

声音数字藏品
《莲见》

不看重赚钱的IP方,打开了数字藏品的另一种可能性 当“艺术品”的矜持褪去之后

本报记者 刘玉涵

这个冬天,走在西湖边,你可能会偶遇几名特别的年轻人,他们举着毛茸茸的收音设备,穿行在市井商铺、山林寺庙之中,听西湖“说话”。

这是“在地声游计划”的制作团队正在收录属于西湖的冬日声音,这些声音在经过编曲与制作之后,将作为数字藏品发行。此前,该项目在元宿平台发行的同系列音乐数字藏品《四时西子·夏日幽赏》,在《钱江晚报》当周的数字藏品口碑榜中获得总评分第二名。

在数字藏品这一年的起伏中,作为内容提供者的IP方感受最为明显。他们产出的是艺术品还是能拓展元宇宙边界的钥匙?抑或是代码世界中的数字垃圾?两级反转的评论总是随着市场的变化而出现。

在这个隆冬,他们发现西湖并非如想象般苍凉,而是依旧斑斓、充满生机。经过一年浮沉跌宕的数藏市场,是否也能重现生机?普通人能从这当中初窥元宇宙的大门吗?



团队在采集声音

特别报道

1

2022年1月,祥源文旅投资总监、数字文创业务负责人林永国关注到了数字藏品领域。

彼时,知名NFT数字艺术家Pak的实验性NFT项目Merge刚刚以价值近9200万美元的虚拟代币售出,而风靡海内外的“无聊猿”已经发布近8个月,距离艺术家Beeple的NFT数字艺术品《每一天:前5000天》拍出在世艺术家作品拍卖第三高价则已过去9个月,国外的NFT市场已十分火热。

但在国内,周杰伦的无聊猿被盗一事尚未发生,还未掀起数字藏品的讨论与消费热潮;而鲸探等热门数字藏品平台开始上线运营。暗流涌动中,谁也不知道这会是一座充满机遇的新世界,还是一场泡沫。

资本、平台、IP方纷纷跃入这片蓝海,林永国也决定参与其中。既然公司的业务本身就包含有动漫、动画电影等领域,手中本就握有不少值得开发的IP,何不在新热潮来临之际试试水?

于是,林永国将萌萌熊IP进行了二次创作。制作团队一共设计了5款形象,每一个形象都对应一首与茶主题相关的诗词,发布了《萌萌熊之羽流清茗》系列数字藏品。

三四月之交,数藏市场刚刚起势,这样一款有设计感和文化内涵的IP二创作品获得了不少关注。但林永国觉得,做数字文创业务有着更多的可能性。

林永国希望可以打造一个长期的品牌,并在这一过程中探索Web3.0这一新技术

的运用。于是在四月底,“在地声游计划”策划出炉。团队想到以挖掘在地文化为核心,通过民间艺人、音乐艺术家的共同参与进行艺术共创,最终用声音的形式表现出来。

就在NFT领域“野蛮生长”、竞争火热的时候,一个功在长期的新项目开始萌芽。

2

林永国的朋友圈背景是一张西湖地图,但这张地图有些特别,地图上标注了西湖周边各个地标可以听到的声音——这是一张《西湖声音打卡地图》,而跟着地图可以寻找到的声音,正是组成声音数字藏品的重要元素。

“在地声游计划”的首站便是大本营杭州,而西湖自然是故事的主角。如何将西湖的美好通过声音具体地表达出来呢?书架上的一本《四时幽赏录》提供了灵感。

明代戏曲作家高濂是个土生土长的杭州老底子,他按照春、夏、秋、冬四个季节,将杭州周围最可赏心的事物——道来,如孤山探梅、堤桥夜宿、六和听潮、雪夜煨芋……他看待西湖的浪漫视角,给了团队思考。

如此,以古书为针,以声音为线,“四时西子”的主题便确定了下来,一场重识西湖的声音之旅在夏天正式开启了。

在做完实地调研和主题确认后,时间已经流转入7月。在40℃的高温下,团队在西湖边与群山间奔走,手握一张捕捉声音的“网”,将清晨的鸳鸯鸣叫、夜晚的夏日雨声、莲间的摇橹船、拂过六和塔的风等数百种自然之声都收入囊中,足迹遍布茅家埠、曲院风荷、乌龟潭、云栖竹径、九溪烟树、花港观鱼、六和塔、紫来洞等名胜景区。

除了自然之声,在地声音也是乐曲的重要组成部分。第一季的《夏日幽赏》邀请了杭州古琴演奏家陆海和尺八传承人朱子,在自然环境中演奏古曲,让人如听仙乐、梦回南宋。

经过编曲制作,西湖的夏日之声化作了四段乐章:《莲见》、《夏雨》、《山幽》、《坐月》。

3

然而数字藏品的发行结果并没有覆盖成本。

在复杂的策划、录制、编曲之后,数字藏品正式上线的十月底已经是国内数字藏品退潮的时间。入秋,不少平台已经不再更新,还在持续发行的,也由原本一周发满五个工作日,渐渐变成了一周发三次、两次……此前发行萌萌熊IP二创的数藏平台也

不再继续发行新产品。

泡沫破裂,热度散去,弄潮儿纷纷退场。和萌萌熊相比,投入成本更大、制作周期更长的《四时西子·夏日幽赏》得到了“入不敷出”的数藏发行结果。

但是林永国对此并不感到慌张。

当期的数字藏品口碑榜,我们观察到“第一波平台渐渐退场,NFT的权益才是新看点”,《四时西子·夏日幽赏》正是如此。

当数字藏品慢慢褪去“艺术品”的矜持,转而拥抱“实用性”,天地似乎被打开了——

在地声游计划与杭州君悦酒店联合,将数字声音CD以声音卡片的形式布置进了酒店的湖景房和行政酒廊里。卡片的正面是团队采集西湖声音的坐标手绘地图,方便更多人去亲自寻找、探索这些声音;背面则是西湖的故事和歌单,住客扫码能够听到四时西子系列的四首主题自然歌曲和相关的白噪音歌单。

在web3.0技术支持下,普通人还能感受到气味乐章:调香师结合《四时西子·夏日幽赏》的曲目场景,来匹配合适的气味;用户通过脖挂设备就能同步听声音、闻味道,进入到西湖的场景中。

走进索丘书店、单向书店等线下书店,读者可以在书店里聆听西湖声音、体验气味乐章、参与互动分享……

可见,在数字藏品发行之外,权益赞助补充了产品变现的渠道,并且通过品牌联动的方式让产品内容多渠道落地,能够立体、持续地产生影响,创造价值。

这些基于元宇宙“基建”的项目还将走出杭州,去更多的地方进行在地文化的声音创作。林永国还设想举行声音展览、制作声音地图、建立生意博物馆等等,发挥更大的社会价值;他也希望可以实现用户对于声音数字产品的自由组合,实现Web3.0真正的用户共创……

“目前来讲,数字藏品还不是一个完美的产品,但是我们相信数字文创、数字文旅是有长期价值的。”林永国对此充满信心,“热潮褪去也是市场自我净化的过程,通过大家安静下来、踏踏实实做内容、做运营,未来好的平台、好的作品、好的内容创作者一定能够保留下来。”

IP方正在等待一场数藏的春天,而每一个正在等待的参与者又都是春天的播种人。正在制作西湖冬日之声的团队在新年到来之际这样写道:“相信新的一年能如西湖的冬一般,寂静中蕴藏生机。”

数字藏品
《萌萌熊之羽流清茗》

刘玉涵

行路 读书



来阅读我的更多文章吧