

### 《相信未来》在线义演引爆话题,《全球音乐报告》释放产业向好信号

# 用音乐抚慰人心,更凿开壁垒望向产业美好未来

■本报首席记者 黄启哲

国内流行音乐界,已经许久没有如此的大动静。4日起连播两晚的《相信未来》在线义演引爆了话题。让人们感动的不仅是国内300多位音乐人的温暖接力,更是几大在线音乐平台在此次义演中放下商业竞争,只为好音乐打造一个纯粹舞台。

同一天,国际唱片业协会(IFPI)也发布《2019全球音乐报告》,称中国以预计6.16亿美元录制音乐收入,继续占据全球第七位。特别指出,中国录制音乐年收入增幅已达16%,是目前第六位韩国的近两倍。有分析认为,以两国预计0.26亿美元的差额来看,中国有望在今年升至第六位。在国内疫情得到逐步控制的当下,这一报告无疑传递出产业向好的积极信号。

#### 重新唤醒公众对优质原创音乐作品的关注

一段时期以来,国内音乐人许久没有得到过如此“聚焦”。首场《相信未来》义演当晚,几乎每一位歌手演唱结束,微博和朋友圈就会引发一阵讨论。久未露面的王菲搭档常石磊,在钢琴伴奏中演唱歌曲《人间》,寄予“战胜疫情需要我们有始有终,孤独尽头不一定惶恐”的美好期盼;大鹏带着乔杉、古力娜扎等人重现电影《缝纫机乐队》的《都选C》,玩了一把冲破大小屏的“跨界”;林俊杰敢于让观众戴上耳机,挑战唱片级演唱……首场演出中,几乎每隔几分钟就有一个热搜。这与过去一段时间里,华语音乐原创湮没在娱乐信息中的局面形成鲜明对比。

从网络歌曲《野狼Disco》引发主流专业歌手的竞相翻唱,到各大平台音乐热榜上常年被短视频“神曲”霸榜,再到一首《惊雷》引发喊麦究竟是不是歌曲的质疑争议……人们发现,围绕主流华语流行乐的网络生存空间正持续受到娱乐话题的挤压。尽管周杰伦、李荣浩、汪峰等专业歌手创作人不时有新作问世,然而讨论度不及网络神曲,论及销量更无法与拥有大批粉丝,仅凭一首单曲就动辄创造销售额千万级甚至破亿元的流量歌



老狼携手一众民谣音乐人隔空合唱《恋曲80》。图为视频截图。

#### 打破竞争壁垒,在义演中寻求未来可能的合作模式

手相比。因而,这次义演带来的,不只是战“疫”力量,更是一次对华语流行音乐的高光聚焦。无论是疫情期最新创作的《Stay with you(与你们在一起)》,还是岁月金曲《红日》《人间》《恋曲80》,经由专业歌手声线演绎,哪怕只是钢琴伴奏,依旧有着直击灵魂的穿透力。义演中有的歌手还特别架起专业录音设备,邀请乐手合作,甚至走进录音棚精心编排,让观众感慨专业音乐会的视听体验比网络直播间来得好得多。

关注原创音乐人的生存空间,也是高晓松谈及发起义演的初衷之一。他说:“大家努力用歌声鼓励在复工复产路上艰难前行的人们,同时也用实际行动帮助音乐圈复工。尤其是在线下演出依然没有恢复的情况下,帮助那些主要依靠演出收入的音乐人。”不少歌手也在直播中呼吁观众支持正版音乐,希望重新唤起人们对专业演绎和优质原创作品的关注。

而这场义演,还有一个细节传递着产业的积极信号。那就是微博、网易云音乐、大麦网、虾米音乐、腾讯音乐娱乐五个平台一同出现在了发起方一栏。业内人士感慨,此次义演,值得点赞的不只是音乐人不计报酬的全情参与,更有平台方难得地摒弃一切商业元素,不做中插广告,不因竞争而进行排他限制的一次努力。经历漫长的版权拉锯战,不少产业观察者借此看到了平台方携手合作的可能。

近两年,中国用户版权意识和付费意愿逐步增强,据IFPI数据显示,中国录制音乐收入已有93%来自流媒体。向好的大趋势下,始终有一个“顽疾”并未得到解决,那就是版权壁垒。各家音乐平台版权的激烈争夺,使得用户为了喜欢的音乐不得不在各个平台切换听歌的问题没有得到缓解。如果说

最初不同唱片公司,不同歌手版权分别被不同平台买走还可以理解,那么同一张专辑也有可能无法在一个平台听全,显然已经超出用户消费的合理范畴,让用户感到听歌已经变成“身心俱疲”的负担。

