

“白发大侠”方锦龙、自得琴社先后热演申城舞台——

“后流量时代”，国乐顶流们在想什么

■本报记者 王筱丽 实习生 孙彦扬

“白发大侠”国乐艺术家方锦龙结束在宛平剧院和弟子们的国潮音乐会，又赶往北外滩友邦大剧院和汤家班进行一场师徒之间的对话，国乐团自得琴社则在YOUNG剧场以一台江南丝竹新国风乐集诉说“江南好”……近期，申城剧场国乐国潮“含量”拉满，当观众们调亮手机电筒，点点星光应和着唢呐、马头琴、琵琶等民族乐器诠释的《沧海一声笑》，谁能说这不比一场演唱会更high呢？

伴随舞台样式和传播方式的迭代，国乐已逐渐揭下了“小众”的标签，穿着汉服听一场国风音乐会正在成为年轻人日常生活的仪式感，甚至在海外，都能感受到这股热潮。传统、创新、原创，在与记者的对话中，关于国乐的发展和传播，“顶流”们给出了这些关键词。但正如任何一种“流行文化”所面临的课题一样，如何维持艺术的长久生命力是创作者在拥抱热度之后需要冷静面对的问题。尤其是面对有着悠久历史积淀的民族乐器与音乐，在创新进程中要不要“流量为王”，艺术性和娱乐性能否更好地“兼得”，进入剧院的演出能真正做到“叫好又叫座”，热闹之后思考才刚刚开始。

“方全会”期待更多年轻人登场

上周五，“方锦龙和他的弟子们”国潮音乐会几乎让宛平剧院的过道没有落脚之处。996个位子早早售罄后，剧院方又在走廊加座100余席，依旧被快速抢完。演出中，民族管乐、琵琶、古筝、马头琴等乐器纷纷登场，方锦龙更是再展“方全会”的本色，除了常见的民族乐器之外，他还展示了骨笛“俞”、中国最早的竹片做的“簧”以及历史悠久的五音乐器“尺八”。

演出前，方锦龙为当晚的完美呈现忙到了最后一刻，“演出中我会演奏十几门乐器，比在B站更多”。方锦龙的“出圈”不能不提他2020年在B站跨年晚会的惊艳亮相，他一人“对战”百人乐团，用丰富的民族乐器带来串烧表演，成为不少年轻人心中的国乐代表人物。当方锦龙成为一个热门IP和票房保证之后，这份热度更多是指向他本人还是民乐？方锦龙的回答是：“民乐赶上了好时代。”“关键在于不断更新、变



▲自得琴社首场“非遗系列音乐会”《江南好》演出照。(演出方供图) ▲“方锦龙和他的弟子们”国潮音乐会演出照。(宛平剧院供图) 制图:冯晓瑜

化的演出，几十场不重样的音乐会，争取每一场都带给观众变化。”

不过，在互联网上因“会整活儿”而拥有大量粉丝的方锦龙，自认是一个“传统”的人，将重视积累、向传统文化致敬看得很重。50张唱片、大量的协作曲让方锦龙的底气十足，“我们在中国文化面前就像一滴水，只有融进传统的文化海洋，才不会干枯”。在社交媒体，方锦龙曾幽默地回复年轻网友：“别叫我老头，毕竟我还年轻，还有很大进步的空间。”谈到现阶段的目标，他期待收集齐56个民族的乐器，在不同的民族中都能找到有才华的年轻人，“更多年轻的演奏者、更多的方锦龙，才能让民乐永远传承下去”。

乐手上表演课，带来沉浸式国风体验

化身明代太仓学人，观众跟着以时

间脉络串联起的13首曲目，体验了明代江南市民一个寻常惬意的春日。自得琴社首场“非遗系列音乐会”《江南好》，舞台一如既往地精致典雅。给观众营造沉浸式的视觉享受是自得琴社的专长。团队根据每位乐手的角色特征，选用道袍、竖领、披风、比甲、曳撒、云肩等款式，量身打板定制，并在印染绣花部分融入竹子、松鹤等代表士人气节的纹样。

值得关注的是，此次上演的曲目皆为原创作品，乐队并未直接选用或改编江南丝竹的传统曲牌，而是参照曲牌风格全新创作曲目。音乐会艺术总监唐彬参考了江南丝竹乐队的配置，同时凸显了古琴的位置，甚至专门从明末虞山派琴家徐上瀛撰写的《大还阁琴谱》中编作出古琴独奏曲《桃源》。“我们做了很多功课，发现晚明时期的太仓可供挖掘的材料极多，如昆曲、绘画、诗文等，于是邀请昆曲名家施夏明配音，舞台中

