

艺术 青岛

YI SHU QING DAO

青岛市文化和旅游局 协办

责编 马兵 王瑜 美编 郑燕 审读 李斌 排版 林艳



▶ 陌酒乐队风格兼有后朋克与电子元素。

▼ 民谣歌手张尔尕在青岛 Downtown 演出。 王雷 摄



栈桥和回澜阁：由此通往城市深处

□ 青岛日报/观海新闻记者 崔燕

在许多与青岛有关的影像里，栈桥和回澜阁常常是这个城市的美丽代言。尽管城市地标更高更多，但是栈桥所焕发出的超越时间空间、超越美学概念的光彩，却是经典与恒久的。

见证一座城市的缘起

栈桥及回澜阁是百年青岛的美学符号。地处青岛湾北侧，与小青岛隔水相望，这里是青岛近代第一座人工码头，最具代表性和知名度的城市地标之一。百余年间，青岛栈桥于潮涨潮落中，静静注视着身后这座城市的变迁与成长。

青岛栈桥，最早以军事专用人工码头的名义诞生。清光绪十七年(1891年)，清政府调登州镇总兵高元率四营兵力移驻青岛，始在前海搭建一铁木结构、以木铺面的栈桥，长约200米，宽10米，石灰灰面，作为海军码头。

清光绪二十七年(1901年)，德国侵略者扩建栈桥，原桥北端改为石基、水泥铺面，铁护栏改为铁索护栏，桥身延长至350米，为利运输，桥面增铺轻便铁轨。

民国二十年(1931年)，青岛市政当局扩修栈桥，桥身延长至440米，桥面提高0.5米，桥南端增建半圆形防洪堤，堤内建有八角亭阁，定名回澜阁。这座古香古色的建筑，使得栈桥自此旋旖为风景之妙，军事用途从此消弭于历史的尘烟中。

上世纪30年代，与林语堂、赵景深等齐名的内麟，在《栈桥》一文中曾这样描述这处景点：“灯光照海连空，浪鼓桥挝任好风。十万人家齐入画，胶州湾在月明中。”他认为自栈桥到汇泉炮台“是市区风景结晶处。凡听松、观涛、卧云、赏月、品花、谈心，无一不宜，无一不妙”。

两次入选“青岛十景”

从上世纪30年代开始，青岛栈桥以“飞阁回澜”之名，前后两次入选“青岛十景”。栈桥托起了青岛明丽旖旎的风情，是无数国内外游客耳熟能详的景点和来青岛入乡随俗的首站景点，也无数次在影视剧剧中惊鸿一瞥。

栈桥两边有铁链护栏和莲花路灯，尽头建有半圆形三角防波堤，呈“个”字状，最南端筑有两层八角亭，名为回澜阁。其建于栈桥半圆形防洪堤上，为民族风双层飞檐八角盔顶亭阁，上覆黄色琉璃瓦，四周有24根圆形亭柱，阁内为二层圆形厅堂，中央有34级螺旋式阶梯，可盘旋登上二楼。

栈桥恰到好处地延展到海中，在青岛前海画龙点睛地划出优美的一道线，若即若离于游人的视野，青岛前海风情万种的浪漫脱颖而出。栈桥身后的那块城市陆地，也成为青岛最有价值、最有人气和味道的区域，寸土寸金且生生不息。

青岛人的“栈桥情结”

栈桥之于青岛，如同外滩之于上海，故宫之于北京。在城市的过往中，这是青岛的图腾和地标。只要诠释它们，顿时映照出一个穿越时空的想象空间，带来属于老青岛的记忆和精彩。

这种有厚重历史感的魅力与绮丽，清晰地印在青岛人的心尖上，如同一种与生俱来的默契。历史上，几多青岛的产品以栈桥和小青岛为代言，或为产品名称，或为产品商标。于是，栈桥也以这些支撑物质生活的基本要素为依托，将浪漫的精神图景与实质的琐碎生活巧妙地融合在一起，与青岛人“天天见”。

在国内外，青岛啤酒可以称之为青岛的一张名片，许多人是先认识青岛啤酒继而才爱屋及乌认识这座城市，随后来到青岛与最新鲜的青岛啤酒醇香会合。青岛啤酒酒标上那个精致异常的LOGO就是“栈桥”的意象。栈桥多年来也以这种被简化的艺术形式，跟随着青岛啤酒声名远扬，在世界各地传递流转着自己的声望和风情。从栈桥这个景致外在的形态延展，其共有的“长虹远引”将陆地引入海中央，如同一个隐秘的心灵通道。

栈桥还是一座情调翩翩的桥，一座爱情的桥，在桥上发生过不知多少动人的情感故事。“栈桥左边第六盏路灯见。”多少年里，曾有多少情人在此约会，看大海、看海鸥、看日落，爱情回忆里所有与浪漫有关的美好都属于栈桥。

