

B站兴“浪” 启示录

文化观察

□ 本报记者 周学译

五一长假结束，很多人一回过神来，发现自己增加了一个新知识：B站，而且“后浪”成了年轻人的代名词。

哔哩哔哩，英文名称Bilibili，简称B站。五四青年节之际，B站联合光明日报、中青报等发布一个“献给新一代的演讲”宣传片，名为《后浪》，由“60后”国家一级演员何冰出镜演讲。在这个宣传片中，老戏骨何冰表达了对年轻一代的鼓励、肯定和赞美，表示“奔涌吧后浪，我们在同一条奔涌的河流”。

《后浪》视频先在5月3日晚央视新闻联播前的黄金广告时段播出，在B站上上线后，很快点击量过千万，超过16万弹幕，120多万个赞。在五四青年节这个节点，官方主流媒体和民间网站合作，时代青年和历史元素交汇，荡起一圈圈涟漪。许多人感叹：B站再次出圈了。

尽管伴随着“给谁看、谁在看”的争议声，但“后浪”毋庸置疑成为了爆款，而且震荡波及至今未退。各种广告、文章搭上了“后浪”一词，朋友圈转发、网上评论仍然铺天盖地。

那么B站，又是一股什么“浪”？

B站出圈：文化产业的“后浪”？

《后浪》播出后点击量和转发量爆棚，但评价不一。

不少人认为何冰的演讲是对当代青年的客观描述，反映出当代青年知识丰富、积极向上的一面，但也有些青年认为“像家长在给自己灌鸡汤”“我们选择有限，背负住房、养娃等大山”“感动的都是‘70后’‘80后’的前浪，他们自己在那热泪盈眶”。

对此，山东政法学院传媒学院院长蒋海升教授认为，《后浪》宣传片，借五四时机寄语新时代青年，有公益性质，整体上很正面。但B站作为商业性媒体，运作内容有其商业出发点，比如说，B站的主要玩家是年轻人，而何冰却是中老年人比较熟悉的明星。《后浪》宣传片综合运用多媒体手段，影响较大，但相比于年轻人，在中老年人中的反响更大，这就是借助了何冰的“中年身份”，这是一种传播技巧，为B站聚集更多的中老年粉丝，在不断地转发中实现了品牌推广目的，确实是一种商业上的成功。

这不是B站第一次出“青年圈”。目前，B站18岁至35岁用户占比达78%，是中国年轻一代高度聚集的文化社区和视频平台，但从去年以来，B站开始有了“扩圈”动作。

2020年新年之际，B站组织了跨年度春节晚会，尝试进行圈层突破。例如，作为80年代中国流行文化偶像符号，张蕾顶着当时流行的“爆炸头”复古风格演唱《Let's Disco》，让“70后”回忆起年轻时代；国家级音乐人IP——白头发的“60后”方锦龙老师使用印度乐器和琵琶等不同乐器，以不同方式演绎《十面埋伏》《我在东北玩泥巴》等曲目，当这些高雅艺术展现魅力时，在感受上哪还能区分



“80后”“90后”还是“70后”？

4月30日，一位90岁的老太太颤颤巍巍走进B站直播台，做起了“UP主”，她拿着手机，一边讲演，一边和年轻一代互动，让年轻人猜她多大，年轻人一边祝她寿比南山，一边戏谑地猜她18岁、20岁，过程让人捧腹。

数据显示，B站月均活跃用户已经达1.28亿，移动端月均活跃用户达1.14亿，为什么还要拉“90岁奶奶进站”？

抓住年轻人，争取中老年人，B站“扩圈运动”，显示出其扩展版图的野心和雄心。

B站的用户思维：要啥给啥

熟悉B站的人知道，B站出圈，是长期研究用户心理和需求后的厚积薄发。

哔哩哔哩于2009年6月26日创建，2018年3月28日在美国纳斯达克上市。2020年3月18日B站发布2019年Q4及全年财报：全年营收67.8亿元人民币，同比增长64%。早期B站是一个以动画、漫画、游戏为内容创作与分享的视频网站。经过十年多的发展，围绕用户、创作者和内容，B站构建了一个源源不断产生优质内容的生态系统，涵盖7000多个兴趣圈层的多元文化社区。

