

《不眠之夜》《醒·狮》付费直播成为线上演出新热点

定制服务锁定细分市场，“云舞台”能否为演出行业提升“钞能力”

■本报记者 宣晶

“1元看《醒·狮》”“2元看《不眠之夜》”成为今夏线上演出的火爆话题，“云演唱会”“云剧场”频频“出圈”，越来越多的观众愿意为此买单。近日，停演近5个月的沉浸式剧场——上海版《不眠之夜》开启网络直播，喊出“2元看《不眠之夜》”口号的直播间被热情网友挤爆，最终观看人数定格在近100万人次。此前，原创舞剧《醒·狮》以1元公益票价线上放送，吸引340多万人次挤进直播间观看，观众群体覆盖全国30多个省市区。

站上“新风口”的线上演出能否为行业打开更广阔的空间？“剧场演出捕捉并聚拢艺术家与观众的情感共鸣，这种特殊‘能量场’是冷冰冰的屏幕无法替代的。但‘云演艺’可以尝试推出定制化服务，让受众沉浸在艺术的交互与共情之中，从而诞生另一种奇妙的观演体验。”上海音乐学院数字媒体艺术学院教授代晓睿说。值得注意的是，网络直播凸显了强社交属性，观众可以通过弹幕发表观点、点赞打赏。据不完全统计，《不眠之夜》直播间“云喝彩”次数达36.2万，近3000名观众热情打赏。业内人士建议，“云舞台”不仅能为不同消费群体定制互动“体验版”，还能线下演出大幅“引流”，以更大“带客量”开拓全新艺术市场。

试水“定制版直播”，电影般运镜吸引百万网友围观点赞

常态化疫情防控下，演出行业以科技手段、良心票价和跨越地域的演出方

式，盘活一度遭遇重挫的演艺市场，并催生出生机勃勃的线上新赛道。在上海文广演艺集团的众多内容IP中，沉浸式戏剧《不眠之夜》一直独领风骚。观众和业界最关心的是，实时直播是否会有线下演出的浸入感和震撼感，抑或会化学反应出其他的独特体验？8月16日，《不眠之夜》“TIME TO WAKE UP——我们想开了”开启实验，试水沉浸式演艺的直播模式和付费方式。两个多小时的直播热度居高不下，在抖音和微信视频号双平台均冲上了实时热搜榜。

不同于一般戏剧，《不眠之夜》的多线剧情和沉浸式属性，令其保持着浓郁的神秘感。如果单纯把《不眠之夜》原样照搬到网上，势必剧透故事情节、瓦解剧场氛围感。为此，《不眠之夜》上海制作团队和打造出多个综艺爆款的幻维数码，围绕原本的故事线和角色设计了全新的番外故事，并借助5G高清和多视窗实时传输技术，为观众打造了另一种延续戏剧梦的定制版本。

直播间里，在10余位演员的带领下，观众作为闯入者和探索者，步入探寻上海最神秘的剧场。昏黄冗长的走廊、光怪陆离的灯光、竹林中缠绵的双人舞、病床上痛苦的挣扎……颇具冲击力的镜头让观众迅速融入原剧的支线情节。配以剧场版所没有的画外音旁白，他们或重温演出片段和场景，或解锁之前尚留悬念的剧情，或探秘未曾到访的秘密房间。老观众纷纷表示，直播版《不眠之夜》增添了太多“惊喜”，新人们则认为，“云剧场”打破了对舞台演出的固有想象。

影像跟戏剧的结合，不仅要表现实时记录的功能，更要进行艺术语汇的转

化。《不眠之夜》摄影师主视角镜头表达充满沉浸感，被观众一致点赞，“如同电影一般的运镜，每个切换都如此自然”“一镜到底的同时还保证了清晰度，比眼睛还会抓重点”。可见，现场艺术的线上化需要深耕探索，积极调动主创演员、拍摄团队、技术人员等各方合作，充分运用灯光舞美、舞台装置、剧场空间等多种因素，以最贴合、最准确的影视语言，着力表达舞台演出中最精髓的部分，呈现出“在线即在场”的演出效果。

“实时+直播+沉浸式+付费”，《不眠之夜》又一次带动了业界对在线演艺的关注和讨论。专家认为，直播定制版《不眠之夜》探索“实时影像戏剧”的新样式，并由此诞生一系列新名称、新概念，或将对艺术传播带来新的影响和嬗变。“与线下剧场相比，《不眠之夜》沉浸式直播所面对的受众呈几何级增长，获得了很多观众观剧习惯和偏好的信息数据。”在上海文广演艺集团总裁马晨骋看来，内容与数字界面怎样磨合碰撞，新的可持续商业模式如何搭建，都需要不断尝试和摸索。“今后，《不眠之夜》将持续试水沉浸式的演艺直播模式，为后续探索提供参考支撑。”

