

透过一段数十秒的短视频“看”新歌正成为新主流——

# 当音乐产业乘上短视频风口，“弯道超车”还是又一次“为他人作嫁衣”？

■本报首席记者 黄启哲

“看我弄潮搏浪，多认真的亮相，努力跳，摇摆摇摆摇摆摇摆……”热播综艺《乘风破浪的姐姐》的主题曲《无价之姐》一时风头无二，被视作“2020 第一神曲”。然而，让这首歌席卷各大社交平台，除了现象级综艺的“光环”，其实更离不开一众明星网红将其作为热舞 BGM(背景音乐)短视频的推波助澜。

时至今日，人们似乎已经习惯透过一段数十秒的短视频“看”新歌。即便周杰伦上月发行歌曲《Mojito》一度造成在线音乐平台“瘫痪”，可相比于一年前《说好不哭》破千万的销售量，已缩水近三百万张。个中原因，恐怕有一条——相比花三元购买歌曲，广大网友通过各大社交网站视频便已熟稔旋律，顺带还欣赏了 MV 中的古巴风情。与之相对照的，是一首 37 年前的中文老歌《一剪梅》因为某博主翻唱短视频，一路冲到海外各大音乐排行榜前三位，意外成就中文歌曲海外传播的最好成绩。

种种迹象表明，“看音乐”大潮势不可挡。各大视频平台已然嗅到机遇所在。就在发布新歌《Mojito》数天前，周杰伦入驻快手，“周同学”也由此成为其首个中文社交媒体账号。紧接着，李克勤、容祖儿等也在快手露脸。而在抖音这边，除了早前汪峰、邓紫棋等歌手的入驻之外，日本著名歌手滨崎步也于近期开设了账号，并陆续在抖音公开 122 首歌曲 MV。与此同时，各平台动辄亿元的激励扶持计划，也将触角延伸至产业制作上游，意图构建完整音乐发展生态。

“抢人大战”似乎大有当年各大音乐平台版权战的势头。只是，这一次乘上短视频风口，音乐产业能否迎来新一轮发展机遇？

## 当全世界都唱起“雪花飘飘”，短视频已悄然改变音乐的传播模式

去年告别舞台正式“退休”的费玉清恐怕不会想到，他的《一剪梅》会成为一个特型演员不过十余秒的自拍再度走红。没有炫酷剪辑，歌唱得甚至有点走音，但其歌词旋律的意境与画面的契合，早在年初，就在快手获得了 300 多万点击。随后，有网友将其上传海外平台，尽管语言不通，产生一定的理解偏差，却丝毫不妨碍海外网友对其的喜爱，竟相模仿翻唱。这首中文老歌一冲上多国流行音乐排行榜前三位。

《一剪梅》时隔 37 年的翻红，成为短视频崛起改变音乐传播模式的生动写照。唱片时代，一张专辑里有制作人精心挑选的“主打歌”，经由电台、电视台和各类榜单推荐，吸引听众购买磁带、CD，进而在大街小巷与晚会现场传唱开来。而现如今，检验一首歌的火爆



▲周杰伦最新单曲《Mojito》成功带动全网翻唱热。图为单曲封面。  
▶江疏影等在跳《无价之姐》片段。(资料照片) 制图:李洁



程度不再仅仅依靠榜单、销量和播放量，还要看有多少用户使用其作为视频素材，引领拍摄风潮。曾有海外研究报告显示，早在 2018 年，全球就有 86% 的用户通过音视频流媒体听歌，而这其中，又有 52% 的人通过视频的方式“收听”音乐。可以说，当娱乐消费的场景迁移，“看音乐”正在成为市场主流。

