

《姜子牙》《我和我的家乡》《一点就到家》等陆续发布定档消息

《夺冠》等国产主流大片预约“最多热切期待”国庆档

■本报首席记者 王彦

这是中国电影市场化后最特殊的一个国庆档，疫情防控常态化的背景下，目前的影院上座率仍控制在50%以内。但这也可能是中国电影与中国观众价值认同、情感链接最为浓郁的一次。连日来，电影《姜子牙》《我和我的家乡》《夺冠》等片相继宣布定档国庆节前后，每一部影片的官宣都会迎来一波朋友圈的刷屏。

新定档的作品中，《夺冠》和《姜子牙》为原春节档电影，前者以中国女排横跨30多年岁月的故事为原型，后者被期待为“国漫新爆款”。《我和我的家乡》和《一点就到家》是完成于疫情期间的作品。一部是去年国庆档票房冠军《我和我的祖国》的姊妹篇，从不同地域切入，用喜剧方式讲述我们与家乡之间的黏稠情感。另一部的题材颇为新鲜，是关于近年来迅猛崛起的电商如何参与脱贫攻坚的故事。

“更多符合观众期待的国产主流大片、头部电影接连定档，有助于市场真正恢复热度。”著名评论家饶曙光认为，当线上放映拓展了影迷的观影习惯，几部能引发观众共鸣、共情，并在讲情怀同时也具有良好视听效果的主流大片，来得正合时宜。

能开启几代人情感闸门的影片，有望为市场“补过一个新年”

自从7月20日全国低风险地区部分影院陆续恢复开放，落实疫情防控、用好作品回应影迷观影需求，成为电影全行业的努力方向。在期待的目光中，即将到来的国庆档被行业内外喻为“补过新年”。

人们对于“补过新年”的寄望，不仅因为两部在疫情爆发时撤档的影片重新



《一点就到家》海报。



《夺冠》海报。



《我和我的家乡》海报。



《姜子牙》海报。

归来，观影需求得以释放，更深层次的企盼落在了情感的补足上。就此而言，《夺冠》《我和我的家乡》颇为应景，它们不约而同指向了中国故事里的价值认同与情感共同体，便由此掌握了开启几代人情感闸门的“密钥”。

《夺冠》的官宣定档日期很见用心，四年前，恰是在8月17日这天，里约奥运会“中巴大战”上演。彼时，中国女排姑娘顶住了对阵东道主的巨大压力，逆袭战胜巴西队，打开了通往冠军之路。那场巅峰一战，正是电影中的华彩篇章之一。

该片复刻的另两场重要赛事分别落在上世纪80年代和北京奥运会期

间。跨越30多年的时光叙事，链接起不同年龄段的观众。长久以来，中国女排、中国女排精神对于中国与中国人民，不止于一支运动队那般简单。本质上，那是中华民族在冲破屏障后，不屈奋进并最终崛起的代名词之一。内容本身已独具魅力，创新的体育大片类型、善讲故事的陈可辛导演以及演技像谁的主演巩俐，都是能为影片品质加成的选项。

如果说《夺冠》是以时间跨度来网罗几代人的观影兴致，那么《我和我的家乡》凭借放之四海而皆准的乡情来赢取最大范围的同理心。宁浩任总导演，他将与徐峥、陈思诚、邓超/俞白眉、闫非/彭大魔各执导一支团队，分别进入陕西、贵

州、浙江等不同地方，倾诉我们的故土乡情。在影评人看来，以“疯狂”系列一鸣惊人的宁浩，拥有“囧”字号的徐峥，将推理与喜剧揉合为“唐探”品牌的陈思诚，以及在话剧和电影双线丰收的开心麻花团队等，堪称中国电影的“喜剧天团”。疫情防控常态化的当下，温情中带喜兴的风格，很是贴合观众的情感走向。

此外，《一点就到家》带着当下生活的亲近感而来。片中，三个性格迥异的年轻人从大城市回到云南山寨，通过做电商，从一群与山寨“格格不入”的人，成为用真诚消融隔膜并帮助当地脱贫的创业合伙人。在导演许宏宇看来，曾经的《中国合伙人》代表“走出去”的潮流，此次新

片则是新时代返乡就业年轻人的写照。

彰显电影工业水准的国漫新片，或成重振市场的重要引擎

2019年现象级动画电影《哪吒之魔童降世》的片尾，曾出现过这样一枚彩蛋，短短几秒内，姜子牙神秘亮相，却被一个黑影质疑：“姜子牙，你可知罪？”它预告的就是从春节撤档后重返院线的《姜子牙》。

