

似曾相识却不知所云，剧名缘何频频“撞车”？

黄启哲

辣评

题材“撞车”不算，最近电视剧的名字也高度雷同。观众刚搞清楚《我是真的爱你》《原来我很爱你》是两部剧，又要忙着分辨热播上的《你微笑时很美》和《对你的爱很美》有何不一样。刚送走《你是我的城池营垒》，又迎来《你是我的荣耀》。更不必说《陈情令》带出的一众“令”字辈，以及仙侠剧、古装偶像剧扎堆的“××行”“××歌”“××赋”。且不提剧集品质水准是否过硬，光是面目相似的剧名

就很难让观众提起兴趣。剧本本是一部作品的“门面”，起得好，宣传效果事半功倍。可什么时候开始，影视主创连一个说得过去的名字都懒得起了？

其实，影视片名、剧名“撞车”并非当下市场的新问题。伴随着市场的繁荣和互联网平台的崛起，影视剧产量大增。产能暴增背后，一批从业者压缩了作品打磨周期。相应的，与其说是片名剧名“撞车”，不如说在信息不完全对称的情况下，靠片名剧名“蹭热度”，用相似度“骗”观众走进剧场。比如2010年《人在囧途》爆红过后，徐峥导

演的“囧”系列还在路上，《车在囧途》《真爱在囧途》等一批“囧”片扎堆出现。这当中，创作惰性有之，但更多的是一种借力成熟品牌的投机心理。

当然，这种借片名剧名营销的方式没过几年便不再奏效。影视市场的逐步成熟，也让观众不再仅仅凭剧名冲动消费。然而，从题材到剧名的“撞车”却并未停止。有的剧名相似，但题材内容“南辕北辙”。比如《我是真的爱你》聚焦的是职场女性生育的话题，《原来我很爱你》则是爱情偶像剧。有的不仅剧名像是孪生姐妹，作品对标的观众也是同一批。比如

《你是我的城池营垒》与《你是我的荣耀》同是甜宠爱情剧，只不过男主角一个是特警，另一个是航天工程师，试图用职业属性来为老套的爱情偶像剧增添新鲜感。还有些甚至无法归类，让人怀疑是用“爱”“美”等高频字排列组合而来的。如果说容貌过分追求大眼高鼻的统一标准，被网友吐槽为“网红脸”，那么把爱、恋、美这些字眼生硬搬进剧名的创作者，也暴露出作品内涵的空洞——除了青春颜值和甜腻爱情，别无他物。

盘点记忆中的经典电视剧，剧名不但简洁有力，同样高度提炼了作品主旨

内容，方便观众记忆。《渴望》道出改革开放后人们压抑许久的情感需求；《潜伏》点明地下工作者与敌人较量的剧情主线；《亮剑》则将主人公李云龙率性豪迈的个性展现无遗……哪怕在当下，引发话题性、品质过硬的作品无一不拥有响亮剧名，一目了然；《觉醒年代》呈现的是五四运动到中国共产党成立初期一批“觉醒者”的群像；《在他乡挺好的》一看剧名便知是讲述异乡打拼人的故事。

只有奔着精品而去，才会从故事内容到演员演技，乃至剧名海报都层层把关，反复推敲，力争“无一短板”。

可以说，如今剧名“撞车”频频，归根结底是部分主创率数敷衍的创作态度使然。内容品质本身缺乏亮点，想以剧名凝练思想也难为“无米之炊”；流量明星的名字已是收视保障，何须绞尽脑汁用剧名为观众制造“记忆点”；更何况，一批偶像剧、仙侠剧像是填补平台档期的流水线产品，依靠粉丝做数据、营销买热搜完成短期KPI足矣，剧名更成为“最微不足道的小事”。

只是，那些为剧起名“随便”惯了的内容创作者，等到观众成长、流量效应和花式营销失效之时，他们还能“正经”起来吗？

跨界、出圈！不断变“潮”的中国民乐从国内火到了海外



由共青团中央等联合制作的民乐演奏视频《兰陵王入阵曲》在B站上点击数已超过1300万次。（图为B站截图）

中央民族乐团首席琵琶演奏家赵聪与游戏《王者荣耀》合作全新主题音乐《赤焰之纓》。（图片来自赵聪微博）

制图：冯晓瑜

■本报记者 姜方

“血脉里的基因被唤醒，怎能不爱这荡气回肠的音乐。”最近，由共青团中央等联合制作的一条民乐演奏视频《兰陵王入阵曲》火了。在主要受众为Z世代的B站上，它的点击数已超过1300万次。

