2000年11月7日,周杰伦发布个人首张专辑《Jay》,从此周杰伦一步步走向大众的视线。在随后的2001年,第二张专辑《范特西》奠定了周杰伦融合中西方音乐的风格。《双截棍》《爱在西元前》《简单爱》在大街小巷传唱,周杰伦还与当时还是新生代作词人的方文山合作,此后在华语乐坛的发展势头愈发猛烈。周杰伦的上一张专辑《周杰伦的床边故事》2016年6月24日作为数字专辑上线。在此之后,周杰伦的新专辑就一直“在路上”,但音乐作品依然保持更新,包括《等你下课》《说好不哭》《Mojito》等。

在没有新专辑的日子里,周杰伦在音乐领域深厚的影响力,让他的关注度始终居高不下,而在音乐之外,他也在商业领域不断拓展版图,开展多方面的跨界合作。

自创潮牌服饰PHANTACi,组建品牌“魔杰电竞”,在北京、上海等地开设网吧,创立茶饮品牌“J-tea魔杰的茶”,还曾与老搭档方文山联名推出全球限量公仔,而这些商业活动也正因周杰伦的光环加持而变得备受瞩目。

另据公开资料显示,巨星传奇3月31日向港交所递交IPO申请,该公司负责周杰伦IP的运营并生产魔杰防弹咖啡及护肤品,周杰伦母亲叶惠美和周杰伦艺人经纪公司的董事杨峻荣共同持有27.6%的股份,与周杰伦的艺人管理公司杰威尔音乐签订了为期十年的IP授权协议。2017、2018年周杰伦的

不能仅打“感情牌”

5月20日,周杰伦与腾讯音乐娱乐集团TME live合作推出演唱会重映活动,让不少“80后”“90后”沉浸在回味青春之中。而近期,那些在记忆深处的经典歌手们也纷纷活跃起来。

“浪姐3”热播,许多实力歌手在这档综艺中集结,王心凌《爱你》初舞台在抖音已经收获超千万点赞;“王心凌男孩”为爱投资更是拉动芒果超媒股票实现连续三天飘红,薛凯琪也凭借出色的舞台表现多次登上微博热搜;罗大佑的线上个人演唱会播放人次3216.7万,同一天,孙燕姿在抖音的唱聊会直播间播放量超2.4亿。

乐评人周琳表示,怀旧歌手能借助互联网翻红成功,主要源于在行业中积累的口碑,而口碑靠流量和情怀是无法建立的,还是需要歌手自身有过硬的业务能力。在回味过青春之后,歌手要拿出优质的新作品,让粉丝产生新鲜感,而不是一味用怀旧来营销热度。

业内人士指出,无论是音乐作品还是综艺节目,怀旧感都是一张不出错的好牌,但经典备受追捧也反衬出品质新作的缺失。未来发展离不开新一代原创歌手供应的生产力,重视挖掘优质原创歌曲才能让音乐行业历久弥新。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 韩昕媛
图片来源:纪录片截图

西街观察 Xijie observation

关于周杰伦,我们在期待什么

陶凤

也许因为“鸽”了歌迷太多次,以至于当周杰伦的新专辑真要来了,很多人不知所措。

2000年11月,周杰伦第一张专辑问世。从此,周杰伦开始在他的音乐中极致地表达自己,和他所热爱的中西方文化。

他和方文山一道,隔着时空虚拟了古巴比伦、日本忍者、旧上海、欧洲古堡和中国风故事,包罗古今中外题材和R&B、嘻哈说唱等不同曲风,这些极具先锋意义的实验,比歌曲本身受欢迎更有价值。

能把中国古典文化中创出来的词句放进美式律动中,两个天才的天造地设,便是通过歌曲之门,我们看到的是一个颠覆者,在这个时代版图上画的是一个属于自己形状的符号,而这正是这一代人在青春最想做成的任务。

今年的520,是“回到过去”的一天。“摩天轮”演唱会重映,记忆中的周杰伦回来了。520之后,网络上再次引发怀旧热潮的演唱会是罗大佑。

他的音乐代表了上一代音乐人的批判、关怀、忧患,为流行音乐赋予了深刻的灵魂,把流行音乐的内涵拓展得更广泛。

而周杰伦创造性地表达自己,他不必忧患,却未必快乐。他不必批判,却未必不深刻。他没有刻意表达,更不想你听懂,但又何妨。在网络时代标准、规则越来越清晰的时候,人们的审美

