

AI时代的音乐产业 还会有下一个“周杰伦”吗

时隔四年,周杰伦携新专辑《太阳之子》再次冲击华语乐坛。亮眼的销售成绩验证了“周杰伦”三个字时至今日依旧有足够的市场号召力。而在《太阳之子》发行首日,视频平台上针对这张专辑的AI创作大量涌现,从英文版改编到风格续写,网友借助AI完成了一次对“周杰伦作品”的自我想象。当AI让创作门槛前所未有地变低,甚至人人都可以复刻一段“周氏旋律”,那么或许真正值得追问的不再只是专辑质量的好坏,而是“周杰伦”所代表的创作型歌手商业价值何在?在AI时代,音乐产业还会遇到下一个“周杰伦”吗?

MV创意营销换不来销量

周杰伦擅长的不只有创作,还有营销。2007年,周杰伦与昂达合作,将专辑《我很忙》中所有版权音乐拷贝至昂达MP3,以数码播放器为专辑载体向市面发行,进军数字音乐领域;2014年,周杰伦发行首张数字专辑《哎呦,不错哦》,引领了内地第一次真正意义上大规模数字专辑发行,带领华语乐坛进入数字付费时代。周杰伦的每一步动作,几乎都与华语音乐产业的迭代紧紧绑定。

这一次的《太阳之子》,周杰伦选择回归一套相当传统的打法。早在3月初,周杰伦就在社交媒体频放“烟雾弹”,3月18日正式官宣之后,连续6天用MV切片来制造悬念,引导粉丝们主动“解码”,全网自发进行解读二创。这一套预热动作在音乐制作人、乐评人邹小樱看来,本质上并未跳出传统唱片公司营销框架,只不过换了一层数字时代的包装,与之前的预告片、抢先版、先听版等内容异曲同工。

纵观此次宣发,主打同名曲的MV顶级配置莫过于最大噱头: MV视觉设计和创意统筹是来自新西兰的创意团队维塔工作室,该团队曾参与《阿凡达》《魔戒》等电影制作,获得过5次奥斯卡金像奖及其他众多奖项。

网友根据MV切片的有限信息进行AI二创,试图脑补出一个想象中的成品,但正片释出后, MV并没有匹配大众的高期待。在乐评人、唱片企划、作词人流水纪看来,大众的争议核心并非反对周杰伦斥巨资拍摄MV,而是成品的质感与水准,完全配不上“华语乐坛史上最贵MV”的营销噱头。尤其当下影视行业的超级大片早已不断拉高观众的视觉阈值,视觉表现早已不再是核心竞争力。

卖力的营销与昂贵的投入,最终无法有效转化为理想的市场销量。尽管《太阳之子》的成绩仍远超其他歌手,但与上一张专辑《最伟大的作品》相比,无论是预售速度还是销售额,都存在明显差距。对此流水纪分析道:《最伟大的作品》相对上张专辑间隔时间太久,拉高了大众期待值,但是现实质量造成了大众一定的心理落差,进而影响到对《太阳之子》的支持力度;《太阳之子》专辑价格上涨,导致消费者实际购买力受到影响。

不过,比起销量起伏更值得深思的是,当周杰伦仍在用唱片时代的营销逻辑、依靠巨额预算堆砌

MV视听奇观时,华语乐坛的MV生态与产业逻辑,或许早已在时代浪潮中悄然发生改变。

多元传播媒介改变行业生态

MV的诞生与电视媒体普及有着深度的绑定关系, MV可以在传播歌曲的同时,以直观的视觉语言呈现歌手形象,强化大众的认知。有着丰富企划经验的流水纪提到,早年MV是很重要的宣传物料,可谓“标配”。

步入数字音乐时代,多元的传播媒介彻底改变了行业生态,越来越多人意识到, MV不再是艺术表达和宣传推广的唯一选择,许多网络歌手不再需要公司的包装,只通过网络就可以保证曝光量。

产业逻辑的更迭,无形中分化出不同的歌手圈层。流水纪观察到,以周杰伦等为代表的头部歌手以及仍坚持用MV完成音乐视觉表达的创作者,仍在持续投入,甚至不断提升制作规格。但与此同时,更多歌手与唱片公司的心态已发生转变,在预算有限的前提下,他们更愿意将资源投向短视频等高传播性物料, MV不再是优先选择。

当行业还在纠结传统MV的投入与产出比时,新一轮技术浪潮已然席卷而来。AI创作MV的出现,让这个之前被高预算约束的内容产品,变成了人人都能练手的“影像玩具”。尽管《太阳之子》MV导演廖人帅在社交媒体上明确声明,正片并非AI制作,但在AI全面渗透大众认知的当下,这份坚持“手搓”完成的宏大与瑰丽,反而让“性价比”这个无比现实的行业命题,再次被摆上台面。人们也不得不面对另一个问题:在技术可以替代一切的时代,真正不可替代的“周杰伦创作”含金量究竟何在?

