

## 真诚走心赢了“顶流”配置

——B站、央视跨年晚会给同行上了新年第一“课”

理查德·克莱德曼



方锦龙和洛天依



央视跨年晚会现场



### 文化娱乐现象 述评

近年来，荧幕上跨年晚会的竞争总是异常激烈，今年也不例外。湖南的火箭少女101、黄子韬、东方卫视的肖战、朱一龙……各家都纷纷祭出了“顶流”配置。可是，元旦至今刷屏的却不是那些“顶流”，而是首年办跨年晚会的B站。一台看上去原本“小打小闹”的跨年晚会，从去年最火的动漫IP《哪吒》到风靡全球的《哈利·波特》再到B站最大“IP”《亮剑》……用扎实的内容赢得了掌声，笑到了最后。

### 首次“亮剑”内容破圈

这是B站首次举办跨年晚会，460人的幕后团队，5个月左右的策划时间，可谓用心用力，而在晚会播出之前，几乎没有听到他们太多高调的宣传。

在大幕拉开那一刻，观众真正看到了节目组的诚意。晚会开场就充满了B站的底色，即二次元属性。第一首歌便是票房过50亿元的国产动画电影《哪吒之魔童降世》的《一朵莲花》，还有周深演唱的动画片《千与千寻》的主题曲，琵琶演奏家方锦龙也和虚拟偶像洛天依一同表演《茉莉花》。

更可贵的是晚会敢于“破圈”，无论是《权力的游戏》主题曲，还是让80、90后心中的钢琴王子理查德·克莱德曼来弹奏《哈利·波特》电影主题曲《海德威变奏曲》，上个世纪八十年代Disco教母张蔷，还有

火影、魔兽、魂斗罗、钢琴、尺八……这些都是B站对不同年龄段观众美好记忆的真正关切。

尤其让人印象深刻的当数《亮剑》中扮演楚云飞的张光北演唱的《亮剑》主题曲《中国军魂》。导演宫鹏透露，在正式设计晚会节目前，B站曾经提供给导演组一份数据，通过这份数据导演组确定将日漫、国风这些明显具有B站特色的内容纳入晚会框架，而“亮剑”便是他的意外所得。在数据上，《亮剑》在B站具有极高的人气，而在国庆70周年阅兵仪式大火的《钢铁洪流进行曲》能够进入节目单完全是大数据的选择。于是，导演组把《亮剑》和《钢铁洪流进行曲》相结合的创意，在宫鹏看来“这是一个有新意的爱国主义表达”。

最终，这场“2019最美的夜”在直播时获得了同时8000万的观看数量，录播视频截至目前获得5264.8万次播放，产生了166.7万

条弹幕，时隔3天仍然有49114人在同时观看。据悉，晚会后数个交易日哔哩哔哩市值暴涨了近50亿元人民币，股价创下自2018年6月以来新高。可谓叫好又叫座！

### 转变思路 真诚扎实

要说明星阵容，B站请来的五月天、邓紫棋、周笔畅、胡彦斌、GAI周延、周深等流行歌手，算不上“顶流”。可是，从导演宫鹏的思路上看，B站跨年晚会能赢得观众，其根本也是基于流量和数据，这些数据与各大卫视的跨年晚会的没有什么不同，只是B站参考的流量不同，节目编排的时候，也不是请来“流量”随意派个节目热闹就好，而是给到年轻人已经经过验证的、他们真正喜欢的内容。

相比之下，每年跨年都霸屏的几大卫视还在走拼人头的老路。跨年演唱会的“鼻祖”、“流量”的大本

营，湖南卫视在流量明星方面基本没有输过，今年，湖南的路数几乎和每年一样，除了顶流，一无所有。上海这边，尽管将当红人气小花小生尽收囊中，在肖战、朱一龙、李现、张艺兴、迪丽热巴纷纷加持的同时，更是推出了诸多和互联网行业融合的创新尝试，引来了快手这样“顶流”级企业赞助商的全力支持。可是在节目内容上，除了那些人脸，几乎没有真诚走心的节目。

难怪看完B站的晚会，观众说，“这才是我们想看的跨年晚会”，晚会播出的第二天，还赢得了《人民日报》的点名表扬：《网友：这场“跨年晚会”很懂年轻人！》。相比较而言，各家卫视就已经脱离了跨年晚会的初衷，挤得满满当当的主持人，本来就说不了几句串词，一开口就念赞助商广告。明星演员表演流于形式，唱不好反正可以对口型，主持人采访嘉宾尬聊的也多。

