



见证华语流行音乐百年历史的EMI唱片(EMI China)、半世纪以来粤语流行经典代名词宝丽金唱片,昨日宣布将在内地全新重启,进一步加码发掘打造本土音乐人。



■ 孙红雷饰演李成阳

■ 刘奕君饰演何勇

进一步加码发掘内地音乐市场

唱片圈老字号 内地重启

提起“宝丽金”,这三个特别喜庆吉祥的中文字,会让你想起谁?是谭咏麟、张国荣、王菲、陈奕迅、香港四大天王中的三个——张学友、刘德华、黎明,还是卡拉扬、帕瓦罗蒂、卡朋特兄妹,抑或是甜美如昨的邓丽君?

提起“EMI”或者百代唱片你又会想到什么?是徐家汇那座漂亮的红色小洋楼,是这座楼里灌录的后来成为中华人民共和国国歌的《义勇军进行曲》,还是“金嗓子”周璇、“银嗓子”姚莉、白虹、李香兰,或是EMI香港1997年签约的王菲,和后来签约的张信哲、萧亚轩、陶喆、蔡依林、孙燕姿?



“紧张得大气都不敢出,剧中几乎所有角色看起来都十分有压迫感……”追着电视剧《扫黑风暴》的观众这样感慨。这部当代扫黑除恶题材电视剧《扫黑风暴》在腾讯视频开播仅6小时,播放量迅速破亿,在东方卫视平台的收视率也拿下了全国同时段第一。荧屏上那些能让观众屏息凝视的故事大多源于真实案例。

这部剧讲述了中央扫黑除恶督导组进驻江省绿藤市,“前刑警”李成阳、年轻刑警林浩在督导组的指导下,和专案组组长何勇共同协作将黑恶势力及保护伞成功抓获的故事。孙红雷饰演李成阳,经历复杂,为查清案件真相苦苦追寻十余年,绝不屈服;张艺兴饰演年轻刑警林浩,有股初生牛犊不怕虎的勇气,也有与罪犯周旋的智慧。他们从原本的误会敌对,转变为后来的惺惺相惜,向着“扫黑除恶”这个共同目标密切合作。曾在多部作品中出演反派的刘奕君,这次“改邪归正”,饰演专案组组长何勇,一身正气,有勇有谋,体现高超的演技。江疏影出演新闻记者黄希,面对威逼利诱,始终坚守记者的底线与使命,与公安干警通力合作,为推动案件查办作出重要贡献。

整部剧环环相扣,悬念迭起,让观众在感受刑侦剧紧张刺激的氛围之余,也能深刻感受到扫黑除恶任务的艰巨性与复杂性。剧中,既有李成阳、林浩、何勇等为代表的公安干警,以及多部门的参与配合,也有以黄希等为代表的社会正义人士。他们凭借着一腔热血,运用智慧,冒着生命危险与黑恶势力殊死搏斗,即使被诬陷、被误会、被嘲讽,承受着常人难以想象的煎熬,依然坚守内心对正义的追求,誓要将黑恶势力及其保护伞一网打尽。

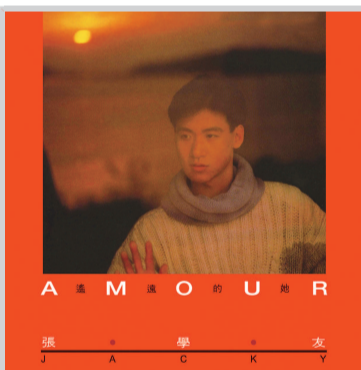
据悉,《扫黑风暴》中的案件均来自全国扫黑办提供的真实案件素材,包括全国轰动的孙小果案、操场埋尸案、湖南文烈宏涉黑案、海南黄鸿发案等。另外,剧中还涉及了当下套路贷、行业垄断等社会痛点问题,电视剧对这些案件的呈现与剖析,具有极强的现实意义。