华语乐坛的历史正在被改写

《太阳之子》发行当天,各大平台涌现大量的AI作品。B站上, AI升调改编版《那天下雨了》甚至与《太阳之子》官方MV一同登上全站排行榜,播放量高达248.3万,形成了有趣的同台对峙。邹小樱对此感慨道:“AI生成音乐不是低门槛,是零门槛。”

当音乐创作缺失了“专业”这一门槛限制,只需要模糊的指令,使用几秒时间生成一首歌曲时,意味着音乐产业的“护城河”已然被AI彻底“填平”。流水纪推断,网络时代加速了草根歌手的生



周杰伦

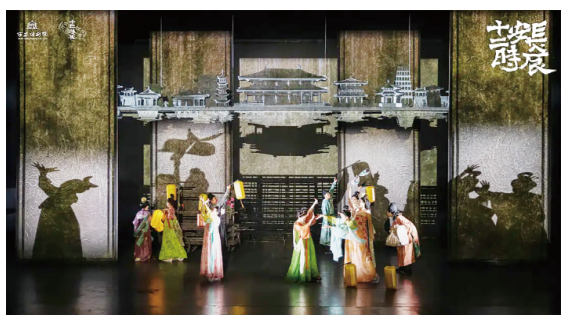
长, AI时代会让草根歌手以更快的速度出现。

去年年底AI歌手“大头针”,通过翻唱《星语心愿》《泪海》等歌曲吸粉百万,网友纷纷猜测其真实身份,虽然同名风波下,引起不少乌龙,不过也是在这一过程中,由酷狗音乐打造的AI歌手进入大众视野。如果几年前的“AI孙燕姿”带给大众的只是一次自娱自乐的网络狂欢,那么AI歌手“大头针”的蹿红,就是一次振聋发聩的行业预警。

于是,在AI的冲击下,歌手跟演员掉到了同一个产业陷阱,头部歌手凭借存量优势与国民度,暂时得以抵御AI侵蚀,甚至商业价值被进一步放大,但是AI音乐的高质量、低成本、泛滥式创造,不断碾轧中腰部歌手的生存空间,让新人突围变得愈发艰难。甚至,邹小樱提出了一个“暴论”:“《太阳之子》如果不是周杰伦的,谁听?”

虽然外界始终对周杰伦抱有诸多期待,但在邹小樱看来,一个尴尬的境况是,周杰伦早已到达无需再刻意突破的阶段。华语乐坛的历史正在被再一次改写,只不过这次不是一个“周杰伦式”人物,而是AI。

或许正因如此,《太阳之子》所承载的期待里,不仅有大众情怀层面的加持,还有一部分对人类本真创作的再次怀念与集体回望。本报综合报道



演出剧照(资料图)

话剧《长安十二时辰》下月登陆潍坊大剧院

本报讯(记者 姜海涛)3月30日,记者从潍坊大剧院获悉,由马伯庸原著改编、西安话剧院倾力打造的话剧《长安十二时辰》,将于4月21日晚登陆潍坊大剧院,目前已正式开票。话剧《长安十二时辰》在原作的基础上加以创新改编,将先锋、潮流的戏剧方式融入其中。

话剧《长安十二时辰》讲述了公元744年,唐天宝三年,元月十四的长安,百姓安居乐业,万家灯火的背后,却在酝酿着一场毁灭长安的惊天阴谋,毁灭长安城的齿轮已经开始转动。上元节灯火亮起之时,等待他们的,将是一场吞噬一切的劫难,而拯救长安的全部希望,只有一个即将被斩首的死囚和短短的十二个时辰……曾经守卫长安的英雄,血犹未冷,他只

身化解危局,能否成功?

话剧《长安十二时辰》自公演以来便收获广泛好评,打破传统话剧固有风格,以精良的制作、紧凑的剧情和深刻的内核,再度掀起“长安热”,吸引众多观众及IP爱好者关注与追捧。该剧由西安话剧院出品,在原著基础上进行创新解读,采用“双男主”多线索叙事结构,将“守长安”与“乱长安”两条线索紧密交织,既还原了原著中惊心动魄的悬疑剧情,又通过先锋化的舞台呈现,赋予作品当代审美张力,让千年长安的风骨与温度跃然舞台之上。

目前该剧已正式开票,购票渠道便捷多元,市民可通过潍坊大剧院微信公众号、线下票务中心或保利票务App购票。