由B站琵琶UP主柳青瑶，携手中国歌剧舞剧院首席打击乐演奏家王佳男合作演奏的这首《兰陵王入阵曲》，融入建鼓、中国大堂鼓、琵琶等传统乐器，密集的鼓点和有力的弹拨，奏出了“银瓶乍破水浆迸，铁骑突出刀枪鸣”的气势。视频中的两位演奏者身穿北齐时期形制的汉服，燃放的画面和鼓点唤起了千百青年“知音”的共鸣与共鸣。“我也想像琵琶了，金戈铁马，气吞万里如虎”“这鼓敲得我起鸡皮疙瘩，此曲只应天上有……”从弹幕中不难发现，当代青年对以民乐为代表的传统文化的理解与认知、欣赏与热爱超乎想象。

成为爆款的不仅仅是一首《兰陵王入阵曲》，在B站上，民乐区近年来一直格外红火。年轻的UP主们用民乐对动漫、影视、流行歌曲进行改编，很多视频不仅占据了流量高地，也通过Z世代的积极转发持续“破圈”传播。而主流民乐从业者亦在更努力地“创造性转化、创新性发展”——最近，中央民族乐团首席琵琶演奏家赵聪与游戏《王者荣耀》合作了全新主题音乐《赤焰之纓》。青春国乐还从国内火到了海外，一支名为《左手指月》的中国女孩古琴演奏视频，仅在YouTube就有上千万的播放量。当下，民乐正向世界发出最“潮”的自信之声。

民乐正在不断变“潮”，受众也愈发年轻化

如果说过去民乐在人们心中，还多少有些“高冷”，那么这些年民乐正在不断变“潮”，受众也愈发年轻化。比如，在深受年轻网友喜爱的B站中搜索关键词“民乐”，点击数最高的视频《权御天下》是一首笙鼓和鸣之作。在视频中，演奏者身穿汉服，振奋人心的鼓点和铿锵有力的古筝弹奏，让这支视频获得近1300万

次播放量和超过30万的点赞数，被称为B站的“镇馆之宝”。

《权御天下》并不是一首传统的古箏曲，它最初是一首由电子歌姬洛天依演唱的原创新曲，B站UP主墨韵Moyun以其为改编原型，在2015年发布了民乐版，曾以一晚上11万的点击率创造了B站的纪录。除了这支视频，墨韵还用古筝翻奏其他作品，凭借其扎实的演奏技法、超燃的改编效果征服了广大的年轻粉丝，甚至成为青春电影《闪光少女》中的古筝高手“千指大人”的原型。

事实上，在B站、抖音等社交媒体平台上，不乏墨韵这样被称为“大神”的民乐博主，他们可能是出身专业的学院派，也可能是热爱传统乐器的业余学习者。无论他们专业与否，共通之处是努力让古老的民族乐器发出这个时代的声音——把国乐与动漫、手游、影视曲目、流行歌曲等结合起来，配上富有视觉冲击力的演奏画面，获得年轻人的欣赏与认可。

跨界融合，激发传统文化更深层次的美和内蕴

当传统乐器的独特音色和表现方式已然吸引年轻人的眼球，如何进一步用原创作品激发国乐的更多可能，激活民乐所承载的传统文化底蕴，成为这一两年民乐从业者认真思考的课题。

近期，《王者荣耀》云纓主题音乐《赤焰之纓》上线。作品由中央民族乐团首席琵琶演奏家赵聪携手青年作曲家刘冬共同创作，从曲初几处琵琶俏皮的弹拨，到高潮段落指尖与琴弦的华彩碰撞，拨奏、轮指、扫弦等手法行云流水，仿佛让玩家“听”到游戏人物云纓以“赤焰”掠火枪的画面。《赤焰之纓》还运用京剧节奏、摇滚曲风等元素，打破东方与西方、传统与现代的界限。赵聪认为，在把民乐推向Z世代时，不能对传统奉行拿来主义，而是要融合现在的音乐语言，结合传统民乐技法，才能让民乐真正走进年轻人心中。

