

■本报记者 柳青

张一白导演的《燃野少年的天空》是今年暑期档最受瞩目的影片，因为有个制作班底的剧集《风犬少年的天空》成功在前，又叠加青春歌舞，团结活泼正能量，仿佛是面面俱到的爆款品相。然而，《燃野》上映第一周票房刚刚过亿，而上映三周的《中国医生》票房破12亿元。《燃野》的实绩，远低于预期。

导演不变，编剧不变，男主角不变，甚至连男主角的名字都叫“老狗”，播放率和口碑双赢的《风犬》何至于沦落成既不叫座更不叫好的《燃野》？以及，歌舞综艺年年火爆，观众听歌看舞的愿望强烈，为什么电影市场里的歌舞片却十年、五年才出一部，这稀缺的每一部还都反响平平甚至至于沉寂？

### “Z世代”和“千禧一代”的错位相遇

《风犬少年的天空》在社交网站上的口碑评分，经历高开、低走、又缓慢回到相对的高位。剧集开播时，得分一度飙到9.4分，播出中途，跌到7分区间，风评呈现两极分化的拉锯，全剧结束后，因为部分剧迷的二刷、三刷，它的评分又升到8分以上。

这是B站出品的第一部剧集，事实上，它得到的起伏反馈，正和它的“出身背景”息息相关。“不知后事如何”一路追剧的观众、和剧集结束后把它当作“完整作品”要求的观众、网络原住民的观众、和带着传统电视剧期值的观众、热爱发弹幕互动式观看的观众、和渴望在自洽的戏剧叙事中代偿情感的观众，对这部剧集给出的评论是针锋相对的。如果笼统地概括，那些南辕北辙的议论撕开了宛如平行宇宙的两个代际——B站的主要用户“Z世代”和豆瓣的主要用户“千禧一代”。

重庆，解放碑下，万家灯火。《风犬》故事设置的年代背景是2004年，主角“老狗”和伙伴们高三，正在成年的门槛上。推算一下，剧中人是“85后”，在剧集播放的2020年秋天，他们的年纪都奔着35岁去。这是一部在B站平台修修补补的网剧，这意味着，它的目标观众并不是基本已经成家立业、上有老下有小的85后和80后。这是《风犬》的最明显“错位”：故事里的人和故事试图吸引的人，不是一代人。《风犬》改编自编剧本人的小说《疯犬少年的天空》，编剧是90后，小说写他在初一、初二经历，在这里，改编也制造了代际错位：青春类型剧的主角须得是沾着成人世界的准成年人，“小小少年”在类型细分中直接掉到儿童片的低龄受众群。于是，《风犬》呈现了奇异的层叠错位，一群虚构的85后角色，演90后的童年往事，给00后初中生的年轻观众看。

这就很好地解释了为什么很多80后观众在看剧集时感到了冒犯：他们以为能在“老狗”的高三生活中找到往日的共鸣，结果发现“时代的眼泪”被制造成他们无法接受的商品。没有完整的戏剧

B站出品的《风犬少年的天空》曾获得巨大成功，使得作为它衍生作品的电影《燃野少年的天空》被给予额外期待。然而，它出现在电影放映行业焦虑于年轻观众持续流失的时刻，同时触及了中国电影产业的一个隐痛——过去20年电影市场增量巨大，市场对电影类型多元化要求强烈，但歌舞片始终没有突破。

- ①《燃野少年的天空》剧照。②《风犬少年的天空》海报。

制图/冯晓瑜



线索，没有传统的人物成长谱系，漫画式的人设，碎片化的段子集合，二次元画风的内核戏外化，夸张的表演……80后观众在社交网络上抱怨这部剧“徒有虚名”，感慨自己的青春往事成了被消费的符号，质疑“00后观众怎么这么容易满足”。他们没有意识到，一代人指控的“缺点”，恰恰是吸引另一代人的“特点”。

