

□倪自放

谷雨来，春日归，人间四月芳菲尽。

谷雨的前一日，到济南千佛山脚下的山东大学参加《远龙之扣——纪念孔孚先生诞辰100周年学术研讨会》。

漫步在千佛山脚下，自然而然地吟出孔孚先生那首著名的《春日远眺佛慧山》：“佛头/青了//”两行，四字，极简的笔法，让人浸润在佛慧山盎然的春日诗意中。

孔孚(1925–1997)，原名孔令桓，字笑白，著名山水诗人，被誉为“现代东方神秘主义诗歌”的开拓者。孔孚1949年到大众日报社工作，任《大众日报》文艺编辑，1979年调至山东师范学院现代文学研究室，任中文系副教授。60岁时，出版第一本诗集《山水清音》，后又陆续出版

春日归，不妨读孔孚

诗集《山水灵音》《孔孚山水》《孔孚山水诗选》，还出版有诗论集《远龙之扣》、诗文集《孔孚集》，以及《孔孚山水诗研究论集》。

孔孚的新山水诗作被著名诗人和学者高度评价，如钱锺书将孔孚视作“开门户”者。

著名文学评论家、山东大学教授宋遂良与孔孚同事多年，在宋遂良看来，对孔孚的新山水诗的评价还缺乏一个公认的标准，对孔孚诗作的研究还有很大的空间。宋遂良认为，孔孚的诗作相对小众，有一定的阅读门槛。

山东大学教授魏建认为，孔孚的新山水诗几乎是与滕

胧诗一同出现的，孔孚的新山水诗理应在文学史有一定的位置，目前学术界对孔孚新山水诗的研究与孔孚诗作的学术价值不匹配，也期待孔孚的新山水诗能够出圈，让更多人阅读到。

其实，孔孚的诗作已在泉城济南生根发芽。2004年9月28日，由著名诗人贺敬之书写的孔孚诗作《泉边》，立碑于济南五龙潭公园。《泉边》里说：“鞠一捧泉水/洗一洗眼睛/心也绿了//”2004年11月，由著名书法家魏启后书写的孔孚诗作《答客问》，立碑于济南白石泉边。《答客问》里说：“请教泉有多少/去问济南人的眼睛吧/愿闻济

南人的性格/你去问泉水吧//”

孔孚的新山水诗当然不局限于济南。1979年，孔孚去了胶东沿海。一见到海，诗就随着眼泪涌了出来，且一发不可收拾。一个月零五天，写诗140首。这年孔孚54岁。孔孚自认为54岁才真正写出诗来。

孔孚写青岛海边的诗作，逐渐进入“与宇宙为友，与天地闲聊”的诗歌境界，如在《崂山》中，他写道：“崂山在海边沉思/回忆他的童年/那时他把大海当竹马骑呢/敲打着太阳这个铜盘//”

著名文学评论家、山东大学教授袁忠岳认为，孔孚的诗作有一条长长的行程线，“从青岛

的海边，孔孚逐山而行，从泰山、黄山再到峨眉山，还有更往西的地方，横跨一万里，可谓‘中华山水，万里长卷’。”

行走万里的孔孚，还是一个孤独者。山东师范大学教授杨守森认为，孔孚是一位有着一颗深刻的孤独之心的诗人。他在《崂顶速写》中写道：“漫步在天上/只有我和太阳//”孔孚的孤独，不是生活的孤独，而是生命的孤独。这“孤独”可以使人昂扬振奋，可以激起人强劲的生命活力，可以唤起人博大的爱欲和情感。在孔孚的诗中，闪耀着的正是这样一种伟大的生命之光。

比如孔孚在《飞雪中远眺华不注》中写道：“它是孤独的/在铅色的穹庐之下/几十亿年/仍是一个骨朵/雪落着/看!它在使劲儿开//”我们从中看到的，正是诗人自己昂然不屈的生命形象。

演员“跨界”加入音乐节 当流量消退，乐迷还能回来吗

刘宗智 济南报道

五一假期，向来是音乐节和乐迷的狂欢阵地。与往年“全员音乐人”的阵容相比，今年的五一舞台上，“跨界”成为一股不容忽视的潮流。赵露思、张晚意、罗云熙、丁禹兮、任嘉伦等流量演员接连官宣，表示将在不同的音乐节上一展风采。从乐迷的“精神乌托邦”到粉丝的“流量竞技场”，音乐节变味了吗？乐迷认可吗？

“跨界演出”热潮渐起

近几年来，音乐节的演出阵容一直处在动态变化中。“2019年左右，音乐节很纯粹，风格也相当鲜明，演出阵容主要以乐队和音乐人为主。”资深乐迷“范范”告诉记者。据行业观察数据，2023年头部音乐节的非音乐类艺人占比已突破30%。原本以摇滚为主的音乐节上，开始出现偶像男团、流量歌手，甚至连相声演员都曾“分过一杯羹”。

时间来到今年，音乐节演出阵容再次经历“大换血”。除了偶像男团、流量歌手，一些流量演员参加音乐节的比例也在逐渐上升。很多资深乐迷称，“这让昔日以独特风格构筑精神乌托邦的音乐节，做得越来越像‘演员拼盘’的演唱会了。”

从过往演艺经历来看，这些

被邀请登上音乐节舞台的演员，并非纯粹的“音乐小白”。罗云熙、任嘉伦早年都有唱跳训练的经验，前者曾以男子组合出道，发布过三张专辑并举办过个人演唱会，后者也发布过个人单曲和专辑；张新成毕业于中央戏剧学院音乐剧专业，演唱过的影视剧主题曲有七八首；赵露思、丁禹兮多次为主演的剧集演唱OST，部分热门作品在音乐平台的收藏量超过了7位数。