《姜子牙》与前作同为“中国神话系列”，均取材于传统神话，也都进行了颠

覆性创作。盘点“哪吒”一飞冲天后的关键，它既承续了中国传统文化，也观照当下的审美趣味与个人困惑，无数年轻人为了哪吒“我命由我不由天”的热血感同身受。作为相同出品方的系列作品，《姜子牙》想表达的是“万物由己不由神”。新片中，姜子牙被重塑人设，围绕“众神之长”姜子牙去神化、被贬凡间后寻回自我的人生展开。

对于国漫，观众的期待不止于故事层面，更在乎电影工业水准上。可以说，若少了依山傍海的陈塘关、独立天地的虚空之门等宏大场景，少了行云流水的打斗场面、极具国风的构图配色，若少了流畅的人物动作和自然的表情变化，去年的“哪吒”不可能一举将中国动画电影带上50亿元票房平台。当时，影评界就有观点称，国漫要实现从量到质的蜕变，还需要更多优质作品来验证。显然，有着相同创作班底的《姜子牙》肩负厚望。影片的世界观设定、美术设定、后期特效等环节，都将定义人们对国产动画电影工业水准的新认知。

此外，同为动画电影的《木兰：横空出世》也锁定了国庆档。影片以当代年轻人视角重新解读“中国花木兰”，带有浓厚的家国情和武侠风。主创们磨砺四年，希望能以酣畅淋漓的视听效果，用动画再现中国功夫。而《海底小纵队：火焰之环》和《奇妙王国之魔法奇缘》等动画电影也将补充国漫的队伍。

作为《姜子牙》与《哪吒之魔童降世》的重要特效团队，上海红鲤文化传播有限公司CEO戈戈对国漫的前程满怀期待。他认为，国产动画电影在工业水准上已有了显而易见的进步，这使得近两年国漫的票房占比超过了海外动画片。“相信这一比值会越来越来，中国有自己独特的文化属性，有些‘梗’只有我们才能理解，只要做出优质的视效品控，观众一定喜欢看属于中国人的故事。国漫也能成为重振市场的重要引擎。”

《明日之子乐团季》《乐队的夏天2》时下热播，口碑热度流量节节攀升——

“爆款”频出的夏天，音乐与综艺双赢了吗

■本报首席记者 黄启哲

《乘风破浪的姐姐》的话题热度还在继续，而两档音乐类“综N代”眼下已有赶超潜力。一档是播出至第四季的《明日之子》(即《明日之子乐团季》)，开播后网络评分出现国内偶像选秀罕见的8.3分。原本记录一群少年组成乐团追逐音乐梦想的综艺，被观众“追”成一档青春成长节目。另一档是去年的“爆款”《乐队的夏天》，首播两期即在各大平台拿下77个热搜，乐手不加修饰的表现意外造就无数笑料，让非乐迷观众也看得不亦乐乎，直呼“比喜剧节目还好笑”。

翻看弹幕和评价，这两档节目在音乐核心环节的呈现目前得到普遍认可。《明日之子》一改选秀“颜值”至上标准，集结一批操持着民族乐器的少年与流行乐发生碰撞。《乐队的夏天2》汇聚两代国内乐队，致力推广各种小众音乐风格，展现国内原创音乐的生命力。一直以来，音乐综艺类都是市场“硬通货”。然而，做“爆款”容易，但要口碑市场双丰收很难。告别《中国好声音》《歌手》时代对于嘉宾唱功的极致追求，荧屏迎来《跨界歌王》《蒙面歌王》对华语流行老歌的过度开掘。进入网综时代，《中国新说唱》《说唱听我的》虽成就一时热度，但观众很快因选手德行争议，对说唱的态度急转直下。眼下，徒留《青春有你》《乘风破浪的姐姐》中保留唱歌考评，无奈选手实力并不惊艳。

《明日之子》《乐队的夏天》为何赢得观众认可与关注？尽管节目模式不同，两者仍有共性——画风清新、情感真挚、作品有味道、选手有实力。这个夏天，期待两档节目可以给出音乐与综艺真正实现双赢的有益探索。

