

直播带货，仅有网红光环是不够的

黄启哲

快评

直播带货，几家欢喜几家愁。有“小米配琦”为湖北公益带货、扶贫县长“代言”农产品赢得流量与口碑的双丰收，也有罗永浩直播成交额与观看人数“断崖式下滑”和网红穆雅斓“诺贝尔化学奖”引发网友“群嘲”。

尤其是对罗永浩的直播，再没有比“失望”更准确的形容词了。对于罗永浩背书有品质滤镜的消费者来说，那些“全网最低”“低过双11”的产品很快被找出更多低价火速“打脸”。个别品牌甚至被网友发现曾涉嫌虚假广告遭行政处罚。距离处女秀1.1亿元成交额的“神话”不到一周，

罗永浩第二场带货直播数据就将其推下“神坛”，累计观看人数滑落八成。尽管成交4000万元的数据仍不失为“爆款”，但数据的下滑速度显然已经拉响了警报。

至于“诺贝尔化学奖”，则是网红穆雅斓在带货某品牌面膜时闹出的洋相。面对争议，这位坐拥微博千万粉丝的网红，表示是将“诺贝尔化学奖”口误说成了“诺贝尔化学学奖”，并用“罚抄一百遍”的玩笑企图“蒙混过关”。但抛开口误，即便是以“诺奖”为噱头叫卖产品，也被专业人士指出是玩营销的文字游戏。首先获诺奖之时，富勒烯尚未应用于美妆护肤领域。其次，富勒烯虽具有一定的抗氧化作用，但要实现穆雅斓在直播中所鼓吹的“比VC

高出多少倍”，与添加含量有直接关系。

当“直播带货”日渐成为中国人的生活日常，最初的尝鲜与冲动就会慢慢褪去，取而代之的是理性、适度的消费模式建立。如今翻看网友的购买反馈，价格、品质逐渐成为高频词。甚至会有不少人在直播前对比产品此前的价格曲线和产品“功课”，观望后再进行下单。这也就是为什么李佳琦与薇娅能够在大浪淘沙中脱颖而出。作为直播带货的头部，固然有人格魅力的因素。但更重要的，便是两人各自团队对于产品不断提升的质量品牌把控和议价能力，已经做到了行业的顶尖水平。

同样的，作为初涉行业的“新人”，不擅

网络用语的县长出镜，满足了观众的好奇心，但意外成为网红，归根结底是顺应了新兴的消费模式。那就是让因疫情滞销的优质农产品，在基层干部的信誉保障下，得以通过更便捷的方式，获得消费者青睐。

因此，作为直播带货的新入局者，除了要做足功课，对产品严格把关，同样也要规范宣传用语。作为新兴模式，直播带货卖货也不再是“法外之地”。“史上最低价”“三天立即变白”这样游走在虚假宣传边缘的做法，注定走不远。

产业“风口”之上，能否飞起来充满未知，但能始终翱翔的，一定是在成就商业奇迹同时，将保障消费者合法权益摆在首要位置的。

国家广电总局以“共同克服疫情影响，推动电视剧高质量发展”为主题召开云会议

本报北京4月13日专电（驻京见习记者罗娜）国家广电总局13日召开“共同克服疫情影响，推动电视剧高质量发展”云会议。影视制作企业代表、演员等与会人员表示，疫情在让影视行业慢下来的同时，也让大家停下来去感受和思考：如何把抗疫英雄的感人故事搬上荧屏，是摆在他们面前的挑战和使命。

“党和政府抗疫措施坚决而有力，冲在一线的医护人员、快递员等等，都有着挖掘不完的感人故事，这些都为文艺创作提供了非常感人的素材。”中广联合会演员委员会副会长林永健说，“我们期待能够跟各位同仁一起，为观众创作出好的作品。”完美世界影视董事长廉洁表示：“抗疫中出现了很多可歌可泣的英雄故事，我们必须创作出更多温暖、光明、正能量的现实主义题材作品。”

近期以来，影视行业的项目慢了下来，但行业也酝酿着新的机遇。华策集团副总裁傅斌星、中广联合会电视剧导演工作委员会副会长阎建钢等表示，减税、银行贷款降息等措施将帮助我们挺过难关，影视作品的市场最终还是由品质来决定，现在正是静下心来“挖内容”的好时候。

