

最近霸屏的两档街舞网综中,频繁有杭州舞者出境  
就在今晚,杭城有几百人同时在跳街舞

# 近200家街舞班里 跳动着这座温婉城市的另一面

本报记者 陈宇浩/文 通讯员 敖彬伟/摄

昨晚7点半,杭州环城北路上的7.PLAB舞室,卡卡换上一件明黄色T恤,做了几个拉伸动作热身,准备开始教授2个小时的街舞课。

几乎同一时间,在马达旋风舞室硕大的落地镜前,23岁的Alex刚编完了一段新的Urban Dance(城市编舞)。旁边几个带孩子来学舞的家长,也忍不住鼓起掌来。

在上周末的那一期优酷网综《这!就是街舞》中,杭州小伙钟晨以一段描声舞入围49强。其实,这档节目在杭招募300强选手时,杭州大概有七八位舞者入选,包括卡卡和Alex,都“见到了罗志祥的招牌式微笑”。

“毫不夸张地说,一个晚上,杭州城里可能有几百个人同时在跳街舞。”马达旋风创始人煤炉说。

在杭州,差不多有1万多人正狂热地迷恋着街舞这项运动,街舞机构也达到了近200家。

“街舞正在成为一个成熟的产业。”浙江舞蹈家协会副会长于飞告诉记者,“有些街舞工作室,学员每周上课都要先排号子。”

而随着爱奇艺《热血歌舞团》、优酷《这!就是街舞》这两档街舞综艺开始霸屏,有几家街舞工作室,已经悄然把课程费上调了30%。



卡卡带着一群女生学跳街舞。

## 昔日武林银泰门口的年轻人 现在大多在管理层了

煤炉是杭州第一批玩街舞的舞者。有一张摄于武林银泰门口的照片,抓拍了他后空翻的瞬间。

那是2001年至2003年期间。那会儿,要是音乐一响,围观的人一多,没多久城管就来了,然后作鸟兽散。

在街舞圈里,这叫“刷街”,也最能体现街舞的原始精神。

至今,在西湖文化广场等一些地方,杭州的街舞爱好者们还保留着“cypher(围圈跳舞)”的传统。那种感觉,仿佛又回到当年武林银泰门口的“刷街”时光。

跟煤炉相比, Alex他们算是杭州最新新生代的一批街舞舞者,刚开始接触街舞,就基本在舞房里跳了,想学什么新动作,想配什么新音乐,上网分分钟就能找到。而煤炉当年,只能靠几经转手的DVD光盘,或者去外地向大神们交流学习,回来再自己狠狠练。

杭州最老的一批街舞舞者,现在几乎都已转型成创始人和管理层。

全国公认的“Breaking大神”于飞在杭州开了自己的束末流行舞蹈工作室,底下有十五六个老师轮着上课,一周的总课时能达到60节。马达旋风的老师更多,有30个左右,三个舞房,几乎每晚6节课排得满满当当。

这些舞房大都位于市中心地段,像7.PLAB的房租,每天每平方米2.5元,等同于中高级写字楼。

据不完全统计,杭州街舞机构有近200家,有像ID酷那样雄心勃勃准备上市的,嘻哈帮那样快速扩张分店的,也有那些租个20平方米的小工作室。

跟去年《中国有嘻哈》带来的Rap热相比,街舞在杭州的根基更扎实,正如于飞所说的“别看杭州人温吞吞的,但学街舞的氛围其实真的很不错”。

最近,随着两档街舞综艺的上线,杭州街舞圈也正试图迎接可能涌来的综艺红利效应——已有几家街舞机构悄然把课程费上调了20%至30%不等,还有几个品牌,则把分店扩张提上了日程。

