

“大花”演员为何要局限于古偶剧



□师文静

暑期档绝对少不了古偶剧。目前正在热播的仙侠剧《沉香如屑》由杨紫、成毅主演，是标准的大制作古装剧，但是15集看下来，该剧不仅剧情老套，杨紫饰演的角色也很同质化。目前来看，影视圈号召力很强的“大花”演员们，还一直不想脱离古偶剧这个舒适区，但不断地重复雷同的角色，给观众带来的只有审美疲劳。

《沉香如屑》让观众见识了什么叫古偶流水线复刻产品。《三生三世十里桃花》《宸汐缘》《香蜜沉沉烬如霜》《千古玦尘》等仙侠剧

的播出，牢牢地固化了该类型剧的叙事套路。这些剧都有类似的背景构建，神、仙、魔、妖、冥、人六界随意组合，而作为神仙界战神的男主角永远要保护六界苍生，为实现六界和平而战。女主角永远有独特的背景身份、高贵的血统，但要从小仙亮相，因为聪明、可爱引起“冰块脸”神仙男主角的注意后，两人坠入爱河，然后他们要突破各种无法谈恋爱的局限设定，历经三生三世的虐恋磨砺，最终幸福地生活在一起。

《沉香如屑》演到十多集，剧情已经开始大虐，杨紫饰演的颜淡被成毅饰演的应渊亲手送下“了无桥”，抹去前尘到凡间历练，而应渊在九重天也受到残酷的“情罚”处置。之前的《香蜜沉沉烬如霜》能够三生三世虐恋轮回，是因为剧情设置了女主角心脏被“陨丹”控制，不懂恋爱。《宸汐缘》

男女主角轮回虐恋，是因女主角身怀魔气，必须下天庭历练。《沉香如屑》的多世轮回虐恋是因天庭下禁令杜绝神仙恋爱，地位越高的神仙谈恋爱害处越大，谁谈恋爱，帝尊就让谁下凡投胎或神形俱灭……仙侠剧为了追求虐恋，都让天庭神仙们杜绝谈恋爱了。套路至此，演员也没有多大的发挥余地。《沉香如屑》中杨紫的角色与《香蜜沉沉烬如霜》中的角色很接近，古怪精灵的小仙被虐得心中充满仇恨地跳深渊转世了。杨紫对角色的塑造还与前作类似，大大咧咧的人物个性，抿嘴、瞪眼睛、摇头晃脑的可爱动作，眼神空洞的哭戏，表演很老套。颜淡这个人物比前作的角色还“傻白甜”，角色完全没有挑战性和新颖感觉。

杨紫演了好多部古偶剧，粉丝看不腻，不少普通观众其实对

这类剧和角色都腻歪了。杨紫其实是个多面手演员，完全没必要把自己局限于古偶剧中。从《大秧歌》《战长沙》到《欢乐颂》，都证明杨紫是能驾驭各类角色的，很有实力可挖，但局限于单薄的大女主偶像剧中，只能让表演越来越套路化，让观众很快审美疲劳。

不光是杨紫，当红的“大花”演员都不会放弃大制作古装偶像剧这类资源。哪怕是再演一遍重复的角色，也要在古偶剧的舒适区再待一会儿。拍了《谁是凶手》《幸福到万家》等剧的赵丽颖，最近又回到仙侠古装剧，拍了《与凤行》。杨幂还有《藏娇》《狐妖小红娘》等多部古偶剧在路上，刘诗诗也官宣一部古偶剧《一念关山》，还有迪丽热巴、赵露思等明星，也一直在古偶剧里打转。

对这些“大花”来说，演对手戏的男演员换了又换，搭档的男

明星年龄越换越小，甚至资历越来越浅，而她们还深陷在古装偶像剧中不能自拔。不少人气男明星都纷纷到悬疑剧、律政剧、军旅剧等多类型剧中寻求转型，但“大花”们似乎对此并不焦虑。对不少极具号召力的男明星来说，古偶剧更像是一块转型跳板，而对人气女明星来说，古偶剧更像是死守的阵地。这些顶流女明星肯定不缺其他类型剧的资源，只不过考虑更多的还是如何维系自身商业价值，只有待在流量巨大的古偶剧池子里，才不会掉价值，才有更多流量和收入。但古偶剧越来越不是什么高级品类剧，整体口碑持续下滑，损伤的还是演员的观众缘。比较遗憾的是，这些“大花”一直没能接过现实题材、悬疑剧、都市女精英等多类型剧的接力棒，这是为追求流量、不精进演技付出的代价。



记者 刘雨涵

“敢再贵吗？”
“等下次哈。”

8月中旬，耳立音乐季·山河音乐节将在济南举办，单日早鸟票280元，全价两日通票680元。相较于今年音乐节票价20%到50%不等的涨幅，山河音乐节的票价相对合理和稳定。但是放眼全国，今年许多音乐节的单日票价动辄四五百元起步，有个别音乐节更是贵到离谱。今年武汉草莓音乐节的全价单日票680元，温州星巢秘境音乐节单日预售票788元，9月份将在成都举办的仙人掌音乐节更是开出了“天价”——这场音乐节集结了新裤子、痛仰、朴树、二手玫瑰、刘聪、姜云升等头部音乐人，单日预售票999元，双日VIP票价高达2999元。网友表示，“看来音乐节门票也要分期付款了”，飙升的票价让“谁来管管演出刺客”的话题登上热搜。