一句话概括《风犬》的内容，就是学渣“老狗”经历的高三一年——初恋，失恋、丧父、高考，朋友的意外死亡，在嘻嘻哈哈间，完成残酷青春的洗礼。因友情、亲情和爱情而起的极端事件，这在青春叙事里是严重套路的窠臼。但是点开《风犬》的第一集，随着重庆老城区万家灯火扑面而来的满屏弹幕，一片“哈哈”和“好亲切”。身为网络原住民的Z世代观众，他们的观看期待不是严密剧作输出的核心情节和具象的人物，反而是泛泛而谈的家常、被放大的生活细节以及人物性情的某些突出特点，更能激起观众“感同身受”的认同感。这一届观众其实不那么在乎作者写了什么，他们本来就不满足于单向度的接受，在当代大众流行文艺作品中，作者已死，作品在观众脑补和阐释的互动过程中完成——剥离了《风犬》的弹幕来谈论它的风评和观感量，是没有意义的。

《风犬》得到的好评集中于“好有电影感”和“想起我自己”，问题是，一部在在线观看的剧集制造的是什么“电影感”？以及，有多少观众会在高三混社会、谈

恋爱以至于鸡飞狗跳？“电影感”和“现实感”都是修辞。在谈论一部虚构作品的“现实”时，真正的议题不是它是否复刻现实，而是视听怎样在观众内心激发了现实认同。这就指向导演张一白及其团队在创作中最擅长的特点：用带着强烈装饰感且精密组织的视觉文本，偷换“生活”，让观众感慨“被强烈电影感的画面打动了，好像看到了自己”。这样，越是稀薄的剧本，在宛如生活流程的散文结构中，越是有利的。

出现在画面上的“明明普通却异常自信”的老狗和“品貌兼优的校花”安然，他们的形象是校园生活浓缩的符号，演员的表演传递的是“少年感”和“氛围感”，他们是大而化之的“那一类”，而不是明确的“这一个”。在生活流的虚构进程中，这些浮夸的年轻人成了接纳观众情感的容器。于是，能多大范围地实现情感发酵，才是衡量作品完成度的标准。

### 从未形成的歌舞片消费惯性

《风犬》剧的巨大成功，使得作为它衍生作品的电影《燃野少年的天空》被给予额外期待，它出现在电影放映行业焦虑于年轻观众持续流失的时刻。

不知是否巧合，《燃野》上映之际，一篇名为《电影院失去00后》的文章正在社交网络中流传。文中列举了一串产业数字：猫眼数据在2018年复盘2016-2018三年暑期档，指出“35岁以上观众

占比逐年增加，24岁以下观众下降”趋势；疫情来临前的2019年全年报告显示，中国观众的平均观影年龄超过29岁，30-34岁观众是新的观影主力人群；从2017年到2019年，平均观影年龄呈现28.2、28.7到29.2的阶梯递增；一项针对00后和05后的统计显示，年轻人“学习之外的自由时间的选择”依次是“社交聊天，看视频，玩游戏，逛电商”，“去电影院”的选项远不靠前。在那篇采访影院困境的行业分析文章中，一位影院经理感叹自家的00后闺女“免费来电影院都不肯”，因为“电影院里既不能快进，也不能倍速，还没有弹幕”。这句有感而发何尝不是触到《风犬》的症结，没有在线播放和互动观看的环境，它多大程度地被认可呢？《燃野》力不从心的票房成绩回答了这个问题。

“把90后的经历虚构到80后的角色身上，讲00后要看的故事”，这套错位的策略用在网剧上是成功的，但是到了大银幕上，成了各方不讨好的尴尬。《风犬》和《燃野》的目标观众始终明确，也一致。利用B站的平台，它被点对点地推送给它所针对的网络原住民观众，出圈后遭遇了质疑，那属于“上了年轻观众的当”。《燃野》既没有像预期地垂直吸引20+的观众，却让影院院的常客——30+观众重复了他们在社交网站上对《风犬》的差评，“尴尬”是大写的关键词。