栈桥之所以能拥有如此声望，其根源不但在于它见证了青岛城市的百年历史和“天生丽质”的海景，还在于栈桥牵引着一条堪称“城市母亲”的中山路以及以其为“坐标原点”的老城区。在许多青岛土著心目中，无论时光如何递进，城市如何更新，这里是城市永远的灵魂。栈桥这样的老地标作为心灵符号，所承载的象征性意义，成为百年青岛的根脉所在和对城市往事守望的坚强载体。



回澜阁。王雷 摄

小阳春，“音乐之岛”如何弄潮？

音乐节市场期待新年头一炮 青岛原创音乐蓄势待发

□ 青岛日报/观海新闻记者 米荆玉 张芝萌

兔年开年，“音乐之岛”迎来音乐产业的汹涌春潮。2月首周，“青岛·海帆灯笼派对”音乐狂欢在青岛国际会展中心举行，久违的“橘子海”乐队终于与青岛乐迷重聚；随后另一个音乐节品牌“弄潮”正式启动，青岛继即墨民谣音乐节、青岛凤凰音乐节之后又多了一个大型户外音乐节品牌。也是在新春之际，以“陌酒”为代表的青岛原创音乐人连续发布了新歌，歌迷反响热烈；搬新址的Downtown、深耕西海岸的雀跃之地、专注独立音乐的DMC等岛城Livehouse也持续牵动潮流乐迷的注意力。从音乐节、音乐人到音乐演出机构，岛城音乐产业正在迎来一波持续的小阳春行情。

演出市场逐渐复苏，让青岛音乐人迅速变身“弄潮儿”，投身到音乐市场里。据悉，青岛人最早可在4月迎来今年首个大型户外音乐节，而青岛各家Livehouse遍布城区，有助于乐迷第一时间感受当红音乐人的魅力。业内人士表示，经历了近几年的市场打磨，青岛音乐演出制作团队在各大音乐节得到了全面锤炼：“青岛最动听”带动了热烈的原创音乐气氛，“海鲜计划”相继推出了50余支青岛本土乐队，蓬勃的夜经济又为乐队演出提供了舞台和收入，街头演艺计划提升了市民感受音乐的氛围，种种合力之下，2023年青岛音乐产业大潮已经澎湃而来。

迷都喜欢把当地Livehouse唤做快乐老家，于我而言，希望做到让每个来到Downtown的朋友尽量有家的感受。”

对于城市音乐文化来说，Livehouse行业发展与本土原创音乐的发展相辅相成，一方面Livehouse可以为新乐队、新人提供舞台，同时也通过新人吸引新乐迷，扩大影响力，“青岛这些年原创音乐氛围不错，出了不少乐队。我们两年前出品了名为‘海鲜计划’的本土乐队演出品牌，每场4-5支本地原创乐队联合演出，到现在12期了，没有一支重复的乐队，50多组音乐人都在这里登台。他们各有各的风格，有的巡演现场每站售出几百张门票，有的被摩登天空等行业巨头音乐公司相中签约，还有好多支乐队被各种音乐平台、头部公司出品的合集收录作品，各大音乐节也都有青岛乐队的身影。”

去音乐节“弄潮”

青岛是国内音乐节的重要市场。创立于2019年的青岛凤凰音乐节已是国内顶级阵容的大型户外音乐节品牌，创立于2016年的即墨古城民谣季更是见证着民谣音乐人的发展历程，2021年落地的青岛麦田音乐节成为年度国内最成功的户外音乐节之一……2023年伊始，青岛再添音乐节品牌“弄潮”，由资深制作人胡楠与青岛音乐人合力打造的弄潮音乐节正式落地，预计在今年春季跟乐迷见面。胡楠之前曾在青岛打造“摇滚春晚”等系列活动演出，作为制作人参与到麦田、草莓等国内顶级音乐节，有着丰富的音乐品牌运作经验，“深深期待能回青岛做音乐节，一是因为在家门口自信，二是这么多年做音乐节的沉淀和历练给我很多经验和信心。希望把‘弄潮’打造成品牌，让年轻人加入其中，所以这个品牌主要以摇滚和流行音乐为主，涵盖了年轻人喜欢的音乐顶流和乐坛中坚力量。”

从本月起，北京、厦门、苏州、西安等城市相继发布年度音乐节计划，各个城市的音乐节一方面得到音乐行业巨头加持，同时凸显城市音乐特色。作为说唱音乐之都的西安打造“西柚”音乐节，压轴的姜云升、刘聪等都是年轻乐迷钟爱的说唱红人，临沂“琅琊云雀”音乐节主打许巍、逃跑计划、万青等一线大咖，谁将抢走2023青岛音乐节市场头炮，“弄潮”已经蓄势待发，而省内其他音乐节品牌也在抓紧落地青岛。

音乐节是一个庞然大物，除了申报环节，仅是音乐节执行团队，从前期到后期就包含60多个岗位。艺人的不同诉求、舞台技术环节、场地招商安保等等，对主办方团队提出很大的挑战。业内人士表示，青岛能够举办音乐节的场地非常紧张，大型音乐节需要容纳2万人左右的开阔场地，国信体育场、青岛市民健身中心等都受到演出商青睐。按照省内城市音乐节规模估算，音乐节吸引3万左右的歌迷，实现2亿元左右的