记者采访接触了几位经常泡在B站的年轻人，他们总结B站的主要特点有两个：一是既有萝卜，也有白菜，每个人都能从中找到自己喜爱；二是善作“风口”。

李昂研究生毕业后，在一家文化单位工作，进行采访接触了几位经常泡在B站的年轻人，他们总结B站的主要特点有两个：一是既有萝卜，也有白菜，每个人都能从中找到自己喜爱；二是善作“风口”。

李昂研究生毕业后，在一家文化单位工作，进行采访接触了几位经常泡在B站的年轻人，他们总结B站的主要特点有两个：一是既有萝卜，也有白菜，每个人都能从中找到自己喜爱；二是善作“风口”。

粉丝围上来。美食频道的右边栏则不断向粉丝推送内容，你如果点击，B站就会研究你的喜好，精准向你推送相关内容。

张萌采今年29岁，B站最吸引她的是“剪辑片”。B站给很多人创造了一个大显剪辑身手的舞台，可以将已经出品的各种影视剧，通过创意重构，按照自己的想法对各种影视资源进行“二次创作”，创造出自己喜好的视频作品，并上传让大家欣赏点评。

张萌采印象比较深的是，2000年，导演曹荣执导神话剧《西游记后传》并饰演孙悟空一角，作品立意不错，但当时因为投资不够等问题，有些地方制作比较粗糙，比如有些镜头老晃，也有些重复片段。如今，曹荣重新剪辑了《西游记后传》，让作品更精炼了一些，一集只有几十分钟，传到B站之后，很受欢迎。

更多的是一些“无名之辈”重新剪辑的作品，让人感到再创作的快乐。好东西不会被埋没，有好作品总能找到同类和知音，像看动漫的、玩游戏的都能各得其所，“要萝卜给萝卜，要白菜给白菜”，这就是B站用户思维的展现。

B站还善作“风口”，像何冰演讲的《后浪》宣传片，就是一个做得很成功的“风口”。李昂认为，“做风口”实际上是让别的媒体跟着自己跑。很多网站能够追热点、跟评，但“做风口”难度大，属于比较高级的玩法。

“做风口”背后需要实力，要有强大的团队，对风口可能出现的舆情偏差要有预估，出现偏差之后要有办法处理；“爆款”火了之后，则需要添油加醋，方方面面都要有准备，这方面B站做得较成功。

“后浪”启示：合作才有未来

本次《后浪》宣传片是一个“合作”产品。

《后浪》宣传片由B站联合央视新闻、光明日报、中国青年报、新京报、环球时报、澎湃新闻、观察者网发布，并由央视在新闻联播前首发。

2020年1月9日，胡润研究院发布《2019胡润中国500强民营企业》，哔哩哔哩位列第180位。作为一家民营视频网站，B站勇于和央视、光明日报这样的传统媒体“大腕”合作，凸显出一种强烈的进取意识。

应该说，从竞争走向竞合，以合作增添竞争实力，这是今天文化产业发展的新格局。合作是一种相互需要，无论传统主流媒体，还是新媒体，在吸引流量上有共同追求，比如，通过合作，B站的用户就可以成为央视的观众，央视的观众也有可能成为B站的用户，这就会带来共赢。

这些年，B站在文化企业合作方面做得干脆利落。2020年新年之际的跨年度春节晚会，B站是和新华网联办的；今年1月2日，B站与QQ音乐联合宣布达成深度合作；2018年9月17日，B站与Discovery达成深度合作；2018年10月25日，B站与腾讯达成战略合作。

对中老年人来说，青年是“后浪”；对于传统媒体来说，新媒体也是“后浪”。在文化产业界，B站是典型的“后浪”。

B站在文化产业发展上经营了一个“你中有我，我中有你”的格局，这其实也是今日头条、百度等文化企业共同的路径。在这样的传播格局下，“你兴我兴，你灭我不幸”，孤岛就是死亡，合作才有未来。我们常说“长江后浪推前浪，一浪更比一浪高”，但也有“长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上”之说，对于一些抱残守缺、孤立无援的文化企业而言，B站这个“后浪”绝对是一个警醒。

我国首部反映文化扶贫影视剧

《遍地书香》首播仪式举行

□记者 纪伟 通讯员 史鑫方 报道

本报临沂讯，近日，38集电视连续剧《遍地书香》首播仪式在临沂举行。2018年7月29日，《遍地书香》在蒙阴县椿树沟开机，历经95天的拍摄，于5月8日晚在北京卫视播出。该剧是我国第一部反映文化扶贫的影视剧，被国家广播电视总局列为2020年脱贫攻坚重点播出剧目。