“民族音乐的潜力是非常大的，需要好的创作者创作出适合当今文化潮流的原创作品。”在某音乐平台上，有

听过《赤焰之纓》的网友这样留言。为了满足年轻受众对高质量音乐的期待，也让他们更多地感知传统文化的风采，不少游戏中的配乐都融入了民乐元素，其中包括上海米哈游公司出品的《原神》。而近年来的热播综艺《国乐大典》围绕民乐所进行的各种创新，也让人们认识到国乐拥有更深层次的美和内蕴，通过与丰富的艺术类型、音乐风格相结合，将创造出引领当代音乐文化潮流的更多可能。

凭借自信表达，搭起古今中外对话的桥梁

在《兰陵王入阵曲》《权御天下》等民乐视频的留言区里，有不少引用诗词的评论，比如“八百里分麾下炙，五十弦翻塞外声”“嘈嘈切切错杂弹，大珠小珠落玉盘”等。事实上，民乐之所以在B站等平台上如此红火，基于的正是中国青年一代对传统文化的自信。在眼下，有越来越多的年轻民乐爱好者、创作者，用他们充满创意和自信的表达，在海外网站上掀起一波接一波的民乐潮流。

以主要成员为80后、90后的自得琴社为例，他们演奏的《长安十二时辰幻想曲》，仅在YouTube的播放量就超过了200万次。打开视频，犹如打开了一幅“活过来”的古代画卷：淡黄色背景如尘封千年的画纸，身着唐朝服饰、盘着发髻的乐师们或轻抚古琴，或拨弹琵琶，悠扬的笛箫声时不时响起……“在我看来，中国传统音乐是人类历史中最独特、最有活力、最有故事性以及最有感情的音乐。”这是来自一位外国网友的深情留言。因而，有人把自得琴社称为“音乐圈的李子柒”，因为他们的视频都成功地让老外感慨于中国传统文化的深邃与美好。

以民乐搭起古今中外对话的桥梁，这样的雄心壮志在一代代中国音乐人身上薪火相传。如今，从拥有知名度的演奏家，到擅长编曲、具有前沿音乐理念的年轻人，从热衷传统曲目和中国风改编的“古风派”，到拥有国际化音乐背景、致力于中西合璧的“融合派”，再到热爱国风的Z世代，相信通过彼此跨越代际、打破边界的交融和碰撞，更多民乐作品将代表中国文化的面貌获得世界瞩目。

Z世代在线经济新玩法

瞄准Z世代，中国传统文化抵达“最自信的人群”

■本报记者 卫中

“尽管是在国外动漫作品的包围中长大，但Z世代依然是对中国传统文化‘最自信的人群’。”在刚刚结束的2021中国国际动漫游戏博览会的动画电影论坛上，出品过《大护法》《大理寺日志》等国风影视作品的好传文化公司运营总监郭默如是说。

如今的青年一代，喜爱传统文化成为一种流行风尚，他们不仅更为积极主动地拥抱传统文化，也更乐于把传统文化带到日常生活中。前不久发布的《百度2021国潮骄傲搜索大数据》显示，与国潮相关内容搜索热度十年来上涨528%；在过去一年中，关注国潮内容的人中有48.6%是90后，25.8%是00后。此外，哔哩哔哩的统计数据也显示了相近的结果：有近九成的国风爱好者是Z世代。

年轻人成为国风音乐的主力听众，七成“真爱粉”为90后

“台下人走过，不见旧颜色；台上人唱着，心碎离别歌”——无论在抖音还是在哔哩哔哩，搜索“赤伶”两个字，国家一级演员、歌唱家谭晶的《赤伶》版本都排在前列。其实，早在谭晶翻唱之前，《赤伶》已经成为网络神曲，无数国风音乐爱好者将之单曲循环，也有无数个视频用这首歌作为BGM。

与早年周杰伦的《青花瓷》和《东风破》这样单曲爆款不同，近年来的国风音乐作品数量多、听众集中度，已经发展成为主流的音乐垂直曲风之一。据TME由你音乐榜发布的《2020华语数字音乐年度白皮书》数据显示，2020年度单曲播放量排名中，国风歌曲的占比远高于说唱、摇滚、民谣、R&B、电音等垂直类曲风。酷狗音乐发布的《2020酷狗国风音乐报告》提供了另一个有意思的数字：2020年酷狗上的国风歌曲被累计聆听565.6亿次。