在地消费和广泛的口碑传播，往往成为当季文旅活动的热点项目。国内头部音乐节主办方近期相继考察青岛市场，青岛凤凰音乐节也在稳步推进中。业内人士表示，音乐节已经吸引了文化资本的关注，既是对歌迷规模、市场成熟度、团队主理水准的考验，也是对音乐资本吸引力的验证。

新歌滚烫，巡演在路上

从青岛出发，向世界游历，以“橘子海”为代表的青岛新生代音乐人持续涌现，而资深音乐人也持续推出新作，像逃跑计划乐队、未来寺等都取得了亮眼成绩。新年伊始，陌酒乐队发布了新歌《少年子弹》，而音乐人边亚也宣布将于3月份参加痛仰乐队的巡演。陌酒、边亚都是从“青岛最动听·原创音乐扶持计划”走出来的音乐人，“陌酒”乐队在去年获得了“青岛最动听·最佳乐队”银奖，获奖作品《百年孤独》引用了马尔克斯小说里的“马孔多”意象，主唱史耘嘉喜欢将文学意象、电影艺术融入到音乐创作中，《少年子弹》有非常重的塔科夫斯基影响，体现了塔科夫斯基美学里的非线性叙述和多重隐喻，这首歌是乐队最重要也是最得意的作品，歌迷可以从很多角度欣赏这首歌。《少年子弹》的涵义归根结底是呼唤真正的爱，呼吁和平和。去年我们另一首歌《鲤鱼将军》改编自中国神话，有人感觉奇幻，有人觉得惊悚，做音乐这件事就像厨师端出一道菜，品尝的人会有不同意见，但作品是属于每个歌迷的。”

歌手边亚兔年立春当天在朋友圈发布了作品《立春》，这首歌不仅入选痛仰乐队“后浪音乐人扶持计划”，而且被乐评人耳帝列入“2022年度100首最佳歌曲”。边亚的音乐风格以流行、民谣的融合为主，颇受年轻人喜爱。“我的原创音乐人之路是在青岛起步的，从2019年到现在，我创作了近20首歌曲，青岛这座城市给了我很多灵感源泉，原创歌曲《小巷故事》和尚未发表的《海边的白瑞德》都是专门为青岛创作的。”史耘嘉则关注个性化的表达，陌酒乐队的音乐结合了后朋克和电子元素，体验感特别强烈，“我们慢慢和主流音乐产生一些区别，这是非常重要的冒险旅程。我们跨过人最多、最有密度、最热闹的地方到达了音乐边缘，我们踏出的每一步都有先锋意义。”

巡演也是乐队成长的必由之路，陌酒乐队贝斯手李雨表示，“今年我们希望在一线城市演出，目前我们有将近20首歌，还有很多歌曲也在积极创作中。”2023年开年，边亚和乐队在Downtown做了一场拼盘演出，“这次拼盘，是新鼓手加入后乐队第一次集体亮相。这是我们新的开始，我们不断翻新自己，提高专业水准，争取更大舞台。”边亚即将开启2023“随缘出走”音乐计划，她将此系列演出概括为“走哪唱哪，今年全国见”。随着新兴音乐势力的不断成长，青岛从音乐人、Livehouse到音乐节构建了丰富的音乐生态，让乐迷对青岛音乐产业充满期待。

Livehouse 需要老品牌

从崂山国信体育场M区到台东Joypark，Downtown的搬家对于青岛Livehouse来说意义重大：作为一家拥有11年历史的老店，Downtown搬进了商业综合体，也对青岛音乐主理人运营水准提出了更高要求：商业综合体停车方便、消费环境更加综合，乐迷体验更好，然而经营者面临房租、装修成本的压力，同时营业时间、音乐风格等也需要有更专业的调整。国内顶级Livehouse例如苏州“山丘”、杭州“MAO”等位于地标级的商业综合体里，说明Livehouse的音乐品质与所处环境有深度的契合。Downtown运营团队目前忙于新店开张前的装修、调试，接受采访时合伙人刘嘉瑞表示：“每个健康的行业，其发展进程一定是循序渐进的。Livehouse进入商场的确是个值得挖掘的议题，观察全国案例能看出来，这是非常不错的互补结合。”

放眼全国，十年以上的Livehouse老店并不多，Downtown创始人解新宇投入了青春和积蓄来做音乐，终于熬到了这个产业的产出期。“Downtown已经走到第11年，场地在不断进化升级。但这个行业发展很快，我们距离许多国内天花板的标准场地仍有不小差距，只有努力。”刘嘉瑞表示，“任何文化品牌一定是有主理人及核心团队的性格基因在其中的，许多乐



陌酒乐队新歌《少年子弹》风格深受大导演塔科夫斯基影响。