少年一代的真挚情感与过硬实力成看点

严格意义上来说，《明日之子》的模式并非为乐团量身定做，其底色仍是偶像养成。不管是初期赛中两两成团的模式，还是最终选出五人组成乐团的做法，都与一般乐团的诞生过程相悖——要成为一支出色的乐团，不仅是要集结实力最强的乐手主唱，更需要彼此音乐理念契合，经历长期磨合后才有舞台上的默契。《明日之子》显然压缩了这个过程。这也难怪节目开播前，网友对着“操盘手”龙丹妮犀利发问：究竟是要选出一支超级乐团，还是一支偶像乐队？

意外的是，这群20岁左右的少年却在这种临时组队磨合中，为观众呈现出音乐与情感表达的无限可能。盘点少年的乐器，首先就突破了一般观众对乐团的想象。除了吉他、鼓、贝斯这三老样，也有提琴、钢琴等西洋古典乐器，甚至还有唢呐、马头琴、冬不拉等民



她的茉莉花我还在唱着 她听的歌我还在唱着呢

直到她的苦衷变成了我的 她的仁慈也变成我的了

▲《乐队的夏天2》延续上一季对于多元音乐风格的展示，聚焦乐队展现中国原创音乐力量。

▲《明日之子乐团季》虽有偶像选秀的底色，却意外因选手的朴实真诚与过硬实力，圈粉观众，成为眼下综艺黑马。(均节目方供图)

族乐器。一开场，选手用唢呐吹奏海外大热单曲曲《The Spectre》，表现着实抢眼。与此同时，少年人借由音乐传递情感的画面，也摆脱一般选秀套路化的励志表达，让观众感受到透过美颜滤镜回归真实的质朴。节目里的少年绝大多数出身茅庐，没有浓重的眼线烟熏妆，没有公司雕琢包装的油滑，只有在音乐上的生猛之气。言及梦想，没有流量与人气的美誉，而是心怀一份“卡车装乐器，小汽车载人，冬天写歌，夏天巡演，演遍所有城市的演唱会”的浪漫。

另一边，《乐队的夏天》此前凭借召集一批草根乐队重回舞台，引发十足关注。然而节目没有满足于制造“回忆杀”，而是在开掘新生力量上不遗余力。盘点这些90后、95后的新生力量，在面向数十年乐龄的资深乐手时一点也不怯场，反而拿出水准过硬的原创。难能可贵的是，他们所歌唱的，不再是只有“青春”“情爱”的狭窄议题。由三胞胎少女组成的福禄寿乐队，用一首《玉珍》唱哭了嘉宾周迅。这首歌以外婆命名，遥寄追思，竖琴、键盘打击乐的特别组合，把少女心事唱出了气势与深情——“直到她的苦衷变成了我的，她的仁慈也变成我的了”。

新生力量的崛起，让作为导师的资深音乐人梁龙和朴树，感慨后生可畏，把参与节目当成驱动自我再学习的过程，在了解年轻人

都在听什么、想什么、唱什么后，不断深入自己的音乐探索。

风格回归质朴洗练，展现多样性为小众音乐正名

然而，两档节目并非一路高开高走。回顾《明日之子》前三季，同样是选秀考核模式，尽管成功铺就毛不易等人的歌手之路，口碑始终在6分徘徊。究其原因，节目虽有摆脱当下偶像选秀拼颜值、观众缘的风气，试图聚焦选手创作演唱，甚至不惜请到大牌歌手助唱造势。遗憾的是，复杂的概念、赛制和舞台等形式化表达，稀释了音乐内容的比重。第四季节目则很明显精简了舞台包装和炫目视觉效果，把更多镜头留给了年轻人围绕音乐创作切磋磨合的过程。另一边，郎朗、邓紫棋、朴树、梁龙等导师在各自音乐领域都有专业成就，恰好对不同风格的选手予以精准指导，真正帮助选手从青涩走向成熟。

相比于摸索多年的《明日之子》，《乐队的夏天》面临的压力则来自于诞生之前。去年第一季开播之初，曾有人担忧摇滚是否与大众审美相兼容。虽然此前，同为聚焦小众音乐的说唱节目成就了一定的流量与人气，却也刻

意放大了说唱本身“斗狠”的一面，引发不小争议——把小众音乐推向大众之时，如何凸显特质、过滤杂质，赢得观众审美的最大公约数？《乐队的夏天》选择用多元化为“摇滚”“乐队”祛魅。第一季中，观众能看到乐龄三十多年的资深乐手展现温情深沉的一面；也看得到年轻乐队玩转放克、电子、复古新浪潮等多种音乐风格。这在一定程度上，扭转了对乐队聒噪、离经叛道的偏见，观众能从中感受到些许市井烟火气、粗犷民族风与都市少年心性。