## 换下职业装 扭成电动小马达

像KK这样的全职街舞老师,杭州差不多有两三百人,他们的收入由日常教课及商演组成,月收入跨度从3000元到20000元左右不等。

更多教街舞的老师,则是兼职。白天可能是律师、医生、幼儿园老师,下了班就成了“摇摆狂人”。

在马达旋风,记者碰到一位姑娘,进门一身黑色职业装,说话温温柔柔。5分钟不到,再出来已经换上了卫衣、运动裤,扎好了头巾,带着舞房里十几个姑娘,扭成了电动小马达。

这也是街舞最大的魅力之一,起跳一瞬间,任何压力和约束都不复存在。“这种感觉会上瘾。”KK说。

在采访中记者发现,来上课积极性最高的人,大多是白天从事比较枯燥、沉闷的职业,比如公务员、财务。

还有个有趣的现象,抛开12岁以下的孩子不算,杭州成年人里跳街舞最多的年龄段是20岁至23岁,男女比例2:8。

“在很多年轻女孩看来,相比跳操、瑜伽这些,通过街舞来健身运动显得更有个性。”卡卡说。而杭州的男性,除了零星的大学生,上班族几乎没有人会去学街舞,“可能他们更爱去酒吧跳舞。”这是多位街舞老师比较一致的推测。

另外有一点,街舞的随意性和包容性,决定了它是一个有力的社交工具。不管你高矮胖瘦,不需要标准场地,路过一群人在跳街舞,就可以跟着音乐耍起来,从陌生人变为朋友。

## 两大视频网站同时发力 招商总额接连破纪录 2018,可能是街舞元年

本报讯 上周六晚8点,爱奇艺自制综艺《热血街舞团》上线,与优酷的超级网综《这!就是街舞》正面硬杠。

《热血街舞团》上线后仅40分钟,总播放量就破一亿,而《这!就是街舞》从第三期开始口碑上扬,石头、袋鼠、杨文昊等选手的炸裂舞蹈和搞笑表情包开始刷屏。

两档街舞节目直接对抗的结果是,“街舞节目”坐稳“爆款”位置。2018,会是街舞元年吗?

这两档都是街舞“素人”的选拔节目;都有四位明星坐镇;都请来了国际大牌编舞;都在棚景上费了番大力气……

其实,它们在很多细节上都不一样。

《这!就是街舞》主打个人竞技,何展成、袋鼠、杨文昊等选手都给观众留下了很深的印象,特别是第三期中王子奇石头的斗舞对决赢得满场扔毛巾,他们的专业素养和竞技态度,点燃了观众的热情。

“街舞大神”不够多的《热血街舞团》,也很讨巧地让选手以“舞团”形式参加节目,层层选拔后再组成新的舞团。这种团队表演的好处是,成熟的编舞很能突出团队的核心成员,而在布景、灯光的加持下,又能营造出MV的即视感,可看度不落风。

深挖一下,《这!就是街舞》仍是传统的电视选秀做法,或者说,更像去年的《中国有嘻哈》。反观“有嘻哈”团队打造的《热血街舞团》,则是一场沉浸式的真人秀,好奇的观众会当连续剧一样地看下去。

而不管是资金投入还是制作水准,这两档街舞节目都达到行业顶尖。《这!就是街舞》总招商金额近6亿,《热血街舞团》的招商总额达6.5亿,接连刷新了此前由《奇葩说4》保持的4亿网综招商最高纪录。

以往的舞蹈类选秀节目,如今基本挂了,为何街舞节目能得到平台和广告商的青睐?说白了,这是视频网站一次争抢年轻用户的战役。

《热血街舞团》总监制陈伟表示,“青年文化无疑是当下爱奇艺的网综最适合使劲的方向”。车澈也告诉记者,爱奇艺接下来会把青年文化作为一个侧重方向,即将推出一系列青年文化的头部内容。

现在的娱乐圈不缺热钱,缺的是好的IP和制作团队。而之所以两大视频网站都选择了街舞这类“小众”题材,除了“大众”节目太多,容易引起审美疲劳外,也和视频网站更趋于垂直化、细分化的特点有关。 本报记者 庄小蕾