培育大众“云赏剧”，不仅仅为演出市场“变现”提速

“疫情当下，每一部作品，每一个文艺院团都举步维艰。每一部作品的演出，凝聚的都是院团和主创团队的心血，这些并不能用钱来衡量。希望所有人是因为对舞剧艺术的欣赏而非同情。感谢每一位关心大狮子的观众，感



《醒·狮》原计划在四川大剧院连演两场，却因当地突发疫情演出被临时取消。面对空旷剧场仍奋力演出的《醒·狮》舞者，在“云端”收获了观众的掌声与感动。

谢每一位愿意走进剧场观看舞剧的观众。今晚七点半，大狮子云上见。”7月21日，舞剧总编导钱鑫转发《醒·狮》“1元直播”海报，并在朋友圈写下了这样一段话。在他看来，舞剧是现场的艺术，离不开演员和观众在时间和空间上的共时、共地、共鸣的沉浸体验。“无论东西方的任何舞台剧种，都在剧场构建出一种现场感、仪式感和沉浸感。”

然而，疫情以来，转战线上却成为“不得已而为之”的新赛道。7月20日至21日，《醒·狮》原计划在四川大剧院连演两场，却因当地突发疫情演出被临时取消。当时已经搭台完毕的《醒·狮》

决定当晚空场演出，并以1元公益票价线上放送。消息迅速在社交媒体传播，一度成为微博热门话题。面对空旷剧场仍奋力演出的《醒·狮》舞者，在“云端”收获了观众的掌声与感动。最终，超过340万人次挤进直播间观看《醒·狮》，其中四川观众占了近一半，广州占比近15%，上海、重庆、西安等8座城市的观众都超10万人次，还有海外观众慕名而来。

历经演出取消、转战线上、意外出圈等戏剧性情节，《醒·狮》成为直播“爆款”虽有其特殊性，但剧场演出走向“云端”已渐成趋势。北京人民艺术剧院建

院70周年线上“经典剧目放送及导赏”活动，观众超过两亿人次；仅6月12日晚，就有5000万人次进入直播间观看8K技术录制的经典话剧《茶馆》。7月30日，大型经典舞剧《丝路花雨》在新甘肃客户端视频号进行全球网络首播，吸引20多万人在线观看。清华大学教授、中国文艺评论家协会副主席尹鸿认为，新媒体时代的文化传播路径，主要有共享艺术增加受众面、培养受众的审美趣味、培育未来的营销市场等三大功能。“培育受众云上看剧、欣赏剧，培育受众的观看习惯，将来才可能在产业市场打开一个新窗口。”

《欢乐颂3》《少年派2》等热门剧集续集的播出不及预期

从被催更到被挑剔，剧N代经历了什么

■本报记者 王彦

谁都没想到“续集”成了暑期荧屏最具争议的话题。

《少年派2》收官，据中国视听大数据，最后三天的收视率竟是全剧最低的三天，完全不匹配大结局应有的热度，也比不上该剧定档时的一片欢腾。《欢乐颂3》属于出师不利，开播时热度不低，连登热搜，只是负面的声量完全淹没了正面评价。《民国大侦探》虽不算大IP续作，但比起系列第一部《民国奇探》，这部新作没能如愿获得原剧粉的好评。相对而言，并不完美的《二十不惑2》成了暑期档唯一在口碑上能比肩第一部的续集。

且不论《欢乐颂3》《少年派2》的初代都曾引爆收视与话题，单是“剧一代”收官后观众对续集的催更热情便叫人记忆犹新。从被催更到被挑剔甚至被冷落，“剧N代”经历了什么，“续集难工”真的是国产剧创作挣脱不了的宿命吗？

北京师范大学艺术与传媒学院副院长、教授杨乘虎认为，公允地看，包括《欢乐颂3》《少年派2》在内，这批续集就剧作本身而言，水准都在国产剧的中上范围，但它们的完成度不如观众成长的速度、期待的高度，也是事实。在他看来，“续集并不存在创作的天然屏障。但如何把握好存量观众与新增观众的关系，如何精准找到续集应当延续什么样的内容，确实是创作者需要审慎思考的命题。”