各大视频平台当然嗅到了机遇，纷纷着力在音乐领域布局。“抖音看见音乐计划”已连续推出三年，配合“音乐人亿元补贴计划”，提升原创音乐视频曝光量的同时，联动知名唱片公司为音乐人提供更多机会。而快手在联合 QQ 音乐、酷狗等平台继续推出“音乐燎原计划”同时，着力举办更多线上音乐会、活动，引进各类型音乐人刷新快手在用户心中的“草根”形象。今年 2 月，日本著名音乐家坂本龙一现身其举办的线上音乐会，带来 30 分钟的即兴演奏，吸引数百万网友围观。上周，又一场“快手民谣诗音乐会”举办。紧接着，一个名为《原唱来了》的 IP 吸引李克勤、容祖儿等一众实力唱将入驻。从《红日》到《我的骄傲》，歌手化身网络主播，“你点我唱”模式在重新赢得新乐迷的背后，是快手希望借由原唱力量吸引更多普通人参与视频创作的“双

## 音乐创作不能只是其他娱乐产品的附庸，而要有其独立的消费价值

视频平台各类音乐扶持、补贴、振兴计划如火如荼，各路音乐人高调入驻的新闻不绝于耳。这股竞争态势不由让人联想起此前在线音乐平台的跑马圈地之战——几大在线音乐播放平台的“割据”之后，是用户不免疲于辗转于多个 App 寻找心仪歌曲的无奈。而原本期待就此改善的原创音乐人收入，并未得到太多改善。

可以说，版权意识的增强与用户的付费意识提高，都为音乐人勾勒一个属于互联网时代的美好春天。然而，自唱片时代告一段落后，音乐产业距离真正属于自己的“春暖花开”似乎总差一口气。综艺选秀爆火之时，数十年华语音乐积累成为取之不竭的宝库，一首首在记忆中蒙尘的经典旋律经由全新编曲和实力演绎，刷新着人们的视听体验。影视产业爆发式增长的这几年，围绕电影电视宣传发行而创作的主题曲、推广曲层出不穷，几乎将当代华

语乐坛最好的嗓子与词曲作者一网打尽。然而回过头不难发现，与其说是迎来产业融合发展的双赢，不如说是为他人作“嫁衣”。真正从综艺、影视引流回音乐产业核心消费的案例少之又少。尽管，近几年，各种体量的现场演出大有从一二线城市扩大至三四线城市的燎原之势，为音乐产业打了一剂强心针。

“音乐创作不能只是其他娱乐产品的附庸，甚至沦为短视频的背景音乐，而要有其独立的消费价值。”业界人士指出，真正能够刺激创作与消费市场的，并非一两个爆款产品与头部音乐人所掀起的短时流量效应。助推产业生态可持续发展的，仍是围绕产业核心——版权所建立起的合理收益机制。所幸，不少短视频平台有意识逐步完善版权业务。过去免费授权投放平台，以供用户上传视频使用原创音乐，也能通过用户累积的使用量或预付费等模式获得相应版权收入。而“一闪”则干脆签下十位 Vlog 音乐制作人，打造独家曲库，供用户自由使用。

回到最初的问题，音乐产业能否乘上短视频风口，就要看用户在“看音乐”过程中所产生的收益，能否真正反哺到产业的基石——创作本身。

■本报记者 唐玮婕

把“文化大舞台”交给人民——浦东新区昨天宣布，第十届浦东文化艺术节定于 7 月 30 日至 10 月 30 日上演，将突出社会参与、群众受益，囊括“精品剧目下基层”“草根文化达人秀”等 500 余项活动。在做好疫情防控的前提下，全区 36 个街镇的文化中心届时将成为主舞台，让“闲”在家中的市民可以在家门口享受文化大餐。

“这是抗疫以来上海首场综合性群众文化节。面临疫情防控的特殊形势，群众对文化活动的需求非常强烈，此次艺术节是对群众需求一大有力的回应。”浦东新区区委宣传部副部长、区文体旅游局局长黄玮告诉记者，今年是浦东开发开放 30 周年的重大节点，本届艺术节将集中展现 30 年来浦东文化建设丰硕成果，也是深入贯彻“人民城市人民建，人民城市为人民”重要理念的生动实践。