《扫黑风暴》一步步抽丝剥茧,探寻案件背后的真相,更重要的是体现出“正义必将战胜邪恶”的主题,生动、朴实地传递真善美,抨击假恶丑。

本报记者 吴翔

开播六小时播放量破亿

《扫黑风暴》背后 都是真实案例



服务本土音乐 挖掘明日之星

EMI唱片拥有上百年历史,见证了华语流行音乐的发展史。此次EMI唱片在内地的重新启动,也标志着这一拥有辉煌历史的厂牌翻开了新的一页。未来,EMI唱片将在北京组建独立的A&R(发掘、训练歌手的部门)和市场营销团队,并联动香港宝丽金唱片的团队与行业资源发力内地市场,将致力于发掘本土唱作人、歌手加入宝丽金唱片旗下,与谭咏麟、陈慧娴、卢冠廷、陈慧琳等实力音乐人成为同门。其母公司环球音乐集团大中华区总裁兼首席执行官张松辉表示,环球音乐大中华区的顶级团队将为本土音乐人提供更专业、优质、全面的支持,发掘明日之星,助推华语流行音乐唱响在更为国际化的舞台。

让中国走出去 把世界引进来

昨天重启的除了宝丽金和EMI两大“老字号”,还有“环球音乐四大厂牌”中的另两个——“环球音乐中国”和Republic唱片中国,在进一步加码对本土音乐人的挖掘和打造之外,同时注重国际音乐人作品在中国内地的引进和发行。

环球音乐中国已经在本土运营15年,旗下汇集了众多优秀的国内流行音乐人之外,并代理发行环球音乐旗下国际音乐人的作品。环球音乐的古典音乐和爵士乐分支也备受推崇,不仅拥有历史悠久的古典音乐厂牌德意志留声机和笛卡,还签约了多位中国本土的顶尖古典音乐人,包括郎朗、王羽佳、杨雪霏、蔡程昱、王弢等,并与指挥家余隆及上海交响乐团紧密合作,推出了古典音乐现场演出厂牌——黄标现场。

相比于前三者悠久的历史,Republic唱片相对年轻,于1995年在纽约创立,之后于2000年被环球音乐集团收入旗下。虽然年轻,Republic唱片的实力却有目共睹,旗下汇集了包括泰勒·斯威夫特、爱莉安娜·格兰德、德雷克、威肯、波兹·马龙等在全球范围内大获成功的流行歌手,可谓国际流行音乐领域“顶流”。在过去十年美国“公告牌”的全球音乐厂牌排行榜上,Republic唱片七次名列第一。而Republic唱片中国是该厂牌设立的第一个国际分支,据称将很快公布第一批签约艺人的信息,这足以体现环球音乐抓紧布局中国市场的用意。

首席记者 孙佳音

马上评 很近,也很远

□ 孙佳音

距离宝丽金时代,邓丽君的甜美和张学友的醇厚,有些远了,哪怕百代唱片,王菲的空灵和张信哲的深情,也有些陌生了。华语乐坛,有轰轰烈烈的选秀,有热热闹闹的综艺,有一票难求的演唱会,但没有扎堆出现的传唱金曲和优秀歌手,似乎很久了。

不过,情况渐渐有了改变。不止是昨天宣布四大厂牌全新重启的环球音乐,华纳和索尼,也已悄然在这两年抓紧布局中国内地,尤其着力于本土音乐人才的挖掘和

培养。据国际唱片业协会发布的《全球音乐报告》显示,中国音乐市场规模连续三年排名世界第七,增速排名第2,高达33.6%。数据背后,是一定的规模,更是巨大的潜力。伴随着近年来国内相应的市场规范逐步确立,消费者付费习惯逐渐养成,线上与线下的业务模式都趋向成熟,人口和经济红利也将逐步释放。对环球音乐集团这样的国际巨头来说,在此刻入局押注中国音乐市场无疑是绝佳的时机。

可以想见,国际巨头的本土化运营,将带来许多与国外资源和市场连接的机会,引入更多先进经验,也能为优质的中国音乐提供走出去的机会。但浮躁的、急功近利的、越来越相信资本和流量的华语乐坛,距离春天,似乎又还很远。那些流传的名字,那些熟悉的旋律,那些传唱的经典,并不来自于资本的包装,也不全依赖于完善的培养机制,其根本是源于对内容品质的严格把关和匠心打磨,是出自对音乐的虔诚和敬畏。



■ 张艺兴饰演林浩