在新一季，展现中国乐队多样性的特点被进一步夯实。观众惊异于中国音乐人对于多元风格的吸纳与创造力。从硬核与动感的结合，到迪斯科的复古回潮，让人目不暇接。后合化妆间里，主唱华东习惯于闲时看“大部头”，纠正队员德语发音，舞台上则是全英文演唱，以精湛的技术玩转朋克迷幻风。背靠多项专业奖项与海外乐坛专业认可，让华东可以自信宣称他们的出现“可以提高节目的水平”。令人意想不到的，如此小众甚至有些“傲慢”的音乐，两期节目过后，现场评分暂居第一。而这一结果，一如这两档节目的成功，或许都从侧面证明观众审美的改变——从昔日《中国好歌曲》“看唱功”的长期霸屏到偶像养成节目“看脸”的大行其道，并非观众审美退化了。无论是音乐还是综艺，真诚的表达与原创能力，才是通往观众认可的正途。

古钢琴演奏家龚一50多年论述集结出版，面对「古琴热」及音乐传承提出思考——「学习中华民族的音乐语言，要到古琴里去找」

本报讯 (记者吴钰)“古琴的传承，应该在发展中传承，古琴的发展也应该在传承中发展。宋朝人如果没有创新创作，就没有《潇湘水云》，而《潇湘水云》弹奏了600多年，不应该再有金曲出现吗？”古钢琴演奏家龚一日前携新书《龚一琴学文集》亮相书展分会场上海“光的空间”新华书店。他表示，古人留下的琴学命题之多无法估量，愿以新书与琴友共同探讨争鸣，为今后民族音乐的发展创作提供借鉴。

在中国的诸多传统民族乐器中，唯独古琴成为一门“琴学”。“也许学古琴的人比起学古筝的人不多，但将打谱的乐曲、演奏方法和琴学文集出版意义重大。古琴真正继承了我们中华民族宝贵的音乐遗产，学习中华民族的音乐语言，要到古琴里去找。”作曲家何占豪表示，古琴是中国传统音乐的宝库，他在创作传统曲作时都会搜寻相关的古琴作品，边听唱片边记录，古筝协奏曲《西楚霸王》灵感正来源于古琴曲《精忠词》。“如果没有龚一将传统的古琴减字谱打谱‘翻译’成五线谱，我学不到这些传统的音乐语言。”

龚一演奏技法集家之长又自成一体，由他配音演奏的动画片《山水情》曾两次获国际大奖，弟子遍布琴坛；但其文章散见于各种报刊，作为琴学家过去较少为大众所知。他坦言，出版过程中也“几次打退堂鼓”，该书汇集了他从1963年至今撰写的文章，其中也有观点在琴坛存在争议，书中都进行了原样保留。对于古琴如今面对的许多误解，他希望能辨析澄清：比如琴学不能用“丰富多样”一以论之。古琴艺术“丰富多彩”，《广陵散》的兵刃杀伐、《长门怨》的捶胸顿足、《潇湘水云》的“纵指发奇声”……相对而言，他更认同“舒缓、壮烈、悲酸、奇绝，不可以‘淡和’一律求之”(明人李贽语)。

“古琴首先是一件乐器，开指必须要讲究技术技巧才能到达‘艺’。”龚一表示。近年来，“古琴热”持续攀升，学习古琴演奏的人越来越多，如何更好地继承和发展古琴这项传统艺术，也是古琴爱好者尤为关心的问题。对此，他旗帜鲜明地反对故弄玄虚的惺惺作态，提出了自己的琴学观点。“《谈论琴学的》前提是技巧要好，旋律线条要合理，熟练、精致的处理才能称之为音乐，有了音乐才能上升到艺术，有了艺术才能成为文化。现在很多弹琴人小褂子一穿就装‘仙风道骨’，创作了奇怪的理论，说古琴就是不讲音准。其实音不准、节奏混乱，高雅又在哪里？这些‘琴学’不够资格成为琴学，探索古琴最根本的原理和艺术发展的轨迹，才是琴学。”

该书收录于重庆出版社“现代琴学丛刊”系列丛书之中，丛书集结了国内外近百年来几代古琴名家的研究成果，涵盖琴学理论、琴曲演奏、琴史掌故等诸多方面的内容，前两辑18种已出版12种，发行近四万册，第四、第五辑也已启动，不久将陆续面世。