加入活泼的舞蹈设计。”《江南好》导演张奕告诉记者，“就是我们的乐手本人都要上表演工作坊。希望通过融合跨界艺术，用自得琴社自己的方式展现晚明士人的精神风貌。”

自得琴社以过亿播放量线上起家，如今从屏幕走向剧场中，如何延续自身的独特风格？自得琴社社长朱里铨定下目标：坚持原创与玩转跨界。他坦言，这对于琴社而言，是一个必须适应的转变和一道必须跨越的鸿沟。“中国民乐个性鲜明，需要专业的谱曲与编排以使各乐器相互协调，对团队提出了更高的要求。”他认为，“当代年轻人喜欢更加多元一体的视听体验，都对线下演出的灯光舞美、音响调控提出了更高的要求。”经过几年实践，自得琴社目前逐步发展起一个专职的舞台团队，演出人员以琴社签约乐手与在校学生为主，线下剧场不再是线上节目的延伸，逐步发展为独立的业务板块。

■本报记者 王筱丽

修车工具制成的门把手、满满工业风的空间、四周墙面悬挂着车架……熟悉上生·新所的市民对位于园区内的自行车商铺“一九四零1940”不会陌生，但鲜少有人能预料到这里即将成为一处戏剧发生的场所。这个五一假期，由上海现代戏剧社带来的第四届上生·新所咖啡戏剧节将如约而至，《广告牌》《备忘录》《婚内失恋》《11号配方》四部小而美的作品将登上上生·新所的海军俱乐部、孙科别墅等场所，让这个城中新晋地标无处不舞台。

据上海现代戏剧社负责人张余透露，每年咖啡戏剧节在园区哪家店铺总会引来商家的期盼。过去三年来，10余部咖啡戏剧已经轮番在七八家空间演出了近百场。今年，咖啡戏剧节又寻觅到一处新空间——“一九四零1940”。届时，店中后现代工业风开放式的设计将与美国外百老汇咖啡戏剧《广告牌》亲密呼应，让观众们在镜框式剧场更快融入到戏剧情境中。将上演于孙科别墅的法国咖啡戏剧《备忘录》，讲述发生在公寓的一场离奇浪漫的情感狩猎，奥斯卡金像奖终身成就奖获得者让·卡里埃尔的名作与现场建筑的交融，会让人不禁产生恍如隔世的惆怅。

海军俱乐部将呈现双面舞台剧《婚内失恋》，由两岸戏剧人合作创作，原作为销量百万的“疗愈系作家”邓惠文所著。舞台剧演出以同一个时空，借由三对同时代的夫妻，以交错演出的方式去探讨爱情本身，呈现现代人对感情的依归与心理状态。这部戏吸引了知名演员顾艳、张磊、赵洁、苏俊杰等加盟，清一色上海戏剧学院表演系毕业的演员们将呈现出学院派的表演风格。

香氛沉浸戏剧《11号配方》则是由一批95、00后主创原创的新颖作品，极具体验感。通过与园区内RE香氛体验馆的合作，将时尚流行的香氛体验制作与勾心斗角的戏剧内核故事相结合，并在戏外吸引潮牌青年亲手制作一款香氛产品带回家，融咖啡戏剧与商业品牌为一体。

今年举办至第四届的上生·新所咖啡戏剧节，不仅成为上生·新所的一张文化名片，也是每年上海国际咖啡文化节活动中，长宁区文旅融合的一项特色活动。历经四年咖啡戏剧的熏陶，区内书店、餐厅、户外装备店、品牌服饰店，甚至自行车店、香氛体验馆等大多开设了咖啡区，处处咖啡飘香，这在全国文创园区中并不多见，也成为上海城市更新的地标文化品牌。



咖啡戏剧节期间，位于上生·新所内的自行车商铺将变身成为戏剧发生地，带领观众沉浸式入戏。(主办方供图)

「咖啡戏剧」开进自行车商铺

第四届上生·新所咖啡戏剧节将于五一假期亮相

片场·视线

老派“港风”表演与时代议题的相遇

■本报记者 柳青

今年香港电影金像奖的颁奖夜，媒体和评论圈两次哗然：先是姜大卫获最佳男配角奖，接着梁朝伟六封最佳男主角。关于前者，资深的电影记者和影评人给出微妙的好评：“姜大卫竟然是第一次获得金像奖，这并不让人意外，因为在他活跃的时候，金像奖还没诞生呢。”至于梁朝伟获奖，口无遮拦的王晶导演做了许多人的“嘴替”：“《金手指》绝不是梁朝伟最佳演出，有点过火，比《2046》的内敛相差很远。如果我是他，会效法当年谭咏麟、张国荣，宣布不再领奖，把机会留给年轻一代。”

