

从网剧到音乐剧 于毅让“赵吏”在舞台生根发芽

晨报记者 殷茵

当剧院的定场钟响起时，一个身着黑袍的男人低吟着歌曲从台下缓步走上舞台，他的歌声仿佛为观众讲述了一个千年故事，又好似推开了一扇紧闭的大门。

脱下黑袍，扮演“赵吏”的于毅站在观众面前，他的歌声如有魔力一般，拉起观众们的手，穿越到大幕之后的异界时空。

昨晚，中文原创音乐剧《灵魂摆渡之永生》完成了巡演上海站的所有演出。

作为上汽·上海文化广场2020年末演出季上演的首部剧目，《灵魂摆渡之永生》以热门悬疑网剧《灵魂摆渡》为蓝本，从中国文学经典《山海经》中汲取灵感进行创作，以“永生”为主题，讲述了夏冬青在赵吏与王小亚的协助下共同拯救因心事未了而滞留人间的灵魂、合力挽救世间秩序的故事，从现实和虚幻两个角度展现了人们“贪嗔痴恨”的欲望。

两个小时的沉浸式观演，观众们如同在现实情感和虚幻异界间游走，亦真亦幻、让人陶醉，有观众感慨道：“如果《灵魂摆渡之永生》是我2020年的最后一部音乐剧，我觉得这个结尾是圆满的。”



制图/张继

从网剧到音乐剧 于毅与赵吏融为一体

2014年，网剧《灵魂摆渡》横空出世，豆瓣评分最高8.4，被粉丝视为网络悬疑IP鼻祖。剧中，酷炫狂拽的“赵吏”成为最受欢迎的角色之一，其扮演者于毅也因此声名鹊起，成为粉丝心中的赵吏“本吏”。6年后，他又在音乐剧的舞台上再度饰演“赵吏”，引发无数观众的好奇——荧幕上形象鲜活的“赵吏”，会不会被本人颠覆呢？

网剧中的“赵吏”，有着狂拽酷炫的“灵魂摆渡人”外表，亦能让观众从细微处窥见他内心深处的柔软和孤独；音乐剧中的“赵吏”，则时而俏皮可爱，时而钢铁直男，恢弘辽阔的嗓音在剧场上空荡漾回响，细致入微的人物刻画让观众直呼过瘾。

谈及为何会加入网剧《灵魂摆渡》，于毅坦言，富有想象力的故事与爱和温暖的力量是最吸引他的原因，“对我来说，电视剧版《灵魂摆渡》的结束，不是句号而是省略号，如今它再次在舞台上生根发芽了。”

为了更好地投入角色，只要出现在排练厅，于毅就总穿着那一套标志性的黑色长风衣，让人分不清他究竟是于毅还是赵吏，“这个角色伴随了我近7年，虽然他的性格可能和生活中的我有些不同，但他已经和我融为一体了。”

音乐剧舞台，对于于毅而言并不陌生，上海更是他舞台梦起的地方。大学毕业后，他入职上海话剧艺术中心，“现在我在舞台上所有的技巧，都是那段时间积累的。”

2004年，出演了张学友音乐剧《雪狼湖》中文版，1年内在亚洲巡演超过50场；2006年，搭档林依轮主演百老汇经典音乐剧《I love you》中文版，并登上美国纽约百老汇舞台。

再次踏上曾经熟悉的舞台，也让于毅感慨万千，甚至一度落泪，“我知道其实赵吏不应该落泪，因为他分不清自己的眼泪是不是咸的，可我忍不住，我离开舞台实在太久了，如今还能够再次享受舞台，很幸福。”

从音乐到舞台 处处巧思围绕“永生”

尽管脱胎于网剧，但音乐剧《灵魂摆渡之永生》又开拓出了联通魔幻异界和内心现实的桥梁。

剧中，赵吏、夏冬青、王小亚，身份、性格迥异的三人被恶意离间，致使赵吏面临生命危险，三人友情也遭遇了前所未有的危机。在此逆境下，三人携手共同破除外部世界的重重障碍，又在相互理解和包容下逐步打开剧中众人内心的困扰，并试图向观众传递“每个人内心深处的孤独与束缚，最终都将在温暖中被解开”的核心精神。

这份温暖同样贯穿在21首不同风格的乐曲中。不仅有“蒸汽朋克”的摇滚乐曲，也有融合电子迷幻、朋克、中国元素的流行歌曲。让人意想不到的，这部音乐剧的舞台上还隐藏着一个由吉他、贝斯和鼓组成的流行摇滚乐队，而这个小秘密直到谢幕的聚光灯投向二楼的舞台上时才被揭开。原来，现场很多的摇滚乐曲都是来自乐队的现场演奏。