各种各样的统计都指向一个共识，

Z世代已没有把电影院当作社交和娱乐主要选项的习惯，对于20+的这个人群，电影《燃野》的内容和形式的强度都不足以吸引他们。

《燃野》的编剧里则林在自传色彩的小说《疯犬少年的天空》里写到，8岁时和姐姐到了“阿拉都是上海银”的大城市，男孩在电视上看到《将爱情进行到底》，一群哥哥姐姐们在雨中奔跑的画面，让他内心澎湃。在电影《燃野》里，重要的歌舞段落都发生在大雨里。但抒情的语境却完全不同了。《将爱》的男主角杨铮和第一次看到《将爱》的里则林，都是从外省小镇初来乍到大都会，地缘、语言的、街头风貌和人的行为习惯，都在物理和生理层面给年轻的阶层景观，20年前的青春片，核心是“留在大城市”，与此相关的欲望的实现与破灭，成为爱情和友情的底色，随着这个大前提和语境的消解，《燃野》在“海南观光片”的画面中，无法给出一种有效的戏剧呈现，回应这个时代年轻人梦想和欲望、友情和爱情此消彼长的拉锯。

于是只能转向歌舞的抒情。这就触到中国电影产业的隐痛——过去20年

电影市场增量巨大，市场对电影类型多元化要求强烈，但歌舞片始终没有突破。历数过去20年有话题、有影响力的歌舞片，只有2005年陈可辛导演的《如果·爱》和2015年杜琪峰导演的《华丽上班族》，这两部电影的票房都远谈不上理想。《如果·爱》和《华丽上班族》的败笔在于它们的剧作都和年轻观众的愿景是对立的，《如果·爱》是伤痕累累的中年人回望自己被践踏的青春，《华丽上班族》是顽固的老年人在阴谋重重的职场笑到最后，无论哪一种叙事，都是反励志的，成熟导演所持的批判立场也让歌舞的抒情色彩变得肃杀。

《燃野》吸取足够教训，避开老气横秋的陷阱，17岁的女主角在楼顶载歌载舞的情境，也透着天真天然的娇憨。问题来了，电影散场后，有哪一段原创歌舞能留给观众留下印象？一部歌舞片不能留下哪怕一支朗朗上口的曲子，打着青春旗号的歌舞，无法在真正的年轻人中流传。继续追问下去，这些年歌舞综艺年年火爆，但是能在年轻人中传唱的新歌，有几首呢？如果没有本土音乐原创能力的支持，歌舞片的观众基础又从何谈起？

说起来，《燃野》里最生动的，也真正谈得上“又燃又野”的段落，是进入到国风音乐，穿插笛子清脆音色、二胡极

## 上海游戏版权生态新观察系列②

### 打通玩家与乐迷的圈层，沪上游戏产业以精品意识深耕音乐垂直赛道

# 好旋律不止是“气氛组”，音乐消费成游戏IP运营新风口

■本报记者 许畅

一周内售出2.5万套！上海鹰角网络旗下手游《明日方舟》此前推出首张音乐专辑《回响》及黑胶唱片套装，迅速俘获一众玩家的耳朵。不光是唱片的战绩，这款游戏前不久举办的音乐会开票一分钟，近十万张门票售罄；官方直播视频上线哔哩哔哩后播放量近千万次，获9.9点评分……

这串醒目的数据，正是上海新兴游戏品牌以精品意识深耕音乐垂直赛道、探索“游戏创新之城”发展新模式新路径的缩影。对于能够在玩家心中留下烙印的经典游戏来说，原声音乐旋律不止是“气氛组”担当，也是提升游戏体验、

激活产业链不可或缺的一环。具有高黏度、高频消费能力的粉丝特性，让二次元音乐成为游戏IP版权运营市场的新风口。业内认为，随着用户审美的觉醒，玩家对视觉呈现与听觉享受提出了双重要求；而游戏音乐本身的情绪代入感和感官传播力，也为游戏IP实现跨界推广、持续保鲜注入动能。