旧与新的相遇

梁朝伟以不是最佳状态的《金手指》得最佳男主角，实则他也是被选择的。《金手指》回望香港旧时光，梁朝伟的表演则是以不变应万变，旧时人物老派风流，从演员到电影都成了上一个世代的结晶琥珀，行业内把选票投向往日荣光。

对比之下，尽管高龄的姜大卫再上银幕，难免流露“廉颇老矣”的苦涩，但他的得奖被视为众望所归。甚至，与他演对手戏的《白日之下》男主角林保怡被认为是金像奖评选多年来罕见的遗珠之选。姜大卫和林保怡也是香港影视业里的“老人”，他们各自的表演也不同程度的带着不属于这个时代的痕迹，同是“老派”，梁朝伟备受争议，姜大卫和林保怡则被盛赞“人保怡”，这其中的差别宁说是针对电影，而非演员本人。新人导演的《白日之下》本身是不成熟的作品，但它给脚圈中的香港电影工业创造了特殊的价值，即，从前的世代如何进入当下的现实，老派的“港风”表演何以对接时代议题，“旧”怎样与“新”相遇。

表演扩充了剧作的厚度

《白日之下》的叙事主线围绕一桩香港本地的调查报道，一个胆大心细的女记者卧底揭开一家福利院虐待残疾病人的真相。其实这个题材分量并不在于呈现“铁肩担道义”的媒体故事，它存在着一个极为冷硬的内核：在单一的福利院虐待案例的背后，存在着泛商业唯商业的环境对人以



新人导演的《白日之下》本身是不成熟的作品，恰恰给了一群成熟的演员发挥的余地，为这个显得单薄的剧本扩充了世俗的厚度。图为《白日之下》剧照。

制图:冯晓瑜

及社会结构的异化，本该为公共利益发声的媒体因为盈利压力而濒临消失，本该作为公共服务的救助系统成为逐利的买卖，不受商业伦理约束的“生意”蚕食了正常的情理、道义和善意。影片在剧作层面没有足够深入地剖析这个故事内在的结构悲剧，对于一部新人作品而言，这样的缺憾是可以接受的，事实上，姜大卫在多次采访中不避谈“剧本和拍摄阶段很多时候表现得不够成熟”。

恰恰是这个不够成熟、有待完善的剧作，给了一群成熟的演员发挥的余地，作为主演的林保怡，以及戏份不多却屡屡制造亮点的姜大卫、胡枫和鲍起静，这些演员以各自丰富的行业经验和生命阅历，为这个显得单薄的剧本扩充了世俗的厚度。

以个体生存隐喻香港平民生态

姜大卫接到导演的邀约时，对“通俗”

这个角色作出了至关重要的修改建议，他把原本的苦情孤老改成“装疯卖傻”的人设，人物的“疯”和“傻”在似与不似之间，周围的人也不能完全清楚这老头是真疯还是装傻。自带表演型人格的通伯不仅给影片增添诙谐的变奏，同时在这个人物身上，姜大卫把“装疯”和“装傻”两种表演风格辩证且自洽地融合了。每一次，通俗用力过度地“表演”傻乎乎时，往往是在户外的、远离福利院的、光鲜的环境里，他最夸张的“表演”是在看得到落日与航标的港口，而在充满不堪秘密的福利院里，在人群中的通伯，姜大卫的表演是低姿态的、无痕迹的，仿佛来自生活的阅历平等地照拂了戏剧内外。在通俗身上，姜大卫以有着对照意味的两种表演，释放了香港不同的城市空间里所具有的生存意味。

以个体生存状况隐喻香港的平民生态，在通俗和姜大卫这里，是明与暗的对照。到了林保怡所扮演的福利院长，就是深入了层层叠叠的灰的阴影。林保怡在《白日之下》中不仅给出他从业多年来堪称最佳的演出，并且，他的表演极大地丰富了这部剧作的况味。换作浮皮潦草的表演，影片里的福利院长很可能是个标签化的恶徒，一篇深度报道引发的司法诉讼难免滑向惩恶扬善的类型叙事。曾以“冷面小生”著称的林保怡，原本就擅长以“反类型”的方式，用将心比心的低姿态演出香港小人物的充实内在。在《白日之下》里，他进一步地褪去TVB电视剧表演中可能有的任何表面化的痕迹，变回“小于生活”的微表情和微动作去表演一个卑微的恶人——那是一个作恶的人，也是一个卑微的人，他在社会救助系统和商人的“生意”里都是被伤害、被背弃的，这个苟活的幸存者试图在暗处建造给自己和同类的“乐园”，而他终于成了这个暗处乐园里的“暴君”。林保怡的诠释，抽丝剥茧地具象化了一种卑微者的生存逻辑，他凸显了角色内涵复杂的“悲哀的恶”，也从中道尽一个高度繁华之地“暗处有什么”。