创作于沂蒙大地的《遍地书香》，讲述了第一书记刘世成到椿树沟村用文化扶贫、扶志、扶智，带领椿树沟村村民走出了一条沂蒙老区为背景的文化扶贫、文化致富新型发展道路的故事。

该剧记录了沂蒙人民紧跟党的步伐，不断继承和弘扬沂蒙精神，决战脱贫攻坚、决胜全面建成小康社会的生动实践，集中展示了临沂市派驻“第一书记”为民务实清廉、赤诚担当的良好形象。“第一书记”像当年沂蒙干部带领群众“三更灯火五更鸡，星夜不息为前线”做军鞋、送军粮一样，积极投身扶贫最前线，栉风沐雨、走村入户，把党的富民惠民好政策送到田间地头，带领千万沂蒙群众攻坚克难，让沂蒙“乡村日月换了新天”。

百年老店朵云轩“上云”

据文汇报，日前，今年迎来120岁生日的老字号朵云轩“云”上首举槌，在刚刚建成运营的“朵云轩网拍”App上以一场因疫情而发起的“白云天共举”慈善义拍拉开序幕。自此，这家有着“江南艺苑”之称的百年老店拥有了自己独立的线上拍卖系统，在网络时代迎来新的起点。

慈善义拍中，陈佩秋、韩天衡、童衍方、汪家芳、丁小方、汤哲明、邵仄炯等在内的上海书画界老、中、青三代艺术家踊跃参与，共无偿捐赠了绘画、书法、篆刻等题材多样、种类丰富、品质精良的作品58件。朵云轩在此次拍卖中不收取任何佣金和费用。拍卖所得款项将全部捐献给上海市慈善基金会，专项用于受疫情影响的贫困学生及西部地区基础教育、对口援建等工作。

朵云轩此番“云”上举槌，看似来自疫情的倒逼，实则却是筹备已久的有意为之。“去年下半年我们已经启动网拍平台的建设，原本预计年内上线，突如其来的疫情只不过给它的进程按下了加速键。”上海朵云轩集团总经理朱旗表示，布局艺术品线上业务的时机日趋成熟，朵云轩作为老字号艺术品经营企业，理应抓住机遇主动出击，在数字时代谋求业态转型。

据悉，朵云轩网拍平台从下月开始将正式举办商业拍卖，并将进一步完善、优化拍卖程序与用户体验。未来，该平台将月月拍、周周拍，并计划将拍品细化成一个个更鲜明的主题，精准服务有着不同收藏偏好的藏家。

纪实文学

《大熊猫的春天》出版

据人民日报海外版，近日，全面反映大熊猫科研保护工作的纪实文学《大熊猫的春天》由人民文学出版社出版。

据了解，三位作者张志忠、张和民、王永跃都是早年到四川卧龙国家级自然保护区工作，任职于中国大熊猫保护研究中心的一线工作人员。长期野外勘查的真实经历和真切体验让这部作品成为对大熊猫繁育保护工作的详实记录；生动细腻真情讲述，使这部厚重的纪实文学充满情感温度，字里行间渗透着“熊猫人”对大熊猫这个曾经濒危的稀有物种的深切关爱。

书中不仅全面记录下中国大熊猫保护研究中心40年的工作与实践，也记录下一个个人与大熊猫的动人故事，在帮助读者深入了解大熊猫这一可爱物种的同时，也使为大熊猫保护默默付出的“熊猫人”进入公众视野。一代一代“熊猫人”的接力伴随着一代一代大熊猫的繁育成长，《大熊猫的春天》既是一部解码大熊猫的科普之书，也是人与自然和谐发展的忠实记录。

中埃音乐人携手演绎 抗疫“云端交响曲”

据新华社，在新冠病毒肆虐全球的危急时刻，相距万里之遥的中国音乐人和埃及音乐人，以别出心裁的“云端合奏”方式，联袂演绎世界闻名的《凯旋进行曲》，用象征胜利的交响乐曲激励人们沉着勇敢面对困境，乐观迎接战胜疫情的曙光。

辽宁歌剧院副院长朱新宇介绍，去年辽宁交响乐团应邀赴埃及演出，与开罗歌剧院同行结下友谊。疫情暴发后，他们了解到两所歌剧院的音乐家都在家中工作，于是萌发了隔空合奏一部作品的想法。负责“云端合奏”居中协调的总策划方之一、中国驻埃及使馆文化参赞兼开罗中国文化中心主任任岳文说，在接到辽宁歌剧院的设想后，提议选择中埃双方都耳熟能详的《凯旋进行曲》进行演奏，立即得到了积极响应。