## 打造文化达人，力推“浦东版李琦”

在常态化疫情防控下，本届浦东文化艺术节以户外和在线为主，室内活动的比例不超过 30%。通过云上沪剧周、云上艺术节等，让市民轻松在抖音、喜马拉雅平台、B 站等新媒体平台全天候、不间断地享受多门类、跨时空、多样性的艺术产品鉴赏体验，打破时空维度局限，形成“一千万在剧场、百万在会场、亿万在线上”的文化氛围和参与热潮。

今年活动的最大亮点就是“人民办”。精品剧目下基层的票价坚持“亲民性”，大部分活动的角色是百姓团队。包括长三角城市文化馆联盟、浦东新区文联、阅文集团、浦东爱乐乐团、浦东旗袍艺术中心等近百家社会机构、文化公司、艺术团体都将在节日大舞台上“共舞”。

据浦东新区文化指导中心主任王玺昌介绍，艺术节期间，浦东将打造群众文化草根达人和网红团队，力推“浦东版李琦”，把浦东优秀文化推向长三角，推向全国。

## “百姓喜欢什么，我们就推出什么”

本次艺术节安排了 24 台 43 场精品剧目进浦东十大剧场，如专业剧团获奖剧目舞剧《永不消逝的电波》、明星话剧《洋麻将》、舞剧《花木兰》、当代昆剧《春江花月夜》等。

“这些精品剧目，不是我们拍脑袋想出来的。”浦东新区区委宣传部文化事业处处长聂影介绍，在近半年的艺术节筹备阶段，通过大麦网及剧场观众的问卷调查，并应用大数据分析筛选出精品剧目，做到“百姓喜欢什么，我们就推出什么”。

这些剧目的票价也非常亲民，平常 180 元至 480 元的票价，艺术节期间仅售 20 元和 80 元，且面向全国开票，市民可以登录大麦网、东方艺术中心官网等平台购票。

值得一提的是，浦东文化艺术节今年将设立特别单元，推出文化致敬抗疫英雄系列活动，用“公益票，送英雄”等活动，让文化走进英雄、礼赞英雄。届时，将拿出约 30% 精品剧目的演出票，免费提供给抗疫一线的医护人员。

## 海外视点

# BBC 疫情期间重启 30 年前经典独白剧 一镜到底，英伦演技派“喋喋人生”

本报讯 (记者董薇菁) BBC 新剧《喋喋人生》日前上线后取得了良好的口碑，豆瓣评分高达 9.1。这是一部在疫情状态下重启拍摄的作品，脱胎自阿兰·本奈特在 1988 年、1998 年创作的两季《喋喋人生》。虽然是影像产品，但它的拍摄方式更接近戏剧，要求演员、每个场景都要一镜到底。

《喋喋人生》剧作者是现年 86 岁的阿兰·本奈特。作为英国国宝级编剧的，非常擅长描写人物的小心机和心思，充满文学基底、辛辣老到的台词，对人生有一番非常透彻的解读。《喋喋人生》系列剧作不仅是一代人的荧屏经典，还被列入英国高中课程教学大纲。

在受到社交距离限制、大多数剧组停摆的特殊时期，BBC 决定重启《喋喋人生》制作。新版《喋喋人生》共 12 集，其中有两集是阿兰·本奈特新近创作的剧本，其他十集则来源于旧版剧集。尽管剧本是写于二十三年前，但放在 2020 年当下来看，那些剧中人的孤独、内疚和不确定感，并没有因为年代久远而产生隔阂。

值得一提的是，新版《喋喋人生》的拍摄仅靠一台摄像机，通过四五个场景的简单变化完成。从头到尾只有主角一个人对着镜头，喋喋不休地给观众讲故事。至简的形式决定了内容必须有趣，演技必须抓人。

在第 17 届艾美奖上，朱迪·科默凭借《杀死伊芙》中“薇拉内尔”一角拿下剧情类最佳女主角。但她说，这次参演《喋喋人生》毫无疑问“是我做过的最困难的事情”。剧中，她饰演的莱斯利是一个有抱负的女演员，在出演了一些不被看好的电视剧后，发现了一个“重大突破机会”。然而围绕在她身边的那些人，似乎都对她的有所企图……