视觉表现上，同样可以看到主创团队的巧思。舞台上方的齿轮就像是整部音乐剧所汇聚的意象，代表着视觉总监任冬生创造的双重舞台和蒸汽朋克的舞台视觉风格，这同时也是导演马达对“永生”的隐喻——转动着的年轮和穿越的空间，“灵魂、摆渡人、轮回等都让我联想起了‘圆’，谐音为‘缘’，就是台上那个齿轮。”

如果说《灵魂摆渡之永生》的音乐像是线性的时间——带领观众们在剧中穿梭，那么舞台上的视觉世界便为我们打开了“想象与共鸣”的空间。



有声书《隐秘而伟大》成喜马拉雅123狂欢节黑马
易中天依然是老百姓最爱

晨报记者 徐宁

第5届喜马拉雅123狂欢节昨日凌晨收官，内容消费总额突破10.8亿元。用“听”进行学习、娱乐与个人提升，已成为国民流行的生活方式。那么，网友究竟喜欢哪类有声书？哪些有声书的销量最高呢？

《易中天中华史》销售额最高

喜马拉雅123狂欢节进入到第5年，已经成为年度大型“在线书展”，越来越多的出版社将“狂欢节”作为新品首发舞台，如《莫言长篇精选有声剧》《〈魔戒〉完整三部曲》《少儿英语启蒙课——牛津树入门（4周）》等。

《易中天中华史》音频专辑在今年“狂欢节”期间首发，这张专辑名列畅销书品类销售额第一，目前播放量已近40万。

《施展李筠力荐：人文通识100讲》由外交学院教授施展、中国政法大学教授李筠携7位跨学科教授，从100个关键词和生活场景出发，让用户精确汲取人文学科的思想精华，快速建立起跨学科的底层视野。专辑一经上线就成为消费者购物车里的爆款，目前已经有70万播放量。

在影视品类里，李易峰、金晨主演的谍战剧同名精品有声剧《隐秘而伟大》成为黑马，这也是喜马拉雅精品悬疑有声剧栏目“白夜剧场”推出的新作。

北上广深位居消费前列

越来越多的用户愿意为优质内容买单。据喜马拉雅大数据显示，今年“狂欢节”期间，1980后、1990后和2000后是内容消费的主力军，占据了消费总额的84.5%，其中亲子用户、职场“打工人”、大学生是这几个年龄段的主流消费群体。

在城市维度上，一二线城市依旧是内容消费的中坚力量，北京、上海、深圳、广州、成都、杭州、苏州、天津、西安、南京位列消费总额的前十名，西安、南京成为内容消费的新兴城市。

今年“狂欢节”期间，消费最高的用户来自广州，最远的用户来自挪威，购买品类最多的用户来自西双版纳。

二次元、影视和教育增长快

一年一度的“狂欢节”是用户以优惠价格集中购买一家人精神食粮的好契机，喜马拉雅平台上的内容品类从以往的328类增至393类。

据数据显示，二次元、影视和教育成为今年销售额增长最快的品类。其中，二次元内容消费总额同比增长476%，如《火影：从双神威开始》。

教育类也很受欢迎，如《心里疗愈50讲：缓解焦虑、自卑、抑郁和压力》《复旦沈奕斐的社会学爱情思维课》《一人之下》等。

在今年“狂欢节”期间，不仅传统的“销售大户”相声评书、有声书卖得好，年轻用户喜欢的广播剧、品质生活类专辑，宝妈必备的亲子儿童课，陪伴“打工人”的职场进阶、外语学习、商业财经类专辑均冲入畅销榜的前列，呈现出人群与内容品类多元、百花齐放的内容消费格局。

喜马拉雅助力残疾人

虽然本届“狂欢节”落幕，但随着内容消费的不断增长，喜马拉雅持续赋能音频行业内容创作者。其中，也包括“狂欢节”幕后的一批残疾人主播。

目前，有超过八千名残疾人在喜马拉雅做主播，专辑播放量最大的超过8亿。他们凭借自己的勤奋和努力，借助喜马拉雅丰富的有声内容资源和成熟的主播孵化体系，用声音开创了新职业。

喜马拉雅CEO余建军表示，平台将继续为用户提供更丰富的优质内容，提升内容消费服务与体验，用声音服务美好生活。