不过，与专业棚内录音相比，户外全开麦音乐节对于艺人的演唱功力要求更为严苛。乐迷“小左”对此表示担忧，“他们真的能唱好吗？作为乐迷，还是以音乐节的体验感为主，希望能听到真正有实力、全开麦的现场，很多音乐节首次亮相的演员是第一次演出，没有原创作品，也没经过专业训练，很难让人相信能带来‘稳’的表演。”早在2014年，草莓音乐节就曾邀请张曼玉以摇滚歌手的身份登上主舞台，但现场的音准、节奏都略显“潦草”。后来，在一次真人秀节目中，张曼玉坦言，自己几乎有一年时间“不好意思出来见人”。

音乐节的魅力在于群体共鸣，但当粉丝为偶像尖叫，乐迷为音乐呐喊时，两种群体的冲突可能让现场沦为“文化孤岛”。“范范”直言，“听的或许是同一首歌，却仿佛参与在两个平行世界。”

性价比下的“双向奔赴”

当流量演员逐渐占据音乐节海报“C位”，这场变革看似偶然，实则折射出行业生态的深层变迁。

比起2023年的井喷式增长，如今的音乐节市场无疑是降温了。据中国演出行业协会和灯塔专业版发布的报告，2024年全年国内主要音乐节IP数量为71个，同比2023年下降40.5%。到今年，更让人有“降温”实感的是频繁出现的音乐节取消公告。3月至今，长江采石矶·森林绿洲音乐节、请来窦靖童和杨千嬅的北京2025无限音乐节等先后宣布取消。

市场降温倒逼主办方寻求破局。独立乐队因高频曝光导致观众审美疲劳，而流量演员的粉丝消费力远超普通乐迷，有不愿透露姓名的主办方告诉记者：“流量是活下去的筹码。”

对于演员而言，跨界演出同样是一场性价比极高的投资。今年2月的厦门草莓音乐节上，陈昊宇在大风中飒爽开唱《野子》，被粉丝赞为“被风眷顾的女神”，短视频平台上多个“直拍”话题播放量超700万。这一波宣传放大了演员以外的身份，为其打开了更多可能性。从现实层面考虑，当越来越多音乐节下沉到三四线城市，渴求以音乐节促进文旅行业发展

的城市，希望尽可能提升票房的主办方以及力求带动产品销售的品牌赞助商，也会不约而同地想要拥抱规模更大的非专业观众群体。

需跨越“玩票”门槛

流量演员的加入虽短暂提振票房，却可能透支音乐节的长期价值。随着网红和流量明星的加入，粉丝们为了近距离与偶像互动，掀起了“卷前排”“夜排”的风气，有的粉丝甚至凌晨三四点就去排队，只为抢到前排位置。为了支持偶像，粉丝们挂大旗、举灯牌，原本轻松快乐的音乐节氛围变得“剑拔弩张”。“根本抢不到票，现场全是粉丝抢前排。”乐迷“岳岳”无奈地说。

更让乐迷们感到无奈的是，随着大咖音乐人、网红和流量明星的加盟，音乐节的票价也水涨船高。2019年多数音乐节的票价在两三百元，如今普遍涨了一倍不止，有的甚至突破千元大关。这使得许多普通乐迷望而却步。

乐迷“小左”说：“一些音乐节演员扎堆，作为更希望听到原创乐队的乐迷，我可能就不会选择这样的阵容，同样是购票，我更希望看到一些实力强的乐队或歌手的演出，这样性价比会更高。‘术业有专攻’，演员专注于自己的领域比较好。”

音乐节不是镀金场，而是试



金石，跨界需以实力服众。或许，音乐节的生命力不在于能请到多少顶流，而在于能否让不同群体找到共鸣。唯有在商业与艺术、流量与纯粹之间找到动态平衡，音乐节才能从“演员拼盘”回归“音乐本位”，成为连接大众与艺术的桥梁。正如某位音乐节主理人所说：“当流量消退，乐迷还能回来吗？请把音乐节还给真正爱听乐队的人。”

编辑：孔昕 美编：陈明丽

黄金薄脆焦饼

春游踏青 老少咸宜
配料干净 酥脆咸香

★ 尝鲜价 ★
¥24
2盒

扫码查看

<div><h2>精品资讯</h2><p>订版电话 0531-85196199</p></div>	<div><h2>1999元/月</h2><p>市中心养老全包</p><h3>87569992</h3></div>
<div><h2>房屋出租</h2><p>出租长清大学城 10亩独院 建筑面积3000余平，水电、手续齐全。13053635880</p></div>	<div><h2>先行众创空间招商</h2><p>成熟工业园区，优越营商环境。 惠企政策对接，管家贴心服务。</p><p>现有车间120㎡、130㎡、230㎡、260㎡、700㎡、750㎡、800㎡、900㎡、1100㎡空地、1200㎡、1800㎡、1960㎡、2500㎡、2760㎡、3300㎡、3700㎡、4500㎡、5100㎡和8000㎡等不同规格，招商招租，可整租可分租。</p><p>◆高新万达J1座1502室121㎡写字间出租 ◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3201室137㎡出租出售 ◆龙湖华庭10号楼1单元13层1301学区房商住两用147㎡出租出售 ◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3303室132㎡出租出售 专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供帮扶补贴协助，欢迎垂询。 垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）</p></div>
<div><h2>收购字画</h2><p>◆求购 15864536825</p></div>	<div><h2>家政服务</h2><p>◆家政 13793180410</p></div>