应该说，如今观众已经不再满足于只看流量艺人出来露个脸，而是需要真诚的节目。除了B站之外，今年的央视跨年晚会《启航2020——中央广播电视总台跨年盛典》也赢在了内容扎实上，观众可以遍览“年度热点”——中华人民共和国成立70周年庆典、中国女排以全胜战绩蝉联世界杯冠军、大兴机场和京张高铁投入运营、世园会和进博会成功举办、五四百年、澳门回归20周年……跨年盛典紧扣这些大事件，还用新闻性聚焦背后的普通人，最终全网话题阅读量破9亿。

要做好节目，要了解年轻人，做他们的朋友，体味他们曾经体味过的酸甜苦辣，才能找到动人的旋律，做出精彩的节目，让观众和节目都在岁月长河里留下剪影。

本报记者 吴翔

### 让传统文化活起来

## 红包会打拳 对联英文写

国潮文创年货节年味里头有潮味



周末两天在世博会博物馆举行的“国潮文创年货节”(见上图 记者孙中钦 摄)，人流不断，展出500余件来自百位海内外华人设计师、插画师的作品，“颠覆”了市民游客对传统年货、年味的认知。许多95后设计师对新年的理解表述，整体风格可爱、活泼，乍一看完全不会想到是新春年货，更多是快乐、愉悦的抒发。

本次展览分为“年腔调”“唯好物”“食物恋”“礼尚引”“美好缘”“潮人志”“趣引力”七大板块，展出的作品种类涵盖文创IP、原创艺术品、文创食品、文创生活用品等。

以春节传统礼俗里的红包为例，咏春宗师红包的设计就十分精巧，在将钱抽出红包的过程，红包会演示一招咏春拳的拳法，全套六张红包就有六个招式；《多来米发》

2020鼠年贺岁茶礼，将大米作为核心元素，并选取金童、玉女等吉祥元素，巧借英文创作新书法字体，描绘一幅“鼠报丰年”的盛景，把茶礼变得有趣好玩，既有传统又显新意；《鼠一数二》幼儿认知礼包，包含传统醒狮头套、中国龙万花筒、十二生肖游戏卡等12种国风设计玩具，在儿童启蒙教育中传递中国传统文化；《年在一起》礼盒以新春街市为

创意原点，通过经典长卷插画创作手法，将传统记忆和现代生活，串联到当代人的新春生活长卷里，其中的整副对联源自明代歌谣，讲述从腊月二十三到正月十五过年的年俗，因为还有海外市场，便催生了一版英文版对联。

在展览大厅里里面的一个展位上，镶嵌着花朵、晶莹剔透的耳环、吊坠吸引了许多新潮文艺女孩的驻足。记者了解到，这个设计小组的名称也非常有意思——“边跑边艺术”。

“边跑边艺术”由上海美术学院副教授、策展人马琳和一群年轻的艺术师以及上海美术学院的研究组成。他们在“社区美术馆计划”中，以展览、讲座、工作坊的形式，将社区营造、艺术乡建与公共文化政策创新相结合，是将当代艺术和艺术

家流动于城乡之间的一种新的方式，也是美术馆展览和公共教育在社会现场的新实践。“这次参加‘国潮文创年货节’的设计系列，就是‘边跑边艺术’小组在‘社区美术馆计划’中工作坊的产物。我们或是把日常生活物品如秋葵、藕片、跳舞花镶嵌在瓷片上，或是把绘画创作中的元素凝固在水纹中，以极简的造型体现形式的美感。”马琳说。

这些凝固着“美”的饰物都是手工制作，每一件都不一样，这些被透明玻璃封锁住的花朵和蔬菜，就像漂浮在清澈的山泉水里，带来了春天的气息，也体现了“艺术就是生活，生活就是艺术”的创作理念。

策展人之一阮红杰表示，2010年上海世博会的口号是“城市，让生活更美好”，这次海内外华人设计师的文创产品集中在上海亮相，在世博会博物馆举办国潮文创年货节，希望这些具有中国传统文化特色、有创意的作品，让更多人了解中国的新年文化，让大家的生活更美好。

展览周一休息，明天继续，直到19日。

本报记者 徐翌昆