

开发“数字文创”让“数字化”歌手出现在自己身边

演出行业玩起“数字藏品”

在大多数人的印象里,演出行业是一个基于线下的传统行业,但在数字藏品这个时髦领域里,演出行业已经开始热情拥抱“元宇宙”。近日,五条人 Save City 数字艺术藏品上线,舞蹈诗剧《只此青绿》3D 数字藏品“悠然”也全网开售……此前,不少国有艺术院团和音乐厂牌、艺人机构也都推出过数字藏品。作为一种新的玩法,数字藏品并非只是新的收藏载体,也被开发出多种线上、线下结合的使用场景。



只此青绿“悠然”数字藏品。

纷纷入局 多家演出机构推出数字藏品

数字藏品是基于区块链技术,对应特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证,作为 NFT 的一种应用形式,数字藏品常常被认为有稀缺性价值。2021 年被称为是“NFT 元年”,不少艺术行业、游戏领域的数字藏品上线,今年,传统演出行业也搭上了数字藏品的快车。

演出行业中,最早入局数字藏品的是在今年春晚出圈的舞蹈诗剧《只此青绿》。今年 2 月,中国东方演艺集团联合大麦、灵境文化共同宣布推出数字藏品纪念票。不

久,上海交响乐团推出 NFT 数字文创“中国最早的交响乐唱片”,上海话剧艺术中心推出话剧《红楼梦》数字藏品,摩登天空推出首个数字藏品系列“L.M.O. 星际动力别动队-星际漫游者”。

从内容上看,除上海交响乐团的数字藏品是一段音频外,大多数数字藏品呈现为基于舞台艺术内容演化的 3D 图形,例如话剧《红楼梦》藏品就是一套《红楼梦》人物的 Q 版形象,这些 3D 图像可以在手机上多角度展示。数字藏品均限

量发行,发行量在几千份至几万份不等。

价位上看,最早推出数字藏品的中国东方演艺集团、上海交响乐团、上海话剧艺术中心,都不约而同地选择了相同的价位——19.9 元。后续推出数字藏品的机构,也都把定价定在几十元至百元之间,被吸引而来的粉丝纷纷抢购,多数藏品上线即售罄。摩登天空首款数字藏品定价稍高一些,超前预售阶段定价为 98 元,据了解,其藏品开售后很快售罄。

少有炒作 买卖双方目的较为纯粹

数字藏品的火热一直让业内人士抱有隐忧:在海外,已经出现不少数字藏品玩家,尤其是年轻人,盲目投资数字藏品却遭遇市场降温,导致被“割韭菜”,血本无归。在我国,数字藏品平台不开放二级市场,也是为了防止无序交易。值得欣喜的是,诞生不久的演出行业数字藏品,更像以数字文创的形式吸引消费者,而非盲目引导购买者“投资”或“升值”。

“我们特别害怕被人说是炒作,或者割年轻人的‘韭菜’。”一位

演艺机构从事数字藏品开发的负责人说。在很多数字藏品的售卖页上,都明确标注着“切勿炒作”“不要轻信二级交易”等字样。

在中国演出行业协会秘书长潘燕看来,目前演出行业的数字藏品发展态势比较健康,发行者和购买者的目的都较为纯粹,“更多可以被看作数字文创,很多演艺方不是为了开发数字藏品而开发数字藏品,而是在自己的演艺 IP 基础上创作,是文创产品的数字化。”例如上海话剧艺术中心推出的话剧《红楼梦》数字藏品,原本是为了启动

巡演进行宣传,剧组的服化老师制作了一套实体的泥人,借着启动巡演的机会,团方萌生了上线数字藏品的想法。

潘燕说,演出行业的大部分数字藏品,都依托于已经成型的大 IP,如经过市场考验的爆款剧目、音乐节、知名音乐人等,“原来我们这个行业更倾向于线下,但现在越来越多的互联网平台开始关注到演出领域所蕴藏的文化资源,疫情以来,内容方也越来越愿意探索新玩法,碰撞出新的产品。”

拓宽场景 数字藏品将“走进”生活

作为新生事物,不少演艺机构都在探索数字藏品的呈现形式,线上与线下相结合,是演出领域数字藏品发展的新态势。

“近几年数字藏品领域非常热闹,但有些数字藏品却让人摸不着头脑,就是把实体的藏品数字化,很难理解这样做的意义,究竟是方便收藏,还是只不过多了一种收藏载体。”在资深乐评人爱地人看来,数字藏品应该是一种独立的艺术载体,并非传统实体的数字化,不应该仅仅把现实世界的东西“搬”到线上,而是要用数字时代的逻辑

进行创作。

他以五条人的 Save City 数字艺术藏品为例,它基于五条人和他们创作的歌曲 MV《塑料花》,再通过扫描、建模、动作捕捉技术等环节,制作、渲染完成动画 MV。这个数字藏品不仅呈现出裸眼 3D 效果,还可以结合该平台的 AR 拍照功能,购买者举起手机拍照,就能把 3D 模型“放”在自己家里或户外等场景中,让“数字化”的茂涛、仁科出现在自己的生活中。“这个数字藏品确实是一个独立的数字化创作,也是只能在数字时代才能完