英国期刊发表上交外籍乐手“返沪隔离日记”

《国际艺术管理者》：希望这篇来自上海的日记，能给予全球演出同业者信心

■本报记者 姜方

近日，英国《国际艺术管理者》期刊（International Arts Manager）在其四月刊中发表了上海“白玉兰纪念奖”获得者、上海交响乐团圆号首席彼得·所罗门的返沪隔离日记。“白玉兰纪念奖”是为表彰对上海城市建设作出杰出贡献的外籍人士而专门设立的奖项。

“是什么让他和他的家庭感到回到中国是如此安全，甚至把中国当成自己的家？彼得·所罗门这篇富有洞察力的日记，给读者们生动描绘了一位演奏员在上海交响乐团的生活图景。”《国际艺术管理者》主编玛丽亚·罗伯特说，“在我们的国家（英国），乃至欧洲正在经历新冠肺炎疫情的集中暴发，我们对彼得·所罗门作出回中国的决定，以及所经历和感受的一切都非常感兴趣。”

上交“外援”在隔离日记中点赞中国的防疫举措

正如彼得·所罗门在他的“返沪隔离日记”中写道，“（中国）以前所未有的规模和决心与病毒决战。”拥有多位“外援”的上海交响乐团在疫情期间所做的一切，也给了彼得·所罗门回团复工的决心。他说：“我们热爱这座城市，热爱住在这座城市的人，热爱我们的工作，也热爱这些年在座城市所结识的朋友们。”

在日记中彼得·所罗门记录下回国路上以及居家隔离日子里的种种细节。比如，“当飞机落地上海后，经历了细致高效的检查，我在机场碰到多位临时接受训练上阵的志愿者，一辆大巴把我们送到机场大楼，在大巴上我用蹩脚的中文，对坐在我身边的工作人员说‘谢谢你们，都辛苦了’。虽然她全副武装，

我还是能透过护目镜看到她灿烂的笑容。”“在上海的‘宅家’生活非常方便，几乎任何东西都能网上购买送货到家。唯一的变化可能就是快递员现在不能进小区了，他们把货物留在大楼门口，然后大楼的物业管理委员会帮我们放到家门口。”

“中国政府采取的果断决策，对疫情控制起到积极有效的关键作用；与此同时上海交响乐团谋求转型自救等系列行动，以及行之有效的管理措施，最大限度地确保了乐团在艰难时期继续运作”……这些都是让彼得·所罗门放心回到上海的重要缘由。

第一时间为海外演奏员撑起防疫保护伞

作为一支国际化的团队，上海交响乐团108位演奏员中，有美籍、俄罗斯籍、韩国籍、意大利籍等外籍乐手九人。新冠肺炎疫情防控期间时值乐团春节放假，约有近一半的乐手离开上海过年。

为此，上海交响乐团在第一时间就成立了新冠肺炎疫情防控工作组，建立每日一报的专项制度。负责演奏员日常管理的乐队行政部门随即按八个声部迅速搭建起微信矩阵，串联起一条“演奏员一声部长—乐队—乐团”逐级分层的防疫抗疫工作链。

针对外籍演奏员较多的实际情况，乐队副队长柴捷专门组建了外籍演奏员微信群，将国内疫情的最新动态、相关政策和乐团工作安排，用英文实时分享给身处海外的演奏员，为他们撑起一把安心防护伞。

以彼得·所罗门为例，柴捷一直关心着疫情在美国的发展态势，并与他保持密切联系。当所罗门决定回中国时，柴捷即刻主动帮忙查询航班信息，设计“曲线”返沪路线。“为了减少与人群的

接触，我们还特意帮助所罗门选了从洛杉矶的一个小机场起飞的航班。”

经历一番周折之后，彼得·所罗门顺利回到上海。在他自我隔离期间，乐队仍然每天与他联系，及时了解他及家人的身体状况，并尽可能地提供一些生活上的协助。如今，隔离期已满的所罗门开始了宅家抖音“云练功”，和中国的乐迷们互动热烈。