《凯旋进行曲》是世界上最著名的进行曲之一，乐曲旋律高亢激昂，表现了凯旋的士兵威武洒脱的雄姿，很符合当下人们渴望战胜疫情的心声。云演奏一切以远程沟通为主，拍摄视频需要协调许多技术细节，双方进行了大量的电话和邮件沟通。拍摄计划确定后，开罗歌剧院的5名音乐家迅速各自在家中录制了演奏片段，及时传给了中方文化中心，并反复沟通图像、视频、翻译等方面的细节。这段时长仅1分34秒的“云端合奏”视频，前后经过近半个月的沟通、选谱、录制、剪辑，最终完成。

(□记者 刘一颖 整理)

如果“泰山三瑰宝”会说话

文物志

□ 本报记者 张依盟

五月的齐鲁大地，禽荫嘉木，淫雨霏霏。泰山脚下，“温凉玉圭”“黄釉青花葫芦瓶”“沉香狮子”这“泰山三瑰宝”相会了。记者脑海里翻腾着它们的资料，看着栩栩如生的形象，仿佛听见了它们的会话。

两只调皮的“沉香狮子”后腿蜷坐，尾巴高高翘起，双目圆睁有点儿“萌”。瞧见远处走来的“温凉玉圭”和“黄釉青花葫芦瓶”，其中一只狮子蹦起来，呼唤另一只：“快来摸摸大玉圭，真凉快儿！”

玉圭似谦谦君子，气质如兰，身高92厘米，分上下两截：上半截是浮雕，三个圆形代表日、月、星，一幅海水江山图代表河、海、岱，怎一个“大气”了得；下半截刻了出生证——“乾隆年制”四字楷书。

别看围着大玉圭转的狮子们，比它矮上半截。若按照“先来后到”，玉圭还得尊称狮子一声“前辈”。但如果真论起长幼，在高齢的葫芦瓶面前，玉圭和狮子算是妥妥的“后生”。

三宝眼中的泰山是一座神山，自古就受人崇拜。先秦时期，就有72位圣贤来此祭祀。而从秦始皇开始，两千多年里，历代帝王为了宣扬“受命于天”，功德卓著，纷至沓来，举行封禅或祭祀大典，为泰山留下众多的祭祀用器。自汉代起，泰山脚下供奉泰山神灵的岱庙就曾设有神宝库，专门贮藏祭器。

家住岱庙的镇山三宝，便是堪称泰山“头号粉丝”的乾隆所赐。众所周知，乾隆一生有三大爱好，写诗、旅游、盖印章。他曾十次到泰山祭拜，其中六次登顶，留下140多首咏颂诗、130多块碑碣，是中国古代帝王中到泰山祭祀次数最多、留下诗篇最多、碑碣最多的一位皇帝。

每次到泰山祭祀，乾隆都“出手阔绰”，带来丰厚祭器。史载，从乾隆七年（1742年）到乾隆六十年（1795年）的53年



泰山三瑰宝——“温凉玉圭”“黄釉青花葫芦瓶”“沉香狮子”。



间，朝廷御赐泰山岱庙祭器30多次，祭器数量多达300多件。狮子、大玉圭和葫芦瓶即分别在乾隆二十七年、三十六年和五十二年御赐。

然而，泰山祭器成百上千，为何“荣宠”三宝？答案很简单——不仅靠颜值，关键凭实力。

“沉香狮子”说：“我俩‘物以稀为贵’！”这对狮子是用沉香精心雕刻而成的。中国自古有香文化，沉香乃众香之首，是亚热带地区的沉香树因创伤分泌的油脂经年累结而成。结香不易，一块沉香至少需要

十年乃至成百上千年才可形成，被誉为植物中的钻石。因此，当宫廷造办处的匠人，见到约15斤重的沉香料和狮子图样，足见对这次祭器的重视。

沉香对雕工的技艺要求亦高，每一块沉香的形态和硬度不均匀，必须精准拿捏，因材而作。经过一番思量，匠人们巧妙地利用凹凸不平做成狮子的卷毛，给人一种圆润秀气之感，栩栩如生，成就一对孤品。乾隆选择狮子形状，使用名贵沉香雕成，用材珍贵，形制巨大，且雕凿得形神兼备，长供岱庙之中，体现出对泰山的