某种程度上，《白日之下》是当下的香港电影创作的一种缩影，年轻创作者的能力和并不足以正面强攻时代议题，他们固然有锋芒和勇气，而推着他们走得更远的，仍是影视工业里的“老人”们。

以品牌塑造彰显“上海文化”标识度

(上接第一版)中共一大纪念馆党委书记、馆长薛峰表示，让红色资源真正“活”起来、“热”起来，既要挖掘用好红色资源，也要面向未来不断推陈出新。在党的二十大胜利召开后，中共一大纪念馆红色讲师团组建，推出“二十大代表讲二十大”专题党课与“党性教育系列专题课”，现已讲述347场。而《新的新青年》《青春之中国》《红夜》等情景党课、沉浸式戏剧《思南路上的枪声——向着光明前行》等创新举措，让红色资源与青年人双向奔赴。

在中国上海国际艺术节中心党总支书记、副总裁杨佳露看来，艺术节始终以艺术性、国际性、人民性擦亮品牌，其实与上海这座城市的秉性相契合。“22届以来，艺术节网罗了全球国际天团来沪演出，同时积极扶持国内原创作品在艺术节舞台上亮相，更以‘艺术天空’品牌打造没有围墙的剧院。”富有魅力的品牌吸引海内外观众奔赴上海。

立足人民城市，凸显城市文化建设人本价值

如果说此次案例发布有不少体现着“专业严选”，那么最受市民欢迎案例则是百分之百的“市民之选”。上海市民文化节、市民艺术夜校、豫园灯会、上海书展、上海樱花节等，全部由市民投票选出。这项“民选”彰显了这座人民城市坚守为民发展之本，为市民群众打造诗意栖居、浪漫生活、美好家园的初心。

上海市民文化节的品牌有口皆碑，为广大市民的审美追求代言。“人民城市、人人出彩”的市民文化节经多年培育，已成了上海市民认识美、体验美、展示美、创造美的公共舞台，“以文化人、以美育人”的全民美育在上海深入人心。尤其近两年，以延时开放、公益收费为特色的市民艺术夜校火爆出圈。

同样为市民口碑相传的还有豫园灯会。自1995年首次举办，豫园灯会实现了从国家级非遗到文化艺术IP的时代转身。上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司总裁助理、首席文化官陈佳介绍：“我们以文化为载体，以中国灯彩为媒介，向全球观众讲述了真实生动的中国故事、中国文化。2023、2024两届豫园灯会全球游客到访量超820万人次，总传播量突破百亿。”

开放融合包容，创新城市形象的国际表达

倘若要为100个打响“上海文化”品牌的最佳案例提炼相似之处，应邀参加品牌大会的武汉大学党委常务副书记沈社海给出三个关键词：开放、融合、包容。在他看来，这些品牌打造尤为注重红色文化、海派文化、江南文化的融合发展，注重协同创新，以文商旅展的融合实现文化品牌价值的溢出效应；同时坚持开放和包容之道，在全球叙事中创新上海城市形象的国际表达。

近年来，上海博物馆突出“以史增信”，持续联合全国各相关文博机构，系统展示中国考古工作和中华文明探源工程取得的突出成就，“何以中国”已形成一股文化热潮。“国际范”也是上博品牌创新的一大亮点。上海博物馆党委书记汤世芬介绍，“从波提切利到梵高；英国国家美术馆珍藏展”等一系列融通古今中外的系列大展，展现来自不同文明、文化和地域的艺术，促进各国人民相知相亲。

自上线之初，上海城市形象资源共享平台“IP SHANGHAI”便用视觉语言服务城市外宣，汇聚海内外目光。作为上海市政府新闻办推出的全国首个城市形象资源共享平台，IP SHANGHAI上线两年多，聚集了数字资源上百万、专业创作者3万多人、入驻机构800多家，海外账号年触达5600万个，初步建成一个资源共享平台、内容共创平台和国际传播平台，在数字世界塑造上海形象。