这一次义演合作中,主办方在初期就达成共识,一方面参演艺人不计报酬,同时也对平台方作出约束,在播出过程中不进行任何广告植入,也不在视频回放中将歌曲作为单独音频进行商业孵化,还有最重要的一点是,绝不排斥有竞争背景的平台。有资深音乐人感慨,正是各大平台完全放弃商业利益考量,“为了更高的理性走到一起”,才能在这么短的时间里集中这么多力量做成了这件事。

不管从线上接力演出的规模效果,还是从平台破天荒的合作上看,义演都将成为2020年华语流行音乐的一次标志性事件。在回味音乐之余,希望平台能够同样反思,是否有些合作思维,进一步凿开版权壁垒,共同望向中国原创音乐的美好未来。

# 首届上海文学艺术翻译奖评选启动

### 第一届全国最高水平,提升上海作为国际文化交流中心“码头”能级

本报讯(记者许畅)首届上海文学艺术翻译奖评选昨天正式启动,由市委宣传部指导,市文联、市作协、上海翻译家协会联合主办,将对标国际最高水平,打造高规格、高品质、高影响力的文学艺术翻译奖项,计划每三年评选一届。

首届评选范围为2014年1月1日至2018年12月31日出版、演出、播映的作品,设文学翻译奖和表演艺术翻译奖两个类别,参评作品申报截止时间为今年8月31日。业内认为,上海文学艺术翻译奖的创办,一方面将提升上海作为国际文化交流中心的“码头”能级,推动上海国际文化翻译中心建设,让中国和世界优秀文艺作品更多地来沪出版、展出、展演、展映;也将助推上海原创文艺作品“源头”建设,进一步用好用足红色文化、海派文化、江南文化资源,着力推出更多“上海原创”,推进新时代的上海文艺创作更好地走向全国、拥抱世界。

华东师范大学外语学院院长、翻译家袁筱一认为,该奖项在设置范围、鼓励双向、辐射力等多个层面都有所突破和引领——这不仅是文学翻译奖,也按捺舞台艺术和影视艺术等其他艺术领域的翻译,堪称国内国际的首创;在解决中译外、外译中的比例失衡上,奖项有助于倡导平等双向的文化交流意识;这一上海市的地方奖项,辐射全国乃至全世界,获奖者除了来自上海,也可能是国内其他省市,而中译外奖项的获奖者很可能是国外人士,也从一个侧面折射了上海的开放精神。

近代以来,上海就是中外文化交流的“大码头”,在文学上更有“外国文学翻译摇篮”美誉,傅雷、戴望舒、孙大雨、草婴、方平、钱春绮等名家在上海翻译出版了大批经典作品。上世纪20至40年代,当时的文坛主将如鲁迅、茅盾、郑振铎、巴金等都在文学创作的同时,大力译介外国文学作品;戏剧、电影、音乐、绘画、雕塑等艺术领域同样人杰辈出、作品丰富,李叔同、陈歌辛、郑正秋、徐悲鸿等一边从事翻译,引进大量世界优秀文艺作品和理论著作,一边开展原创,不少优秀作品被翻译到海外,传播久远,成为中外文艺互动交流、彼此推动的典型。上海文学艺术翻译奖的创设,正是对这一文化底蕴和精神的具体表现,成为新时代上海文艺翻译事业继往开来的新平台、再创辉煌的新引擎。此外,对以打造亚洲演艺之都为目标的上海来说,设立这一奖项的引领意义也不言而喻。

上海翻译家协会会长、复旦大学外文学院德文系教授魏育青认为,上海一直是外国文学艺术翻译的重镇,该奖项有助于传承和丰富傅雷、草婴等译坛巨擘开创的光荣传统,让全国、全球的文艺精品更多地进入上海,也使新时代的沪上文艺创作更好地走向全国、拥抱世界。

据悉,首届上海文学艺术翻译奖评选不接受个人申报,仅限机构推荐,范围如下:文学类翻译作品的出版单位推荐本社出版的作品;表演艺术类翻译作品的演出、制作单位推荐本单位演出、制作的作品;其他相关部门或机构推荐的作品。文学类翻译作品以成书形式参评,必须为公开出版物并进入正规市场。书籍以版权页标明的第一次出版时间为准,表演艺术类翻译作品以首次正式公开演出、播映为准,不接受重译作品参评。

(更多申报须知参见文汇App相关公告)

