

“大花”演员为何要局限于古偶剧



天天娱评

□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,但要从一个小仙亮相,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性俱灭……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。

价的天花板,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,

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’让滚圈出圈了,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,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、草莓音乐节这样的大IP较为正规之外,有很多小IP音乐节为了赚快钱,在阵容上投机取巧。“请来几个流量明星,门票就不愁卖。饭圈粉丝觉得花几百元就能看到偶像,是在赚便宜。”这不仅推高了音乐节票价,也让原本以摇滚为主的音乐节出现了流量歌手、偶像男团,甚至相声演员张云雷也上过音乐节。原本有着独特音乐风格的音乐节,做得越来越像拼盘演唱会了。

这让小陈这样的音乐节乐迷感到失望和无奈,“体验感差远了,以前前排都是铁杆摇滚乐迷,可以尽情地玩pogo、跳水、开火车。现在前排的粉丝们都是拒绝这些行为的,他们只想安安静静地欣赏偶像演出。”

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

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唱歌是完全不一样的。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。”



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:曲鹏 美编:陈明丽