12 场独白展现了人处于绝境之中的反应，但每个人所面临的压力与精神危机不尽相同。英国著名演员伊梅尔达·斯汤顿饰演了艾琳一角，在此之前，她在大小银幕上最广为人知的角色是《哈利·波特》电影中的“多洛雷斯·乌姆里奇教授”。伊梅尔达也是科班出身的戏剧演员，毕业于英国皇家戏剧艺术学院，曾四次获得劳伦斯·奥利弗奖。剧中，观众可以感受到一种孤独感在屏幕前凝结，并以一种扭曲的方式发泄出来，这一切都是靠伊梅尔达的微妙表情、语气变化做到的。

剧中“熟脸”还有《神探夏洛克》中“华生”的饰演者马丁·弗里曼。此次，他饰演了一名性情温和的男子格雷厄姆。人到中年，格雷厄姆依旧和自己的母亲生活在一起，但当他与旧爱重逢之后，发现自己的生活变得复杂起来。

《喋喋人生》故事题材多样，但形式整体固定：半个小时的一对一谈话。演员通过独白表演，让观众成为剧中人的倾诉对象。对于过去几个月被“困”在屋里的观众而言，这种“亲密”的对话模式很是珍贵。

沪上集中推出一批与人工智能相关的新书，探讨伦理、责任——

# 人工智能的发展，人文社科学者和思想家们不能缺席

本报讯 (记者卫中) 刚刚结束的 2020 世界人工智能大会上，包括 7 位图灵奖得主、1 位诺贝尔奖得主、62 位中外顶级院士在内的 550 余位嘉宾探讨了人工智能技术的未来。伴随着人工智能的高速发展，与伦理、责任相关的问题亦浮出水面。近期，上海交通大学出版社集中推出了《人工智能伦理引论》《人类未来》《人工智能：驯服赛维坦》等一批与 AI 相关新书，从道德伦理层面上探讨了人工智能与人类的未来，并提出：人工智能的发展，人文社科学者和思想家们不能缺席。

根据分析报告，到 2030 年，全球得益于人工智能推动的经济增长将高达 15.7 万亿美元，而中国将占 7 万亿美元。人工智能在教育、医疗、居家、养老、交通等方面都将极大地提高人类生活质量，势必带来一场前所未有的科技和产业革命。但同时，也有不少人对于人工智能技术发展可能带来的问题忧心忡忡。

人工智能实现后，它们会接受人类的道德观念，还是发展出自己的道德观？未来的人类如何与具备自主思维能力的智能机器人相处？人类会与具备情感能力的机器人结为伴侣吗？老人死后会把遗产留给一直在身边照



从左至右：《人工智能：驯服赛维坦》《人工智能伦理引论》《人类未来》。均出版社供图

顾自己的智能机器人吗？在新出版的《人工智能伦理引论》一书中，上海交通大学社产勇教授对人工智能可能带来的问题进行了深入思考。他从机器人权利、机器人道德能力的建构以及人工智能安全问题等着手，提出了人工智能伦理问题的解决路径，包括道德责任、伦理设计、自反性伦理治理等内容，探讨人工智能为什么发展以及怎样才是理想发展的问题。这是目前国内较为全面且深入阐述人

工智能伦理学意义和实操案例的著作。“要应对全球威胁，需要更多的技术，但这些技术需要社会学和伦理道德的引导。”曾任剑桥大学三一学院院长和天文研究所所长英国皇家天文学家马丁·里斯在《人类未来》一书如是强调。马丁·里斯虽然乐观预测了人类运用科学技术修复受伤的星球、改善生活状况的前景，但同时“谨以科学家、同时也是人类中的一名焦虑者的身份”

去讨论未来人类可能面对的问题。例如，随着计算机技术、人工智能、生物技术等的发展，如若“插入”扩展记忆或将语言技能直接输入大脑等成为现实，那么，“我是谁”这样的哲学问题也因技术的发展而出现了新的语境，实际的人与“可能存在的人”的关系、机器智能与有机智能的关系等都成为新的伦理课题。