令人瞩目的是，在如此庞大的收听人群里，年轻人成为国风音乐的主力听众。QQ音乐对国风音乐受众的画像为“国风女孩”，即19—22岁喜爱国风音乐的年轻女性；而酷狗用户中有1.32亿为国风音乐受众，其中全年累计收听国风歌曲超过300首的“真爱粉”超过1100万人，90后和00后占比超

过70%。

Z世代为什么喜爱国风音乐？网友“忘川河畔遇苏颜”的话比较有代表性：“现在越来越多的人喜欢传统文化、弘扬传统文化，国风音乐这种风格易于接受，它的歌词就像诗词一样优美，而且曲调比较温婉，让人听了心情都能变好。”

意识到这一巨大的潜力后，各家音乐平台都意图分一块蛋糕。比如QQ音乐推出原创国风活动“国风集”，邀请方文山等坐镇，歌手吴青峰的《山河浮影》、胡夏的《观尘歌》等贡献的多部国风佳作总播放量破亿。如今，音乐界对国风音乐的创作态度也非常开放，既会保留中国传统文化元素，也不会拒绝国外流行音乐的优点。

穿着汉服走上街头，成为全世界短视频用户眼中的风景线

如今的青年一代，不仅更为积极主动地拥抱传统文化，也更乐于把传统文化带到日常生活中。比如，“仙气”十足的中国古代服饰，让很多年轻人为之着迷。



穿汉服走在公共场所，在线上和线下都是美丽的风景线。（图为抖音截图）

中国华融资产管理股份有限公司云南省分公司对云南山灞图像传输科技有限公司债权资产进行公开竞价的公告

中国华融资产管理股份有限公司云南省分公司（以下简称中国华融云南分公司）拟在华融交易中心官网对实际拥有的云南山灞图像传输科技有限公司债权及相应从权利进行公开竞价活动。为了广泛征集意向受让方，现公告如下：

一、债权资产情况

截止2021年6月20日，债权资产情况如下表：

序号	债务人	债权本金	利息、罚息及违约金	整体债权合计金额	担保措施
1	云南山灞图像传输科技有限公司	19650.00	15359.99	35009.99	(1) 上海山灞图像传输科技有限公司提供的位于上海市松江区中山街道缤纷路518号共计45,972.27平方米的不动产作为抵押担保；(2) 上海山灞图像传输科技有限公司、刘勇、刘江、刘乐、宋琦云、张利华、丁莹提供连带责任担保。

单位：万元

注：1. 拟处置债权标的为上述债权，基准日至转让日之间的利息、罚息等一并处置；借款人和担保人应清偿的利息、罚息等，按借款合同、担保合同的有关约定以及相关法律、法规、生效法律文书计算。2. 上述债权及其项下权利义务一并转让。3. 本公告内容如有错漏，以借款人、担保人等原已签署的交易合同为准。

二、对交易对象的要求

交易对象须是具有完全民事行为能力、支付能力的法人、组织或自然人，要求买受人信誉良好，资金来源合法，并可承担购买债权所带来的风险。

但下列人员不得受让该资产：国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司的工作人员、国有企业债务管理机构以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构等关联人，或者上述关联人参与的非金融机构法人，以及与参与不良债权转让的金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人或者受托资产评估机构负责人员等有直系亲属关系的人员。

三、公告期及竞价方式

公告期：将于2021年8月6日起在华融交易中心官网发布挂牌转让公告。意向受让方请于公告期限截止日16:00前，通过华融交易中心官网—公告中心—挂牌公告（网址：https://www.chamcfae.com/information-disclosure/notice.html）提出受让登记申请，并交纳竞价保证金。如挂牌信息披露公告期内只征集到一名符合条件的意向受让方，将延长挂牌信息披露公告期。详情请自行前往华融交易中心官网详细阅读竞买公告及竞买须知。

四、联系方式

欢迎社会各界意向受让方自行多方位了解该债权资产情况，并可进行电话或现场咨询。

受理公示信息联系人：王先生，联系电话：0871-65726666；仅受理排厅、阻挠征询或异议联系人：聂先生，联系电话：0871-65700016；联系地址：云南省昆明市金江路1号。

中国华融资产管理股份有限公司云南省分公司 2021年8月6日