向世界传递上交闪烁人文之光的乐团管理之道

新冠肺炎疫情的迅速蔓延使得全球的演艺行业遭到重创。各大乐团、剧场、艺术节和音乐节无一幸免，纷纷取消演出或停办。也就是在3月，大都会歌剧院和纽约爱乐相继宣布对乐团演奏员采取停发薪水或降薪的特别措施。

作为全球发行的演艺领域专业期刊，《国际艺术管理者》聚焦歌剧、舞蹈、古典音乐和剧场领域行业。该杂志希望通过彼得·所罗门发自上海的这篇日记，给全球的演出同业者们以信心。“我们应该相信，这场灾难总有终结的一天，表演艺术会重新站上本属于她的舞台，以现场的方式呈现给所有观众。”期刊主编玛丽亚·罗伯特说。

目前，上海交响乐团全团108名演奏员中，仍有一位意大利籍、一位韩国籍乐手因为疫情的关系没有回团。上海交响乐团乐队行政部门正密切关注疫情发展，为演奏员提供服务。

对乐团的管理者而言，所有这些疫情期间的给力举措不仅是对于全体演奏员的关切和爱护，也是向所有听众传递“我们定会坚持下去”的信心。“在规则之上赋予人情的温暖，同样是闪烁人文之光、传承乐团文脉的管理之道。”上海交响乐团团长周平说。



▲隔离期已满的彼得·所罗门开始了宅家抖音“云练功”，和中国的乐迷们互动热烈。

▶《国际艺术管理者》四月刊中发表了上交圆号首席彼得·所罗门的返沪隔离日记。

制图:李洁

全球知名剧院、艺术机构纷纷在云端开辟新舞台

“云剧场”能否成为常态化的艺术陪伴

■本报记者 童薇菁

今年春天，由上海市委宣传部主办、上海市群艺馆承办，沪上文艺界发起的“艺起前行”短视频征集达到了4400多个，播放量超7.9亿次，上海昆剧团、上海民族乐团等多家院团的艺术家成功“出圈”。上海越剧院一团的一场线上公益演唱会直播观看人次高达170多万，狠狠火了一把。上海戏剧学院荣广润教授说：“疫情发生后，来自上海的艺术家和艺术团体反应迅速，尤其当5G时代来临，充分整合线上线下的资源优势，建设亚洲演艺之都，这是一条新的路径。”

随着疫情波及世界多个国家的艺术行业，纽约、伦敦、爱丁堡、柏林……这些知名艺术机构聚集、演出生产繁荣、在全球具有影响力的文化艺术之都，都不约而同地将目光聚焦在云端剧场。伦敦西区的“西区剧院”、百老汇的“百老汇高清”、爱丁堡“Summerhall 免费线上放映”……都开始持续输出在线的演出产品。“未来，对传统演出行业而言，发展在线演出产品未必是核心业务，但充分利用互联网的优势壮大品牌声誉，抓取新用户是大势所趋。”荣广润说。

紧随上海而动，国际艺术名团名城共同开启“云上的日子”

“第一次看话剧，搬好小板凳”“是正版资源吗？”“字幕竟然不是野生的”……“英国国家剧院现场”NTLive在B站推出高清戏剧《简·爱》放映不到一周，点击量超过11.9万，平均每



“英国国家剧院现场”NTLive在B站推出高清戏剧《简·爱》放映不到一周，点击量超过11.9万。图为剧照。

天有两万多名B站用户坐进云端剧场，其中不乏一些新观众。

不独英国国家剧院，疫情期间，全球知名剧院、艺术机构先后在云端开辟了新舞台。大批难得一见的优质作品与大众传播的形式相结合，为各大剧院、艺术团体提供了与全球观众“云上”的亲密交流。素有德国戏剧

“梦之队”之称的柏林邵宾纳剧院，每晚都有线上放映。1984年首演、由彼得·斯坦因执导的契诃夫名作《三姐妹》，名导托马斯·奥斯特玛雅导演、根据知名小说改编的《重回兰斯》等都是剧团难得一见的佳作。英国莎士比亚环球剧场也从本月初开始，每周两上映一部莎士比亚戏剧，《哈姆雷特》

