

# 2025 名人堂 观察

2025年岁末,四川籍歌手海来阿木在新加坡滨海湾的演唱会落幕,近万名观众在彝语唱段与流行旋律的交织中动容;在泸州举办的音乐节,吸引了近90%的外地游客,让大型演出真正辐射到地方,为省内众多城市打开了文旅融合、消费升级的新通道。这一年,音乐之于四川,连接着异国他乡,也重塑着四川的腹地与街巷。

二〇二五年

不止成都

## 四川音乐的“出海”与“归来”

12月20日晚,四川籍歌手、唱作人海来阿木“不如见一面”巡回演唱会首次登陆新加坡,演唱会门票提前半月便已售罄,从马来西亚站到新加坡站,两场海外演出均引起全场大合唱,现场气氛热烈,人气爆棚。

一个远在中国腹地的彝族歌手,为何会在东南亚引起共鸣?为何能在现场唱哭那么多观众?

海来阿木在采访中道出了核心:“真诚是最大的关键,也是必杀技。”他的作品,如《三生三幸》对患难夫妻情的记录,《西楼儿女》对漂泊者心绪的抒写,均深深扎根于个人乃至一个群体的共同经历。这种创作路径,让海来阿木的音乐内核具有情感的普遍性。而当这种普遍性包裹上彝族音乐独有的声腔韵律、叙事结构,以及四川本土乐器的音色时,便产生了奇妙的“化学反应”。

近年来,四川音乐及音乐人主动“出海”,得到了广泛而热烈的反响。此前,刀郎大热,他的歌曲也在海外受到欢迎,拥有深厚的听众基础;四川原创音乐剧《熊猫》登陆韩国,以鲜明的文化符号赢得关注。更早之前,发源于川西红原大草原的“雅克音乐季”,成功将品牌输出至泰国普吉岛。

与“出海”相呼应的,是今年以来音乐人与音乐机构大量落户成都。据统计,包括韩红、张靓颖、薛之谦、潘玮柏、海来阿木等不同风格的音乐人工作室已相继入驻成都。在此前的采访中,韩红曾说:“来成都等于‘回家’。”

# 听见四川音乐的 N种方式



韩红回应“落户”成都 徐语杨 摄

## 成都何以成为音乐人的“新家”?

《2025中国城市音乐产业发展指数研究报告》显示,成都在音乐产业聚集指数、音乐原创活力指数、音乐演艺活力指数、音乐文旅融合指数、音乐产业综合发展指数等多项指标评估中,位居15座副省级城市第一,以硬核数据勾勒出这座城市跃动的音乐产业脉搏。数据显示,2025年1月至9月,成都举办超过5000人的大型演唱会92场,吸引观众136.9万人次,实现票房收入7.09亿元。这些数据让成都稳居全国演艺市场“第一梯队”。

“跟着演、展、赛、剧游成都”已成为一种成熟的旅游模式。以东安湖体育公园为例,两年近百场大型演艺活动,吸引近200万人次观众,直接拉动周边消费超86亿元。

2025年,中国音乐金钟奖已连续四届落户成都,并将继续承办之后的两届赛事。这一中国音乐最高权威奖项的常态化落地,不仅提升了成都音乐的专业形象和话语权,更重要的是它吸引了全国顶尖的音乐人才、评委、学者、媒体汇聚蓉城,潜移默化地提升着整个城市的音乐审美和专业水准。

业内普遍认为,成都的各项政策、音乐产业生态,以及独特的城市气质,是吸引音乐行业人才投身成都的重要原因。比如成都专门设立了促进音乐产业发展的办公室和领导小组,武侯区、金牛区等更出台了覆盖演出、企业、人才等各个环节的奖补政策。

其次是成熟且完整的产业生态链条。以最近音乐人纷纷“落户”的成都音乐文创园为例,作为“国际音乐之都核心区”已集聚超过800家音乐企业,从创作、录制、版权、经纪到演出、宣传、衍生开发,产业链各环节在此都能找到对接资源。

## 大型音乐演艺 从成都向全省辐射

在2025年,我们还能看到一个显著趋势:大型演出的热潮,正以成都为核心,强劲地向全省范围辐射、下沉,在巴蜀大地上催生出“遍地开花”的繁荣景象,重塑着四川的演艺产业结构与消费空间。数据显示,四川省演艺产业结构持续优化,呈现出“一核多极、全域协同”发展态势。从上半年的数据来看,成都作为核心城市,贡献了全省83%的大型演出席次。同时,乐山、遂宁等城市的观演人次同比增长21%,大型演出在全省的占比从8%增至17%。