### 被海外网友集体催更,第一部与网飞签约的中国原创动漫今天全球上新

# 从上海出发,这部国漫“给世界好看”

■本报首席记者 王彦

它是第一部签约Netflix Original(网飞原创)的中国动画剧集,时隔四个月,它的标签可以再添一枚——第一部与网飞原创续约的中国动画剧集。

“伍六七”,一个孵化自上海的中国动画IP,正渐渐打开全球化的局面。

5月7日,由啊哈娱乐(上海)有限公司出品的《伍六七之最强发型师》在网飞上线。此前,该系列第一季曾于今年1月10日经同一平台与全球用户见面。海外社交媒体上记录了这部中国动画的外国“自来水”。“一天之内追完了第一季全集”“幽默且有深度”“我看过最好的中国动画之一”“迫不及待想看第二季、第三季”……类似评价比比皆是。

如今第二季上新,网飞方面沿用了强大的配音阵容为它制作英语、日语、法语、西班牙语四个配音版本,29种不同语言字幕的版本,向全球190个国家和地区同步放送。

网飞,全球最大也是最具影响力的流媒体平台之一,其对上线作品有着以一贯之的高标准。近年来,国产动画在全球的能见度始终处于上升期,但能签约并续约网飞,更让平台投入强势制作力量的,“伍六七”是第一个。

能走通“从零到一”,《伍六七》系列及其背后的啊哈娱乐,做对了什么?

#### 超越“语言梗”,完成情感、审美、语境的跨文化兼容

只要翻翻“伍六七”背后的国际声音,便不难体会网飞力推这部中国动画的决心。美国脱口秀节目的资深记者、日本超人气漫画改编电影的声优、法国著名喜剧演员、网飞常驻节目大咖,分别为英、日、法、西班牙语四种的主人公献声。而查阅其他配音演员的履历表,合作过的亦不乏《疯狂动物城》《寻梦环游记》《致命女人》《火影忍者》等世界知名IP,以及木村拓哉这样的“全球通”明星。

如果说《伍六七》第一季在网飞上线不失为一次试水,那么今天的上新,则是加强版认可。

该动画制片人、啊哈娱乐首席执行官邹沙沙表示,发行到海外,关键要完成情感、审美、语境的跨文化兼容。换言之,在“让世界好看”之前,先得“让世界看懂”。在她看来,“伍六七”这个具有鲜明中国文化元素的角色,



《伍六七之最强发型师》剧照。(出品方供图)

色,是在世界通行题材与符合国际化审美形象的双重加持下,取得了跨文化的通行证。

对照邹沙沙所言复盘来时路,该剧第一季原名《刺客伍六七》,主人公“伍六七”曾是玄武国暗影刺客“柒”,不想,失去记忆后流落小鸡岛。鸡大保找上门,忽悠他只要完成任务就有办法寻回记忆,从此,以发型师示人的“刺客伍六七”开始接单。网友跟着这个头上竖着三撮毛的主角,穿行于具有岭南特色的建筑,遇见形形色色的人物,见识中国功夫的丰富元素;也在充满广式风味的台词和剧情里,收获快乐。

新奇、搞笑、无厘头固然是《伍六七》予人的初印象,可在故事一次次反转后,人们发现事情并不简单。剥开戏谑外衣,“伍六七”每次无功而返的本质,是以爱的本能对抗仇恨与偏见。当每个岛民从不与外人道难题中被治愈,人性的共情为全球受众提供了情感链接。行至第二季《伍六七之最强发型师》,故事进一步往深处走去,也透出更宏大的版图。

事实上,这一IP“走出去”早在两年前就有迹可查。2018年,《伍六七》第一季作为唯一的国产作品,入围了“动画界奥斯卡”之称的法国昂西动画节主竞赛单元。带着作品去动画节,邹沙沙注意到,在多国作品连映中,《伍六七》那场的观众反响尤为热烈,“我

们播出的无字幕版本也能引起外国观众的大笑”。“爱与包容”的精神内核,精准传递剧情的画面,在欧美系与日系之外开辟独特的中国画风——这些超越了“语言梗”的要素,真正助力“伍六七”被各国网友接纳。

#### “出海”的第一步,也是打造全球化中国IP的开端

曾有人问邹沙沙,能顺利“出海”,因为这部作品是目标明确的“国际定制”吗?并不。邹沙沙坦言,虽然她从很早就捕捉到了这一IP拥有面对全球市场的潜力,但对导演何小疯,她并未第一时间吐露国际化的决心。“延迟告知”的背后,藏着一位动画制作人的初心和专业。“为了呵护创作者的独立思考,也考虑到《伍六七》的主要市场首先是国内。”邹沙沙说,至于被网飞选中,完全是在保证优质内容输出后的水到渠成。