### “被游戏耽误的唱片公司”？大规模、高密度音乐叙事在圈内少见

比起有的游戏只是简单地把OST（意指“原声配乐”）放到网上，《明

日方舟》会为游戏新章节推出符合故事气氛的乐曲，甚至专门策划了虚构的音乐发行商——塞壬唱片，在多个音乐平台都设主页以及官方网站。眼下塞壬唱片累计“发行”了48张专辑，曲风涵盖交响乐、民乐、流行风、嘻哈摇滚等，如此大规模、高密度地运用音乐叙事，在手游乃至整个游戏业界都相当少见。

难怪有玩家给开发商鹰角网络取了外号“音角网络”，还半开玩笑称这是一方“被游戏耽误的唱片公司”。以《明日方舟》跨界举办的音律联觉专场为例，两小时演出含乐队演奏、舞蹈表演、演唱等，官方录播在B站独家授权上线，当日即登上热搜榜，位于

平台热门综艺榜第二。不少玩家留言：《明日方舟》的二次创作氛围火热，角色立得好，和这种另辟蹊径的手法也有关系。比如，音乐会开场传来心跳声以及呼吸机的沉重喘息，全息投影的女主角阿米娅从屏幕上缓缓转身，拉着黑色小提琴，旋律从空旷悠远再到渐渐扬起，契合了游戏序章剧情“切城夺还战”……正如游戏制作人海猫络合物在幕后记录中所说：“音乐的节奏感和其中蕴含的情绪，往往能够更加直观地表达出其他艺术形式难以直接描述的东西。”

这也不难理解，《明日方舟》将音频创作视为游戏创新与内容研发的重

心之一，擦出两者“破次元壁”的跨界火花，也打通了玩家与乐迷的圈层。相关负责人告诉记者，在泛文娱领域逐渐走向融合的当下，一款优质IP的开发，涉及文化创作的方方面面，衍生音乐作为载体，除了服务于故事和游戏本体，也有助于唤起玩家的记忆共鸣，营造更丰富的沉浸式感官体验。

### 将音符嵌入“最佳位置”，回归游戏作为文化产品的属性

有专业人士感慨：音乐制作是一条漫长而缜密的工序链，如果把游戏比作

一座巨塔，音乐就是特殊的木材，音乐团队的职责不只是准备材料，更要将它嵌入到最佳位置。换句话说，音乐要出彩，不能停留在附属品，而需融入情境、诠释人物，成为游戏传达感情、呈现世界观、文化输出的重要维度，回归游戏作为文化产品的属性。

除了拥有作曲和配音团队，蒙德地区《原神》已上线的原声音乐集中，蒙德地区的音乐邀请伦敦爱乐乐团演奏，璃月地区音乐则由上海交响乐团和民乐演奏家奏响。经典BGM一响起，玩家“秒回”游戏场景，“一首歌的时间”发酵出丰富情绪。

正因音乐与画面相得益彰，严肃音乐也借助二次元文化流行风潮，被全球更多Z世代接受喜爱。比如，为了传递客栈、仙山、梯田、红叶等东方意象的美感余韵，负责《原神》璃月音乐制作的HOYO-MIX团队以管弦乐做基底，融入国风音乐，穿插笛子清脆音色、二胡极

木和柳桉木为主，具体材质需经过后续材料送检，由专业机构最终鉴定。接下来，要了解木饰面的裂缝变形情况，可以引入高科技，采用内窥镜查看基层的损坏程度，决定是拆下来送厂里修，还是现场修。而由于历史等原因，该大楼入驻过多家单位，各单位进来后会根据自己的喜好涂刷木饰面的颜色，因此颜色也需要经考证后确定。