今年国庆中秋假期,在泸州举行的银河左岸音乐节为期三天,吸引了约15万名乐迷从全国各地奔赴而来,不仅直接营收达6500万元,还强势带动周边消费约5亿元,拉动交通、住宿等远端消费超8亿元。数据显示,约88%的观众来自泸州市外,其中省外游客占比50%。

从遂宁“金曲传奇”巡回演唱会、德阳蓝鲸音乐嘉年华、第八届红原大草原雅克音乐季,到泸州银河左岸音乐节、自贡张韶涵演唱会,不同的城市正结合当地的历史文化、旅游资源,打造独具特色的演艺产品。相信在不久的将来,“在家门口看演唱会”能真正成为四川演艺的新常态。

华西都市报-封面新闻记者 徐语杨

受访者供图  
海来阿木海外演出

# 从情绪到艺术的进阶 2025年哪部短剧 让你念念不忘?

曾经以“短平快”为标签的短剧,于2025年,在用户对叙事、情感深度和艺术表达的高要求下,不再是流量剧情的堆砌,而开始用精炼的叙事编织情感,完成品质蜕变,虽有“爽感输出”,却饱含情感重量和文化纵深。《家里家外》的年代烟火气尚未退去,《盛夏芬德拉》便带着高品质画面示爱而来……精品短剧频出,哪部短剧让你念念不忘?

2025年岁末,封面新闻、华西都市报推出“2025名人堂”人文观察,让我们一起重温2025那些打动观众的时刻。

## 都市中的温情叙事 烟火日常最抚凡人心

2025年的现象级爆款,无疑是流量、口碑双丰收的《家里家外》,这部剧将目光投向20世纪80年代,以浓厚的生活气息、地道的川渝方言,唤醒观众对年代的怀旧之情,当大家在评论区“忆当年”,这场贴近生活本真的叙事,便拉开帷幕。但仅是怀旧还不够,剧中蔡晓艳爽利的性格,和陈海清一家人的亲情羁绊,勾勒出传统人情社会的温暖底色,年底该剧推出第二部,延续年代家庭烟火气,上线4天破10亿播放量。

同样探究情感叙事的《盛夏芬德拉》,打开“先婚后爱”序章的时候,却出乎意料地聚焦成年人爱情的克制与救赎。它细腻的情感流动,藏在细节中的温柔,是当代人对真诚亲密关系的渴求,10天播放量突破30亿。

作为短剧创作的高热题材,穿越剧也在今年拿出了一部大流量作品。《十八岁太奶奶驾到,重整家族荣耀》减少了穿越题材的猎奇和爽感“钩子”,女主乖巧形象与“太奶奶”身份形成反差,以“整顿家族”为引,表达对家风传承、亲情羁绊的渴望,创新性叙事,为其获得上线首日破亿的观看热度。同样是乖巧形象,但《好一个乖乖女》却不走寻常路,女主在顺从表象下隐藏的不甘和挣扎,打破了观众对“乖巧女主”的刻板思维,也用掌声和数据肯定了女主对于“自我价值”的重新定义。

## 男频热血叙事 摒弃无脑爽文套路

男频短剧在2025年推出了标杆之作——《一品布衣》。这部剧不再是男主的单打独斗,而是联手民众抵抗外敌,勾勒出乱世中平民英雄的成长弧光。剧中大量细节,让主角的逆袭称得上是逻辑在线。该剧上线5天,观看突破20亿,不仅有男观众为其点赞,也收获了不少少女观众的好评。《一品布衣》为男频短剧提供优质范本,可见,只要敢于打破同质化,跨越性别打动观众,将不再是短剧难题。

短剧在这一年中,也有大胆尝试新型表达方式的《冒姓琅琊》,这部知识型短剧,以史学考据和文化深度,在同期短剧中脱颖而出,令观众直呼“看短剧也能长知识”。

从都市温情的细腻笔触,到古风权谋的担当书写,2025年,多部精品短剧共同勾勒出行业发展的清晰轨迹——短剧已不再推崇“爽感至上”,而转向情感共鸣、文化底蕴与价值温度的多元融合。如今的短剧,已不再是那个单纯的“流量风口”,而逐渐形成了让观众念念不忘的“文化IP”。

华西都市报-封面新闻记者 刘叶