如是理念显然通过了实践认证。尊重并保护原创,让小疯在天马行空的同时得以保留强烈的个人风格。于是,网友看见了一个与众不同的故事,一系列具有强烈记忆点的动画形象。

数据证明,这个融合了喜剧、动作、剧情等多类型的动画剧集,赢得了大量中国动画迷的偏爱。2018年上线的第一季,在B站和

腾讯视频分别获得2.4亿次和3.6亿次播放量;第二季自去秋秋天更新,半年内也已在双平台拿下2.1亿次和5亿次播放量,口碑更是有以B站9.8分、豆瓣8.9分稳居国产动画榜高位。

更值得注意的是,扎实的内容为IP开发做厚了基础。在QQ音乐上,单价15元的伍六七原声大碟已售出9.7万余张;在游戏界,目前为止“伍六七”已在五款游戏中现身;漫画《伍六七:黑白双龙》于去年底上线,其内容与动画并不重合;而《伍六七》大电影已进入了筹备期;与万代南梦宫合作打造的系列手办也在酝酿中。不止于文娱产业,“伍六七”还跨界,和周黑鸭、京东、苏宁、361°等多个品牌推出联名款、线下主题店等。

不断推动IP出圈,“出海”,聚拢各圈层势能,啊哈娱乐瞄准的是未来。“我们是朝着二三十年甚至更远去打造这个IP的。”邹沙沙希望,“它可以不仅仅局限于二次元,成为一个具有全球影响力、代表中国的全民IP。”现在看来,网飞上新,《伍六七》已迈出了打造全球化中国IP的第一步——打通海外发行之路。“我对中国动画行业很有信心,我们的80后、90后导演非常国际化,连粉丝都很有才华。有些人说寒冬来了,但我想借此激励大家,中国动画有无限的机会,只要把内容做好。”

## 上海“绿书签行动”系列宣传活动全面启动

本报讯(首席记者黄启哲)2020年上海“绿书签行动”系列宣传活动于近日正式启动。活动旨在倡导广大少年儿童养成文明上网、绿色阅读好习惯,形成尊重知识产权的意识,自觉远离有害信息、抵制盗版书籍,在全社会营造保护少年儿童健康成长的良好文化环境。

今年,围绕“护助少年儿童健康成长,抵制有害出版物和信息”这一主题,上海市“扫黄打非”暨文化市场管理办公室将联合社会多方力量,展开一系列丰富的活动,共同从网络、出版等多方面着力,助力青少年健康成长。

“盗版书是个拙劣的演员,它伪装得太表面,细细一看,就会发现印刷不清、缺词少句、错误百出……”近日上线的“护苗·绿书签行动”公益宣传片特别以少年儿童喜闻乐见的动画形式宣传净化网络环境,识别有害网络信息主题,提升少年儿童的识别力和抵御力,倡导文明上网、绿色上网,抵制有害出版物和信息,助力健康成长。这部宣传片将在近期于上海公交、地铁、楼宇等移动媒体以及机场、高铁场所滚动播出。为配合活动开展,上海还制作了“护苗2020·绿书签行动”宣传海报和书签,在上海各新华书店与知名实体店、“网红”书店亮相。各区也同步组织了各类活动,通过免费发放书签等多种形式宣传“绿书签”理念,着力净化上海文化市场和网络环境,重拳打击侵权盗版和有害出版物及信息。

在线上,“护苗在行动”政务电台播报将继续推送。2018年,市“扫黄打非”办已与喜马拉雅FM合作开办“护苗在行动”账号。今年电台已从4月28日起上线,每周播出2次。与此同时,活动还将依托“上海扫黄打非”微信公众号内容,制作“护苗”专辑,动态聚焦“绿书签行动”活动进展。受疫情影响,相关公益讲座也移师线上。5月14日起,主办方与上海教育出版社合作推出“阅读伴我成长——名师系列线上公益讲座”,邀请张豪、王林、兰保民等知名语文特级教师线上开讲,激发学生走近经典,涵养人文。届时讲座将通过东方网、看看新闻网、澎湃新闻、喜马拉雅、趣头条等新媒体平台同步播出。

在刚过去的2020年一季度,上海在查缴非法出版物方面已取得一定进展。据统计,市区两级执法部门共查处收缴非法出版物19万余件,其中侵权盗版出版物3000多件,淫秽色情出版物400多件;处置网络有害信息1.3万余条,取缔关闭非法网站403个,查办扫黄打非案件72起,刑事案件21起,刑事处罚35人。一批有影响力的典型案例被全国“扫黄打非”办公室列为重点案件在全国通报。其中包括某公司擅自出版销售《弟子规》等培训教材和某公司擅自出版含有低俗内容的网络游戏等案件。

据悉,今年下半年,上海还将开展非法出版音像制品的集中销毁活动,重点对2019年四季度以来全市执法部门收缴的各类盗版、非法音像制品、电子出版物或盗版计算机软件进行现场集中销毁,开展使用正版、保护知识产权普及宣传教育。