### 最小干预原则，原材料原工艺修旧如故

历史建筑的修缮，处处体现着匠心。具体到实战中，则化作面对难题的一个个创意解决方案。比如，作为砖木结构的老建筑，中共一大会址近3000平方米的木饰面是修缮重点，包括木门、木扶梯、外墙木裙板、木地板等。这些木构件的修缮都采用了传统广漆工艺，刚涂上上去是茶褐色，成膜以后呈现出一种厚重的暗红色，被亲切地称为“一大红”。然而，整个工艺非常复杂，需进行12道工序。此外，外墙木裙板为例，涂刷油漆前，先要在木

### 匠心守护红色文脉 让上海城市软实力的神韵魅力彰显

他们做了近十次实验。“中共一大会址的地板采用的木材是杉木，毛刺比较多，最开始我们采用的是也是先贴‘夏布’，裂缝是看不见了，但是起皱褶。”这个方案推翻后，他们想到了批灰，即在板材填充灰底漆，随之而来，批几层灰又是问题，薄了盖不住杉木的毛刺，厚了不利于处理裂缝。最终的解决方案是批两层灰，然后人工挖出裂缝，在缝隙里面填油漆，这样再抄漆便看不到裂缝。

“历史建筑的修缮讲究修旧如故，最小干预原则。这之中包括了两大方面，一个是工艺，一个是材料。哪个年代的建筑，就要采用哪个年代的原工艺和原材料。”葛斌以苏步青、谈家桢旧居为例，这两幢建筑建造于国家困难年代，有着那个时候的建造特色。比如，建筑外立面采用水泥黄沙粉刷，内墙采用的是纸筋灰粉刷，这两种材料现在市面上都买不到，最终他们找到特定的厂根据原有的配方定制，尽量保留原有的历史信息。

“广漆具有耐热、抗水、抗潮、耐大气腐蚀及化学腐蚀的特性，但也相对比较脆，容易开裂。”葛斌透露，修缮前，中共一大会址的地板就出现了多处不规则裂缝，给修缮带来了7℃的难题。为此，

### 以老带新，为历史建筑的修缮储备人才

“政府对老建筑的保护修缮越来越重视，越来越规范。”77岁的“老法师”褚章章感叹道。1963年，19岁的褚章章进入公司，成为一名修繕师。58年来，对于哪一类老建筑，采用什么材料、什么技术修，他了如指掌。如今，他依然蹲点修繕现场，手把手带年轻人。“上海有这么多历史建筑，很多工艺和材料，现在的年轻人见都没见过，如何将其传承下去，老一辈的工匠是我们的宝贝。”冯蕾透露，该公司有个“大神团”，成员大多是返聘的修繕师。他们经验丰富，对修繕工艺保持着极大的热情，并形成了以老带新的良好氛围。因为有些老匠人的压阵，该公司的很多重大项目都交给了年轻人。

比如，原工部局大楼保护性改造改造项目李为初1982年出生，这是他入职18年参与的体量最大的历史建筑修繕，达将近两万平方米。中共一大会址修繕项目经理牛凯出

生于1989年，四个多月的工期，他协调沟通各方面的工作，监督施工现场质量和安全，在做好本职工作的基础上还带着团队对建筑的每一块构件进行编号、分类、统计，大到一根近8米高的承重柱，小到一块巴掌大的窗棂，全部编号入册，相当于给中共一大会址做了一份建筑档案。

“工期最紧张的时候，每天晚上12点以后下班，有时要忙到半夜3点，早上七八点又要赶到工地现场。虽然累，但是收获很大。”牛凯说，每天盯修繕现场，让他对工艺有了更深入的了解，更重要的是，在这个修繕过程中，他的精神也受到了洗礼。中国共产党人在艰苦条件下对信仰的坚守让牛凯备受震撼，他做完这个项目后第一时间便递交了入党申请书。

“从1960年创立起，公司一直在做历史建筑的修繕，有技术能力的储备。如今，我们赶上了最好的黄金时代，人们对文物的尊重和重视前所未有，需要做的是努力把这些工艺传承下去，让后人能够理解今天的我们和昨天的他们。”冯蕾说，这些年，公司还举办技术比武等，不断为历史建筑的修繕储备人才。