而《人工智能：驯服赛维坦》一书，则从产业格局、社会公正和人文伦理的层面，讨论了人工智能的未来与我们每一个人、及与社会之间喜忧参半的关系。例如有学者就指出，大数据的未来不能仅仅掌握在那些数据公司手中。同样的，人工智能和人工智能的未来也不能仅仅掌握在自然科学家、工程师和科技公司手中。因为这不仅是科技和科学家的未来，也是整个人类的未来。科学家和工程师可以掌控科技发展的技术走向，但不一定能深刻地理解科技对人类的复杂性影响。人文社科学者和思想家们不能缺席，而应该主动参与到影响人类命运和人类发展的大讨论中。同时，书中提出的“趣缘合作”“数据生命体”“算法独裁”“透明人”等一系列科技与人文碰撞而生的概念也十分有趣耐读。

(上接第一版)今年的展会现场，本土原创品牌依旧看点满满，一批将时代审美与传统文化巧妙结合的作品，正在彰显国漫无可替代的独特魅力。

“国漫宇宙”如今规模几何？最近又有哪些值得期待的作品亮相？逛一逛 CCG EXPO，这些问题的答案呼之欲出。腾讯视频带来了《魔道祖师 Q》《非人哉》《斗罗大陆》《阴阳师》等大作新作；玄机则将《秦时明月》《天行九歌》《武庚纪》《斗罗大陆》等新项目“搬”到现场；深受“网生代”喜爱的幕幕社漫画 old 先、坛九不仅带来了精选画集，还将空降现场与粉丝互动；趣趣游戏则带来了根据作家猫腻同名原著改编的《庆余年手游》，这一重量级 IP 的入场，将为国漫江湖涂上浓墨重彩的一笔。

国漫 IP 的崛起，也让不少海外动漫巨头嗅到了商机。今年，享誉国际的老牌企业万代南梦宫，就牵手《全职高手》《刺客伍六七》等人气国漫 IP，推出手办等衍生品。这次深度合作，与去年的试水成功有关；万代南梦宫曾结合中国十二生肖元素，推出过一款“十二生肖高达·亥猪”模型，一度成为炙手可热的业界爆款。

新文创思维，为老字号注入动漫元素  
深受青年人喜爱的动漫形象是传播传统文化的重要载体。今年 CCG EXPO 举办的“上海礼物——动漫设计邀请赛”，请来一众“国潮”设计师，借助动漫元素，为凤凰自行车、豫

## 澎湃的国漫原创力为城市文化积极赋能

园灯会、龙虎、上海音乐厅等老字号、名地标量身打造新文创产品。“萌芽熊”版老庙月饼、“凹凸世界”版中华铅笔等产品一一亮相展会，给人耳目一新之感。

比如，参赛设计师王森带来的特制版月饼，借鉴了多肉植物盆栽的形状，将月饼盒设计成菱形集合，并在最中间一格放置一枚萌芽熊小玩具。月饼盒 C 位出道的萌芽熊可不只是“萌萌哒”小摆设，其体内被安装了电子芯片，用户可以扫描出趣味短视频。“视频中的萌芽熊可以教用户如何种植多肉植物，这样一来月饼盒又可被作为花盆二度利用。”在王森看来，可爱的动漫形象可以是打通现实与虚拟世

界的媒介，而鲜活的创意则不仅能为老字号引流，还可扭转过度包装等不环保的习惯。

## 向“云端”借力，丰富展会形态

疫情之下，向“云端”借力成为本届 CCG EXPO 的一大创举，也拓展了展会的形态。记者获悉，本次展会期间，多路直播将通过个性化的观察视角，带着观众“云逛”展览。展会还将与视频网站合作，借力 VR 新技术，全景回放舞台精彩表演，弥补一些动漫迷因限流而无法亲临现场的遗憾。