



宅草莓音乐节。



云蹦迪。

新裤子、谢天笑、曾轶可、黄旭等 70 余组音乐人以“音乐人宅家分享 + 2019 草莓音乐节演出现场”的形式，在 B 站平台上进行了为期五天的直播活动“宅草莓不是音乐节”，每天直播时长在 6 小时左右。

可能只有在疫情时期，你才会看到这么一场形式特别的音乐节。“线上音乐节”颠覆了以往传统的演出形式，也是疫情之下演出行业的一次创新探索和尝试。之前也没有做特别的宣传和预热，但“宅草莓不是音乐节”还是一炮而红，受到众多乐迷们的追捧，5 天直播累计超 100 万人次观看，单日最高在线人数 49 万，单日最高弹幕数近 10 万条。

线上音乐节有它的劣势，也有它的优势。劣势就是少一些现场的氛围，优势则多了很多妙趣横生的多元化体验。在现场你只能看到歌手唱歌，而在线上，艺人们最日常的生活片段也进入了你的视野。宋冬野在厨房里做传统春饼、丁武戴着口罩开美食课、五条人鼓手展示酸汤五花肉怎么做，这些生活场景绝对是你在音乐节现场看不到的。

这一次，居然连日本殿堂级的著名音乐家坂本龙一都来到了直播间。在“园音”线上音乐会中，他带来近 30 分钟的演奏，很多观众发现，当镜头给乐器吊钩特写时，上面刻着“中国武汉制造”，而在演奏结束时，坂本龙一用中文说了“大家，加油”。

这或许就是直播的好处吧，陪伴，互动，真实，没有形式拘束，突破距离的相互感受。

流行音乐家能想出妙招，古典音乐的剧院也不示弱。自 1 月 24 日发布取消演出、参观的公告以来，中国国家大剧院一直努力为观众打造一个 24 小时永不落幕的“线上大剧院”——古典音乐频道。“古典音乐频道”里汇集了 1000 多场高清演出实况、2700 多张中外音乐唱片、4000 多段幕后花絮及精彩

瞬间、300 多部音乐纪录片，涵盖歌剧、舞剧、室内乐、交响乐等多种艺术门类。观众只需登录古典音乐频道客户端“大剧院·古典”或国家大剧院微信公众号平台，即可免费观赏中外经典佳作。

与此同时，疫情时期，“云蹦迪”的出现，让受疫情影响长期宅家的年轻人，找到了一种崭新的娱乐狂欢方式。也迅速成为整个音乐圈和直播行业的新风向、被广泛讨论和参与的线上内容标签。

“云蹦迪”掀起的热潮令许多人倍感意外。2 月 8 日元宵节当晚，上海 TAXX 酒吧在抖音平台上直播酒吧 DJ 在家中打碟，一举冲上了抖音直播小时榜榜首，最高在线人数达 7.1 万人，打赏总收入 728.5 万音浪，折合人民币 72.85 万元。

TAXX 试水尝到甜头后，效仿者也蜂拥而至。2 月 9 日晚，ONE THIRD 在抖音上做了一场舞台直播，直播间累计在线人数超过 121.3 万人。快手也在日前发起了“不如云蹦迪”活动。来自北京、青岛、长沙、苏州、成都、重庆等一二线城市的众多酒吧纷纷入驻快手，进行“云蹦迪”直播。

当然，线上观看的“云蹦迪”“宅现场”只是权宜之计。毕竟，演出是必须要去现场观看的，在一个相对密闭的空间里，如何保障观众的安全，这是演出机构首先需要考虑的问题。在疫情没有得到有效控制之前，贸然恢复演出显然是不合适的。在疫情得到控制之后的相当一段时间里，剧场如何运营又是一个比较大的难题。假如严格遵守剧场上座率不超过 50% 的规定，显然剧场运营商将承担比较大的损失，恐怕没有哪个运营商会愿意赔本赚吆喝。云模式能走多远？取决于人们的智慧，相信没有人类克服不了的难关，随着疫情的进一步退去，我们的日常生活会逐步恢复正常。■