



盛夏音乐季

还有什么比骄阳更疯狂

还有什么理由能把人们从夏日的空调房里拽出来？音乐节无疑是最好的借口。于是乎，蓬勃了几年的音乐节，像是暗中谋划过一样，统统用在了艳阳高照的暑期。这个盛夏，按图索骥的话，必会为音乐而疯。

■文 | 毛予倩 ■图 | 资料

最洋气音乐节——亚洲巅峰音乐节

人马到齐：Jamiroquai、Limp Bizkit、黑豹乐队、李泉等
绕梁所在：上海体育场和上海大舞台及周边区域

熟悉国外音乐节的，恐怕很少有人不知道Summer Sonic，在很多乐迷的心中，它是“超级音乐节”的代名词，今年，顶着“亚洲巅峰音乐节”的响亮名头，终于落户了上海。

随着音乐节日益成为时尚和消费的派对，全国各地大大小小的音乐节蜂拥而起。如何在维持合理票价、确保高水准现场的前提下，挑选真正代表当今世界音乐潮流与国际水准的音乐人与乐队，是音乐节主办方的一大课题。以明星阵容吸引人，以超一流的现场效果制造高潮，以音乐节激励新人与激活音乐生态，让音乐节不仅仅是音乐，更成为在音乐名义下的青春狂欢，形成以音乐为载体的都市文化形态，是真正要去考虑与实现的。

8月17、18日才会正式上场的Sonic Shanghai，此前引发了很多的猜测，关于本土化之后的Sonic是否会降低水准一直是乐迷心中的一个疑问。很多Sonic的拥趸发现，一些在日本的Summer Sonic上出现的艺人，有些途经上海却不来参与。

究竟够不够“巅峰”一时成了全城热议。

最近，这个疑问终于在首发的艺人名单——Jamiroquai、Limp Bizkit、黑豹乐队、李泉公布后得到了解答。主办方之一的上海新娱乐传媒有限公司总经理李勇坦言：“从首发的四组艺人名单，我们明确表达了它对艺人的选择标准。一、必须是国际最顶尖一流的艺人；二、他在所属音乐类型中是先锋的代表，并且在未来的一段时期内将继续保持先锋之姿态；三、他总是勇于突破时代和自我。我们不希望邀请来的艺人处于这样的状态下：盛名已经成为发展的瓶颈而令他失去继续突破的勇气，或者他只是一再地重复自

己，对音乐和观众都已缺乏诚意。不断突破自我，勇于挑战，也是冠名赞助商清扬所倡导的品牌理念。同时，一个超级音乐节绝不会局限于一种音乐类型，国际化、多元化、都市感将是Sonic Shanghai的显著特色。”

音乐节的热度是比高温橙色预警还要令人沸腾的——以前说这句话，或许会让人觉得匪夷所思，但今年Sonic Shanghai的举办的确吸引了大批乐迷的关注。

其实早在3个月前，各位消息灵通人士早已经通过各种途径获悉今年Summer Sonic将落地中国，紧接着各种版本的演出阵容也在网络尘嚣甚上，激起层层涟漪。然而，伴随主办方的久未现身，官方消息的未见发布，各种怀疑和否定之声也音浪渐强，一时让关注此事的乐迷们既着急又焦虑。

事实上，早在一年前，中国主办方就已开始着手音乐节版权引进和活动筹备事宜，经过颇为漫长的努力，终于让拥有13年历史、亚洲最大的音乐节之一——Summer Sonic在今年夏天正式落地中国上海。

和既有的设置一样，Sonic Shanghai选择上海最为市中心的演出场地上海体育馆及周边区域举行，并将几十组国内外极具现场能力和人气的音乐人和乐队在两天内连续奉上。绝大多数国际艺人将表演近1个半小时，演唱时长与舞台设置全都堪比个唱。相当于观众每天能观赏超过12场国际大牌的豪华个唱，总共将有接近100小时的音乐狂欢。

当然，如此高端洋气上档次的亚洲巅峰音乐节，也有与之相匹配的票价。与以往本土音乐节的白菜价略有不同，他们是把音乐节当演唱会来操作。就算是这样，仍然有不少乐迷们闻风而动，因为Summer Sonic的口碑是难得一见的，既然是第一回来上海，尝鲜的乐迷坚信定能值回票价。