对于续集，观众期待的不仅仅是人物的命运

期待续集时，观众在期待什么？网友的观点大分为两种：对原班人马再续前缘的念想，对剧中人命运走向修补“意难平”的期待。《少年派2》和《欢乐颂3》正好提供了两个典型样本。前者保留了原班人马的绝大部分，讲述林妙妙他们步入社会的故事；后者借着“欢乐颂”的IP对角色和演员进行了大换血，让“新五美”实现新的女性理想。但从播出效果来看，原班人马和新故事，都没奏效。哪里出错了？

杨乘虎说，续集的创作者必须得把观众的期待前置考量。“最理想的续集，应当满足观众面对续作时‘温故而知新’的普遍心理预期，既要原班人马带来的熟悉感、亲近感，也要在新故事里体现出新的创意。如此，才可能在留住存量观众的同时，开拓增量受众。”

照此标准，《欢乐颂3》从官宣阵容起，就已丢失了“温故”。没有了安迪、樊胜美、曲筱绡那几个活色生香的角色，还能称之为“欢乐颂”吗——类似叩问，遍布各大社交平台。没能成全原班人马，《欢乐颂3》非



但没享受到前两部的情怀红利，反而让前作成了续集的“强大对手”。在专家看来，就是因为从演员到角色悉数改头换面，丢失了剧作与观众之间的情感链接，极大的不确定性和陌生感取而代之。这对创作者而言，无疑是自制门槛。

但这也并不意味着，凑齐了原班人马，续集就定能拿到更高的起评分。《少年派2》的阵容对观众很是友好，主角团里仅仅更换了邓小琪一个角色，观众希望看到的“一秒”CP不仅有了美好结局，过程也足够甜蜜。可下滑的收视曲线做了不假，心心念念的人物命运有了续章，观众却走着走着就散了。叙事重心的偏移，也许是最大因由。如果说《少年派》的成功源自林妙妙与父母的代际话题、高考奋战那一年的青涩岁月，它吸引的受众包括来看家庭教育的父母、来追忆高考人生的年轻人，那么《少年派2》展开的故事多少有些脱离了前作的受众群。剧本从林妙妙大学毕业后切入，前作里贡献过高光故事的代际关系退位，年轻人的职场、友情、爱情占了绝对上风，其间还夹杂抑郁症、创业等社会话题，令叙事逻辑和框架都发生了转移。

“续集并非简单地以角色生命的轨迹来延续，而是要审慎判断好观众对原作、

原来角色、人物关系、叙事逻辑的认同度产生的最大情感共鸣点是什么，在此基础上充分尊重、适度修正和拓宽。”杨乘虎以《小欢喜》《小别离》举例，剧中的角色命运并不能一一对应、延续，但剧本对代际关系、家庭教育的探讨命题是一以贯之的，由此回归了目标受众的期待；他又以经典的《上海一家人》与《若男和她的儿女们》为例，“人物在剧中成长了，时移世易的命运感也有了，而应当与他们命运同步变迁的人生所承载的宏阔社会容量，剧作也呈现出来了，这就是一部优秀续集成功的关键”。

从1到“N”，递迁的不只是观众审美

中国电视艺术委员会编辑部副主任闫伟指出了互联网时代拍续集的“双高”挑战。“前作珠玉在前，观众常常抱着曾经沧海的心态看待续集，无形间制造了评价的高门槛；萧规曹随，意味着题材框架既定，要在旧模式里讲出新故事，尤其是在瞬息万变的互联网时代创造新的观感，难度又是一高。”

《欢乐颂》面世于2016年，在彼时许

多电视剧还沉迷“雌竞”的大环境里，22楼五美互助的故事一亮相，便引发无数好评，也从此卷起女性群像剧的风潮。六年过去，女性群像、女性叙事、女性话题肉眼可见地拥有流量高地。一边是同质化作品井喷，一边是社交网络上对于女性命题的关注与探讨，乃至社会事件屡屡刷新大众对相关议题的认知。其间涌现的理念也好、对社会伦理形成的冲撞也罢，已领先于绝大多数剧作的闭环式创作。这样的大环境下，《欢乐颂3》仍然沿用六年前五位陌生女性略显生硬的相识相知相亲相爱的叙事框架，难免败给了时间差。很典型的例子就是，观众对《欢乐颂3》五美的结识过程充满了无法理解，却似乎忘记当年安迪、曲筱绡、樊胜美、小蚯蚓、关关能成为朋友，同样是值得商榷的。