（2018）、《罗密欧与朱丽叶》（2009）、《仲夏夜之梦》（2013）、《温莎的风流娘们》（2019）……莎剧在改编中迸发的新意和沉淀的价值，观众都能在这些作品中感受得到。美国大都会歌剧院每晚在官网和App免费放映“历史上的经典”，罗西尼经典喜剧《塞维利亚理发师》、贝里尼女高音名作《诺

尔玛》、威尔第不朽经典《唐·卡洛》等悉数登场。

以经典回馈观众之外，还有不少剧院抓住机遇“吸粉”，在国际上打开知名度。莫斯科大剧院一连推出六部高清视频，其中包含两部歌剧作品《沙皇的新娘》《鲍里斯·戈都诺夫》，以及四部芭蕾作品《天鹅湖》《睡美人》《强盗的女儿》《胡桃夹子》。首日直播吸引了18万人订阅频道，并获得超过200万观看量。

比利时罗莎舞团鼓励宅在家的观众和舞蹈爱好者们“动起来”，在家中拿起一把椅子，就能练习舞团的经典名作《Rosas danst Rosas》。罗莎舞团在社交媒体上公布了这段舞蹈的分段指导视频，获得疯狂转发，大受好评。

互联网与剧场艺术不是矛盾体，线上线下各有资源优势

“云剧场”的诞生究竟是艺术团体的无奈之举，还是一次对演出生态的集体探索？或者可以这样说，当疫情结束，场灯亮起，传统剧场重现昔日繁盛后，“云剧场”是否就失去了它的意义和价值？有学者认为，它将在此次危机过后被延续下来，成为一种常态化的艺术陪伴。

“英国国家剧院现场”的高清戏剧放映项目NTLive，从2009年起将影像化的戏剧输送到全球，吸引超过550万人次观看。在伦敦西区上演的一些口碑剧目、明星话剧如《李尔王》《欲望号街车》《天窗》《深夜小狗离奇事件》《哈姆雷特》《科里奥兰纳斯》《女王召见》等通过一个个大银幕走向世界

各个角落。NTLive的成功是一个令人瞩目的文化现象，它推动人们开始思考媒介化时代戏剧的命运，而此次通过互联网渠道的推广与其带来的流量效应，似乎加速了这个进程。

值得关注的是，近期《一仆二主》《第十二夜》等多部NTLive作品在B站、优酷等互联网平台限时免费放映，带来巨大的观众群体。《一仆二主》上线两天，点击量就突破了五万，一周不到就冲到了十万，观众人数远远超过电影院和剧场。但有学者担心并质疑，不管“英国国家剧院现场”是直播还是录播，它都是剧场艺术的媒介化复制品，而不是剧场艺术本身，新媒体取代了身体的现场性，或许终有一天，舞台将被影像彻底吞噬。

“现在谈论传统舞台被互联网驱逐，还为时尚早。”上海现代人剧社社长张余在接受本报采访时表示，传统剧场的质感仍是无法被互联网体验所取代的，受到在线放映的影响，多少对未来的剧场创作造成一定的压力，但压力会带来创新与进步。艺术工作者要面对的是如何让剧场演出产品变得不能替代，因而疫情结束后会有新的艺术样式产生。互联网与剧场艺术本身不是一对矛盾体，要看如何巧妙地利用它们的优势进行创作。线上传播应该提供特别定制的多样化内容，让观众在线上和线下获得不一样的观赏体验。

沪上重要的话剧地标——上海话剧艺术中心近期把24年来“佐临戏剧奖颁奖典礼”的珍贵影像放到了直播间。这个上海戏剧人一年一度的重要节日，在往日里一票难求，节目上线后获得了诸多好评。自剧场按下暂停键以来，上话积极发展线上模式，“云上剧场”“云上课堂”“剧场的耳朵”等品牌栏目，全方位地架起与观众的桥梁。从目前“云端剧场”的弹幕、留言反馈以及微博、微信转发阅读量来看，业界对恢复演出之后的市场仍然充满信心。《简·爱》直播的弹幕上，剧迷们纷纷吐露心声：“戏剧给了我生活的勇气”“特殊时期，还好仍有戏剧相伴，剧场，好久不见，想你了！”