对于暴涨的音乐节票价，乐迷们怎么看？作为资深音乐节乐迷的小陈告诉齐鲁晚报记者，“我们都在骂许晓峰！”许晓峰之所以会成为众矢之的，是因为他是音乐节厂牌晓峰音乐公社的创始人，今年星巢秘境音乐节和仙人掌音乐节的“天价”门票就是由他一手缔造。“许晓峰也确实有实力，他能够请到很难看到的现场演出乐队，比如达达乐队十年重组后的首演，比如草东没有派对乐队，他有强势定价权。”2018年，晓峰音乐公社曾经将崔健、黑豹乐队、唐朝乐队、张楚、许巍、朴树等大咖一起请到了成都仙人掌音乐节，这场音乐节的单日预售票300元、三日通票800元，在当年虽是顶破了音乐节票

票价翻番，最高涨到近三千 这个乐队的夏天不便宜

又到了乐队的夏天，各地音乐节继续呈井喷之势，只是与以往乐迷们的欢呼雀跃不同，今年伴随着不少的吐槽声，因为音乐节票价变得越来越疯狂了。如今音乐节的票价已经从一两百元翻番，动辄四五百元起步，高位票价更是达到了令人咋舌的近三千元。畸高的音乐节票价，不再是摇滚青年的专属，粉丝的入局、乐队水涨船高的出场费、演出商的如意算盘让音乐节的玩法开始变了。

但知名度仅限于爱听摇滚乐的年轻人中间，受众群体非常小。‘乐夏’让滚圈圈了圈了，很多粉丝开始加入音乐节，推高了票价。”在《乐队的夏天》第一季获得第三名的刺猬乐队，2018年的出场费仅3万元，到了2021年已经涨至50万元。经过综艺节目的洗礼，乐队们带上了流量光环。

有人统计，音乐节票价从单日100元到单日200元用了近五年，而从单日200元到单日500元只用了一年。根据中国演出行业协会发布的《2021全国演出市场年度报告》显示，2021年全国大型演唱会、音乐节平均票价已达660元。

“再也没有以前的良心票价和良心阵容了。过去是四个舞台轮番上演，现在是一两个舞台敷衍了事。以前我们是有音乐节就去追，而且是三天全跟，现在是选择性地看着，只挑自己喜欢的乐队买单日票。”

疫情后各地音乐节的井喷，各类主办方纷纷加入音乐节赛道，商业逻辑的引入改变了音乐节原本的气质。除了像迷笛音乐

节的天花板，但依然让摇滚乐迷们觉得物有所值。随后，仙人掌音乐节的票价逐年上涨，单日预售票从450元、580元、788元，涨到了今年的999元。网友吐槽：“敢再贵吗？”晓峰音乐公社则有恃无恐地回应：“等下次哈。”

不过这次乐迷们似乎并没有买账，已经开票半个月的成都仙人掌音乐节，目前只有699元的早鸟票已售罄，999元的全价预售票仍有大量剩余。

流量乐队上场
音乐节变味

小陈还记得，2011年迷笛音乐节在日照举办时，票价仅100多元，“那时候不仅能看到国内的顶级乐队，还有全世界范围的乐队，太值了！”在小陈的印象中，2019年之前，市面上基本没有超过200元的音乐节门票，票价的起飞是在音乐综艺《乐队的夏天》播出之后。“2019年4月，我在徐州看幸福现场音乐节，阵容有痛仰、谢天笑、二手玫瑰等，票价才180元。他们虽然都是顶级的，

的问题就是，票价还是很低。”身为演出商负责人的桑科告诉齐鲁晚报记者，音乐节票价属于一种市场行为，需要市场来解决。“王菲演唱会票价那么高，也有人买。不管定价多少，只要能够卖得出去，就是被市场认可了。”

同时桑科表示，相比于国外的音乐节，国内音乐节才刚刚起步，体系还很不完善。“有的国外音乐节都是免费的，因为他们的周边收入、餐饮收入很可观，可以弥补成本。而且国外音乐节的天数很长。我们还没有做到音乐节的极致概念，全靠门票来解决资本回收压力，乐队出场费的增加，防疫成本的增加，这些让票价自然就涨到那么高了。”

原本是独立音乐的自留地、摇滚乐迷的精神家园，在流量登场、粉丝入局之后，音乐节变得面目模糊。在桑科看来，这些乱象需要等到疫情结束之后才能扳正。“现在大家的选择太少了，没有别的能见到艺人明星的机会，全都挤在了音乐节这一条赛道上。等到疫情结束之后全部打开，让流量的归流量，摇滚的归摇滚，那时候谁还再办这种拼盘音乐节，就没有人会看了。”

小陈盼望着音乐节能够回到当初让他着迷的纯粹模样。“音乐节举办的初衷是为了传播现场音乐的魅力，那种融入感和氛围感与平时在手机上听歌是完全不一样的。大家在一起图个轻松开心，音乐节就该是年轻人躁动不安的狂欢。”

流量的归流量
摇滚的归摇滚

在乐迷的眼中，尽是对音乐节涨价、变味的不满，而在演出方眼中，又是另一番图景。草莓音乐节主办方摩登天空的CEO沈黎晖表示，“中国音乐节现在

扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:曲鹏 美编:陈明丽