

编者按：

2020年新年伊始，新冠肺炎疫情突如其来，现已蔓延到199多个国家和地区，世界经济和人民生活受到巨大冲击。演艺行业更是有覆巢之痛，各种类型的现场演出活动取消，影院、剧院、娱乐场所歇业，文旅活动及场所在建项目停摆，演艺装备生产停滞。面对疫情，长期奔波于演出艺术的幕后工作者，静下心来思考文艺创作与生活，反思行业如何走出困局寻求新的发展机遇，如何培养新业态，如何创作出触及心灵的艺术作品，如何寻求新技术突破，如何挖掘新需求开发新型产品？如何做好知识、技术储备增强抵御风险的能力……

本刊特辟“抗疫思变”专题，辑录他们疫情下的所为所思，旨在共同探讨后疫情下演艺行业发展的破局思路以及新的提升空间。

新冠肺炎疫情后演艺行业的走势

姚石

(中广电广播电影电视设计研究院, 北京 100045)

【摘要】2020年，演艺行业虽受新冠肺炎疫情影响，但需求始终存在，并能够随着经济的增长而增长。5G、大数据中心、人工智能和工业互联的发展，将推动演艺行业在线化、专业音视频与消费类产品融合发展。

【关键词】新冠肺炎；疫情影响；演艺行业；在线化；产品融合

文章编号：10.3969/j.issn.1674-8239.2020.03.001

The Development Trend of Performing Arts Industry under the Post COVID-19 Epidemic Situation

YAO Shi

(Radio, Film & TV Design and Research Institute, Beijing 100045, China)

【Abstract】In 2020, despite the impact of COVID-19 epidemic, the demand of the performing arts industry is always there and can grow with the growth of the economy. The development of 5G, big data center, artificial intelligence and industrial interconnection will promote the online development of the performing arts industry and the integration of professional audio and video and consumer products.

【Key Words】COVID-19; epidemic impact; performing arts industry; online; product convergence

1 疫情下的演艺行业状态

2020年，新冠肺炎疫情来势汹汹，影响范围十分广阔，从国内和国际的发展情形来看，演艺行业无疑是受冲击影响较大的几个行业之一。国内的影院、剧场和娱乐场所目前仍未被允许恢复营业，所有大型演出活动包括很多景点和主题乐园的演出项目也都处于停摆的状态……可以预见，从全球范围看，在很长一段时间内各种类型线下演艺活动的数量和规模都将远低于2019年同期水平。随着国内防疫形势的变化，在不久的将来，部分地区可能逐步解除对线下娱乐行业的关停措施，但整个演艺行业的恢复还需要较长的时间。

与线下的各类演出、娱乐活动被严格管控正相反，受疫情影响，人们居家的观演需求或主动或被动地被引导至线上渠道。近一段时间以来，各大院团、剧院和演出团体纷纷推出在线视频和娱乐节目服务，相关信息也在“两微一端”等社交媒体平台广泛传播。

笔者认为，疫情的冲击给身处演艺行业中的“你、我、他”都带来了十分明显的影响。这些影响无论对个人、企业乃至全行业都不是暂时的，也不是很容易就能消除的。从身边人看，朋友圈里的同行们至今仍然处于停工或半停工的状态，越接近演出一线，停工朋友的数量就越多，随着停工时间的不断延长，将会有越来越多

的人转投其他行业谋求发展和收入来源，造成本行业人才的大量流失。

对于行业内的公司，长期歇业将为公司运营带来沉重压力。资金储备不足的公司很可能被长期停工拖垮，其中握有重资产的中小规模影院、演出场所、大型租赁企业的经营压力则更为沉重。此外，人才的流失会在复工后给全行业带来新的问题。疫情过后，也许只有获得财政支持的团体和剧场影响会相对减缓，而其他的企业、团体和从业者，则可能会因疫情影响而出现一波较为集中的调整更新。

这次疫情对笔者所在的文旅场所工程设计建设领域的影响也很大。疫情期间，以“部分到岗+网络办公”的形式开展工作。在线会议、在家办公的模式不会对工程设计工作产生很大的冲击，但是工程建设进度会受到很大程度的影响。更重要的是，受到疫情影响，全国各地的工程建设项目的立项情况将明显延后，政府财政投资会在疫情后优先向恢复经济生产和医疗卫生领域倾斜，而文旅项目主要投资方的地产集团目前已经开始通过降价策略来推动销售，并大幅收紧支出以缓解资金链压力，下半年可能不会有过多的财力投资新的文旅项目。

疫情过后，一方面压抑已久的消费需求将推动包括演艺消费在内的各类消费市场，另一方面，个人消费能力可能因疫情停工而有所下降。这两方面都将会影响国民消费习惯，而演艺行业这类非必需品“高消费”也许需要比餐饮市场更长的恢复周期。

即便是现在大家都看好的互联网经济，在疫情初期消费者大量“涌入”之后，其经济活力也随着基础经济放缓而逐渐显现下降信号。这种“涌入”消费能力的快速下降，已经对部分网络公司造成了严重的伤害。

在疫情停工以及疫情过后逐渐恢复的一段时间内，笔者会把更多的精力投入到团队建设和人员培训，以及标准编制和科研项目等方面，利用这段“慢下来”的时间修炼内功，为以后的新机遇、新挑战做好准备。毕竟整体国民经济预期整体向好，演艺行业仍然具有极其广阔的市场前景，线上和线下只是渠道和运营模式的不同，然而对“创意”“艺术表现”“舞台技术”“场馆建设”等各个领域的需求是始终存在的，也能够随着经济的增长而增长。

2 后疫情下的新走势

疫情终将过去，暂停只是漫漫人生的一小段时间。复工之后，演艺从业者面临的头等大事就是如何解决生存问题，而更重要的是如何适应后疫情时代新的演出形式和新的竞业同行，获得商业成功。

近期中央密集部署“新基建”，从2月3日到3月4日，30天内，仅中央层面就至少5次部署与“新基建”相关的任务，平均不到一周就谈一次。2020年以来，国家广电总局也在连续发文，要求深入贯彻落实习近平总书记关于发展智慧广电网络的重要指示精神，加快广播电视高质量创新性发展。这些政策会在近一段时间里对演艺行业的技术基础、创作环境、消费模式等方面产生强劲推动力。

5G、大数据中心、人工智能和工业互联网等领域的飞速发展，将为包括演艺行业在内的各行各业搭建新平台、带来新机遇。

2.1 疫情推动演艺行业的在线化发展

综合考虑现有的技术条件、网络条件和消费环境等因素，从某种意义上讲，疫情推动了演艺行业的在线化发展。

疫情期间各类演艺活动逐步转向线上。原本活跃于网络各类综艺节目自不必说，各大演出团体也纷纷把经典剧目和演出视频节目发布到网络平台。现阶段大多数这类节目是免费提供的，而且发布渠道主要依托院团自有平台，变现能力较差，但笔者认为这些资源和发布平台将逐渐与主流视频、在线直播平台整合，进一步提高营收能力。

近期很多演唱会、演艺节目纷纷开始“在线演出”，在剧场不带观众演出，通过弹幕等方式与观众进行互动。各类网上戏剧、网上音乐会不会随着疫情的结束而终结，而是会逐渐成为线下演出的补充、第二舞台等，甚至可能发展为主流的观演模式。

2.2 产品相互渗透市场空间广大

随着技术的进步，现在专业音频产品和消费类产品逐渐融合，或者说专业产品与“不那么专业”的音频产品之间相互渗透，消费产品逐渐进入专业系统之中，很多专业音频设备也在逐步进入家庭。