和判断都有了新的选择,又何尝不是进步。

掐指一算,周杰伦43岁了。这位中年大叔偶有油腻的一面,比如人到中年不学习。不过,他自恃有不学习的资本。他不听别人的歌“因为我16年前的歌比他们还流行”。

这位“顶流”中年人,也有充满趣味的一面,他像中二少年一样活在社交网络中,总能接住各种梗,让江湖里从来都少不了“哥”的存在。

周杰伦的粉丝也已经从听磁带的中学生变成了连朋友圈都懒得发的中年人。唱歌的不学习,听歌的也不学习,有时也会变得相得益彰。

在一部分人眼中,周杰伦没有变,变的只是一代人和这个时代。新的追星文化里,爱本身的含义远远大于作品,追本身的意义远远超越内容。

这是新世纪以来娱乐业蓬勃发展的第一位歌坛巨星,也是唱片业没落的最后一位大佬。许多年前的夏天《七里香》专辑发布。

至今,秋刀鱼的滋味仍留在很多人的记忆中,因为那个时候华语歌坛是神仙打架,封神者众,华语歌坛群龙无首的状态因为周杰伦的出现而变得清晰了许多,而我们溺水三千,更爱一瓢。

时隔六年,你是继续创造,还是延续你的创造?这是关于周杰伦,我们最大的期待。

微信给公众号划红线 数字藏品降温

微信立新规

根据最新版《微信公众平台运营规范》新增的数字藏品交易行为相关条款,账号涉及虚拟货币相关的发行、交易与融资等内容,例如提供交易入口、指引、发行渠道引导等,微信公众平台将根据违规严重程度,对违规公众账号予以责令限期整改及限制账号部分功能直至永久封号的处理。

《微信公众平台运营规范》指出,虚拟货币及数字藏品交易行为包括但不限于:虚拟货币与现实货币、虚拟币与虚拟币之间的交易与兑换业务;为虚拟货币交易提供信息中介和定价服务;代币发行融资以及虚拟货币衍生品交易。

对此,微信相关人士向北京商报记者回应:此次更新是根据相关法规,为防范虚拟货币交易炒作风险,对炒作、二次售卖数字藏品的公众号及小程序进一步的规范化整治。

之所以说是进一步规范整治,是因为3月微信曾封禁一批数字藏品平台公众号。当时,微信相关人士告诉北京商报记者:对于仅提供数字藏品展示和一级交易的公众号,同样设有小程序板块的支付宝介绍称,数字收藏是个新兴的行业,支付宝平台结合国家相关法规,密切关注行业动态,从严、谨慎开展此类商户的支付服务、小程序服务准入及规范化管理。

支付宝方面明确告诉北京商报记者,目前支付宝平台仅对试点主体开放,要求运营主体提供包括网信办区块链信息服务备案号等在内的相关资质证明。此外,试点主体若涉及B2C一级市场买卖或赠与,需提交ICP证件;若

自3月下旬微信公众平台封禁了一批数字藏品平台公众号后,6月20日北京商报记者发现,最新版《微信公众平台运营规范》新增数字藏品交易行为相关条款:如账号提供与数字藏品二级交易相关服务等,微信公众平台将对违规公众账号予以责令限期整改及限制账号部分功能直至永久封号的处理。

数字藏品的价格早已一落千丈,根据网友向媒体提供的截图,国内多家数字藏品平台内的数字藏品价格大跳水,价格跌幅最高达90%。其实在数字藏品概念出现之初,私下交易、炒作行为就在一部分用户中盛行,数字藏品发行平台和互联网平台企业曾推出一系列限制措施,杜绝此类行为,但仍有用户和发行平台在打擦边球。近期,部分数字藏品陆续被曝“遭散技术团队”“侵权张国荣”等消息,当初受益于区块链、元宇宙等风口起飞的数字藏品市场,如今正在降温。

性,各参与主体均将其称为数字藏品。

“数字藏品”的外衣下,各类炒作现象时有发生,数字藏品如何去金融化这一课题也一直是业内探讨的焦点。其中,腾讯、阿里、网易、百度等互联网巨头在推出数字藏品时,通常会对其二次交易进行限制,而其他主营数字藏品发行、交易的平台,往往自带二级市场,用户可对购入的数字藏品进行自主定价和转卖,这也为数字藏品炒作埋下了隐患。