对比舆论环境与观众审美的递迁，《少年派2》同样略显陈旧。当我们在这两年已经看过了悬疑女性叙事如《江照黎明》，当我们为承载了历史感的《人世间》女性故事动容，当我们见识过《安家》《理想之城》对职场女性的深刻描摹，再来审视《少年派2》，它所叙述的职场生活、情感观照，面临着创新度不够、对待社会发展现实的承载力不足。因此，要想复制前作辉煌，总是力有不逮了。

■本报记者 许畅

中国金银器史，很大程度上也是一部古代社会风俗史。不过，比起在博物馆中更常见的书画、金石、玉器、瓷器等，学者杨之水直言“金银器可谓一俗到骨”——它在社会生活中扮演着被人贪恋和追逐的角色，研究金银器也要对时代风气和世俗潮流有着很深理解。

倾力二十载，走访全国各地文博机构，观金金银器数千件，中国社会科学院文学所研究员杨之水结合文学和图像进行考据定名，重续古典传统中“文”与“物”与“史”之间断裂的脉络，撰写了五卷本新著《中国金银器》，近日由生活·读书·新知三联书店出版。这套书全景式展现了古代金银器的制作工艺、纹样设计，以及其中蕴含的丰富社会文化史。

面对沉默无言的出土文物，要做到一一引证有据、名实相符，此中艰难甘苦自知，按扬之水的话来说，只为朴实初衷：“它们就在那里，只等我叫出名字。”书中展列近四千件金银器作，回溯自商代至清代的金银器之史，分别收录先秦两汉魏晋南北朝、隋唐五代辽、两宋金元、明清各个时期具有代表性的相关金银器文物，一方面揭示古人器物制作流程和使用场景，一方面探究古人的说法，即在“诗”“物”间架设桥梁。

五卷分为五色，取中国传统五行的代表色，每卷选择一件器物烫印在护封上，都有这一卷鲜明的时代特征。比如卷一，先秦两汉魏晋南北朝的金银器，当时受域外特别是北方欧亚草原影响较大，封面一对金饰在北京平谷刘家河商代墓葬出土，是全书年代最早的器物之一，历经四千年色泽如新，这类饰品在同期的北方草原分布广泛，说明这一带曾具有高度的社会流动性。书中大大小小的金银日用器皿、首饰物件，曾经伴随古人日常生活，后历经漫长岁月，在发掘之后重现于今日世界。撰序的李曼教授如是评价：“这部研究巨作是一次文化史意义上的考古发掘——从尘封多年的出土金银器中发掘关于设计、制作、使用、传承的信息，进而考察它们的发展脉络。书中构成叙事的器物图四千余，绚烂如宋人青绿山水长卷。”

正如书中导言所写：在中国古代士人的世界中，重“金石”而很少提及“金银”，这两个词虽一字之差，但相去甚远。士人对金石（主要指钟鼎碑碣）往往世代守护，撰写各式学术笔记、文献目录，对金银的态度则是重在当下。盛世的时候，金银首饰和器皿作为富家之物，不断推陈出新，通过销熔再造以追求时髦的样式；到了乱世，这些东西都可以拿出来变卖，成为保命的本钱。金银器是艺术，也是财富，不论盛世、乱世，古人都不太在意对金银器的保存。宋代以来，传世的金银器物并不算多，更没有一部金银器史。

撰写《中国金银器》既需要对古代金银工艺了然于胸，熟悉各个时期造型、纹样的特点，又要从历代文献中搜寻物件出处的痕迹，结合文献记述以观察实物。器皿之外，金银首饰于全书占重要地位，因其所具展示性而成为生活时尚不可忽略的风向标——工艺品的流行题材大都出现在金银首饰上，虽方寸之地，却是一时代流行纹样之聚珍。

除了风尚，金银器里也有“文学”。长沙窑器上的宋词，还有宋元墓室以诗歌饰壁，见出时代风气，也显示工匠造诣。从诗词与绘画的意境中汲取设计灵感，创造新的造型与纹样，文学是器皿首饰设计的重要蓝本，形成从容自在、意趣盎然的本土美学。扬之水通过融“物”入“文”入“史”的书写，赋予金银器生命的气息。

前不久，扬之水与北京大学历史学系教授赵冬梅线上分享时谈到，当今强调“跨学科”大背景，文史自古以来不分家，诗之所谓“言志”与“载道”，都是对社会史生活史的书写。对“物”的认知，也处处有故事。“历史研究可以利用文本讲出有声有色的故事，而名物研究可以为历史研究提供细节，包括实物和图像。”

五卷本《中国金银器》全景式展现古代制作工艺 美物蕴藏古代风俗密码，中国首部金银器通史面世