成制作到收藏的藏品。”爱地人说。

潘燕也注意到,不少演出机构的数字藏品都有串联线上线下、开发多种使用场景的功能。比如购买了数字藏品的观众,在未来购买演出票或参与院团活动时,都会被赋予一定的权益。个别藏品也会以隐藏款盲盒的形式上线,调动粉丝的参与度。“在未来的元宇宙,数字藏品会是购买者专属的资产,但我们很多同行想的是,在这个时代还没完全来到之前,数字藏品可以拥有什么使用场景,或被赋予更多的权限。”潘燕说。 据《北京晚报》

中国美术馆 为蓝天野乔羽塑像

中国美术馆 6 月 28 日在京举办“为新时代人物塑像”优秀共产党员专场活动。雕塑家现场为已故著名表演艺术家蓝天野,著名词作家、剧作家乔羽塑像,缅怀两位德艺双馨的文艺工作者。

全国政协常委、中国美术馆馆长、中国美术家协会副主席吴为山表示,蓝天野先生和乔羽先生以大量为人民所喜爱的优秀艺术作品感动着我们,讴歌时代。两位德艺双馨的人民艺术家离开了我们,但是他们的作品、他们的音容笑貌永远回荡在我们心中,激励着我们不断向前。很多民众都不希望他们离开,为什么?因为他们是“美人”,是给人民带来美丽的人。作为公共文化服务机构,中国美术馆有责任用艺术的方式把他们塑造出来,让他们永久地立在我们的生活空间,永远地立在我们的精神空间。

中国戏剧家协会主席、北京人民艺术剧院表演艺术家濮存昕在现场深情回忆了他和蓝天野的师生情谊:“蓝天野先生是我的恩师,他是我艺术事业的领路人。在蓝天野先生身上充分体现了中国人的文化自信,先生的言传身教,让我终身受益。蓝天野先生作为新时代文艺界的楷模,当之无愧!今后,我会像他们那样做人做事。”

中国歌剧舞剧院党委书记魏银久感谢中国美术馆为中国歌剧舞剧院原院长乔羽先生塑像。他说:“有人这样评价乔羽先生,‘他给那条不舍昼夜的大河送上两岸飘香的稻花,他给快乐的伙伴送来吱吱扭扭的大风车,他给冰封的大地送上一朵重香国里最壮观的牡丹,他给天涯海角的新友故交送来一个难忘的今宵……’为人民而作、为祖国而歌,是他一生的追求。”

中国美术馆雕塑创作班成员、雕塑家柳青,中国美术馆雕塑创作班成员、雕塑家耿延民现场通过专注的创作、灵活的技法以塑传情,生动再现了蓝天野、乔羽两位艺术家的风采。家属代表蓝苗、徐鹰出席活动。

据悉,“为新时代人物塑像”是中国美术馆的一个重要文化品牌,该馆旨在将其打造成一张讲述中国故事的文化名片。 中新

央视将推出纪录片《见证香港故宫》

为庆祝香港回归祖国 25 周年,由中央广播电视总台出品、总台影视剧纪录片中心承制的纪录片《见证香港故宫》将于 7 月 1 日开播。该片将通过全球独家记录和人物采访,展现香港故宫文化博物馆诞生的全过程,以镜头见证其初创时期设计、建造、策展历程以及相关故宫文物的历史传奇故事,全方位展示这一香港新地标与中华优秀传统文化的文脉传承。

纪录片《见证香港故宫》第一集将以“空间”为主题,以影像方式展现香港故宫文化博物馆从概念设计到落地而起的全过程,用丰富翔实的影像资料带来“缘起”与“落地”的回溯。摄制组采访了多位与香港故宫文化博物馆有重要关联的人物,深入探寻初期建馆的想法以及概念落地的真实细节。此外,设计师如何将中华文化之美融入香港故宫文化博物馆的建设中,也是该片的一大看点。进入施工建造周期后,《见证香港故宫》摄制组独家记录着工程建设的每一个现场,在 200 多天的时间里,持续不断地进行访谈纪实和跟踪拍摄。进驻仪式的幕后、展柜测试的现场、各类设备的调试、文物进驻的时刻,都将在开播后为观众们一一揭晓。

纪录片《见证香港故宫》第二集将以“文脉”为主题,呈现更为丰富的内容。香港故宫文化博物馆聚集了一支来自世界各地、热衷于研究中国古代文化、文物、艺术史的专业团队,他们在总面积达 7800 平方米的 9 个展厅中,将中华优秀传统文化的悠远韵味细细道来。北京故宫博物院此次精挑细选了 914 件珍贵文物,其中,国宝级文物就有 166 件,是故宫博物院自 1925 年成立以来规模最大、规格最高的文物出境系列展览。这些文物如何被挑选与装运,又经历了怎样的旅途及安置?《见证香港故宫》将为观众独家揭秘。

回望这段难忘的拍摄历程,《见证香港故宫》主创表示:“我们见证了历史,记录了这段历史。也许过了五年、十年之后,这段记录会成为非常珍贵的资料。”《见证香港故宫》将以一个个动人的故事、一幕幕真实的场景与访谈、一组组细致入微的镜头诉说中华优秀传统文化和香港故宫文化博物馆的优美韵味。7 月 1 日、7 月 2 日,该片将于每天 12 时上线央视频,并于当天晚 8 时在 CCTV-9 纪录片频道播出。 据《新民晚报》