对于如何规范管理数字藏品相关业务,同样设有小程序板块的支付宝介绍称,数字收藏是个新兴的行业,支付宝平台结合国家相关法规,密切关注行业动态,从严、谨慎开展此类商户的支付服务、小程序服务准入及规范化管理。

支付宝方面明确告诉北京商报记者,目前支付宝平台仅对试点主体开放,要求运营主体提供包括网信办区块链信息服务备案号等在内的相关资质证明。此外,试点主体若涉及B2C一级市场买卖或赠与,需提交ICP证件;若

仅展示不涉及买卖或赠与,则需提交ICP备案号。数字藏品二级交易属于未开放领域,如有发现利用数字藏品进行炒作、二次售卖等行为,平台会根据违规程度做封禁或下架处理。

仍存二次交易现象

尽管微信禁止数字藏品平台公众号提供二次交易功能,但北京商报记者发现,部分数字藏品平台仍可进行二次交易。以iBox为例,完成实名认证的用户可通过“寄售”功能进行二次交易。iBox平台在App中的“谣言曝光台”板块还特别明确:“关闭二级市场”是谣言。

北京商报记者登录iBox发现,在iBox的“寄售”板块,寄售的数字藏品价格在720元至10万元之间,根据寄售记录,价格720元的一款数字藏品此前的寄售价格最高达到1888元,用户在完成实名认证、勾选已阅读i-Box用户协议后即可购买。上述用户协议在风险承担板块的开头表示:数字藏品的价格

波动性很大。其他数字藏品的价格波动可能会对数字藏品造成重大不利影响,也会受价格大幅波动的影响。我们不保证任何数字藏品的购买者不发生亏损。”

巧合的是,有数字藏品购买者向媒体吐槽,他在某数字平台花8000元购买的数字藏品,现在已经跌到500元,如今手里囤的数字藏品亏损达数万元。

另有“入坑”数字藏品的用户告诉北京商报记者:“我接触的购买数字藏品的用户对平台的忠诚度都不高,哪儿有空投就去哪儿,一个平台不火了很快就去别的平台玩儿了,追的大部分平台都是新出的,或者对转赠等功能要求不严格的平台,因为这样才能私下交易。春天的时候群里嚷着挣到钱的不少,最近不多了,也不知道真的假的”。

监管有待完善

除了数字藏品价格高高低低,让热衷于数字藏品二级交易的用户心情大起大落的,

还有数字藏品圈里被曝的各种乱象。比如在5月中旬,TT数藏pro发布公告称:“由于近期市场波动较大,我司老板经不起诱惑,将平台启动资金100万元挪用,进行iBox的投资,目前持仓已缩水至10万元,平台已无法继续运营,已遣散技术团队”。

谈到区块链面临的问题时,OECD(经济合作与发展组织)区块链政策委员会专家王娟向北京商报记者直言:“一些文化娱乐产品如NFT等领域仍然存在资金盘、割韭菜、跨境资金合规性和数字化的版权侵权等问题”。

其实大部分平台都曾明确表示不支持数字藏品炒作、二次交易。欧科云链研究院高级研究员蒋照生告诉北京商报记者:“现阶段国家相关部门并没有在法律层面直接明确禁止数字藏品二级交易,但通过行业协会的倡议以及部分涉及虚拟货币交易、元宇宙的政策文件,还是可以看出相关监管机构对数字藏品市场的监管思路,主要是通过限制数字藏品交易平台炒作和数字藏品金融化和证券化倾向来保证数字藏品市场的安全可控”。

他提醒数字藏品爱好者:“尽管目前国内数字藏品发展火热,但作为一个‘年轻’的行业,数字藏品领域仍面临市场不成熟、标准不统一、监管不明确等诸多挑战。数字藏品热度虽高,但国内数字藏品平台良莠不齐,平台技术能力差异较大,市场乱象屡见不鲜,数字藏品爱好者在关注和参与数字藏品市场时,应慎重参与、谨慎购买,避免遭遇投机炒作问题,造成个人财产受损”。

北京商报记者 魏蔚 廖蒙