

万家星光

# 热爱有回响

在很多人印象中,“合唱”是文艺汇演中整齐的队列,或是舞台上气势恢宏的演出。而如今,上海彩虹、青岛炫乐、北京悦城业余合唱团,却走出了一条与众不同的路。合唱演出开票即售罄,演出观众座无虚席;青岛炫乐室内合唱团登上了国家大剧院的线上直播舞台;越来越多业余合唱团的演出成为票务平台的热点……一种基于热爱的合唱新生态正悄然形成,而市场与观众也给予了热烈的回应。没有科班出身的光环,旋律中安放属于普通人的热爱。

## 生活方式

在业余合唱新浪潮中,每个团体的相聚都妙不可言。

青岛炫乐室内合唱团的名字来源于赵田榕榕方言,“炫了”,也就是“了不得”的意思。8年前,这个为了“接碎活儿”临时凑成的小队,活动结束后大家依依不舍。团长董磊望着一张张意犹未尽的脸,做了个决定:“不如,我们把团固定下来吧!”

谁也没想到,这个不求营利、全凭热爱的业余团体,竟一路从地铁站的自发演出,唱到了国家大剧院的舞台。

他们表面“业余”,背后却自律到近乎“苛刻”。

每周一次雷打不动的排练,一年无故缺席2次即视为退出——这对一群有本职工作上班族来说并不轻松。团长董磊坦言,严格的纪律实属无奈:“我们是一个社会公益团体,如果没有共同遵守的规则,想来就来,想走就走,那永远也站不上真正的舞台。大家都明白——合唱,是一件所有人一起努力才能做好的事。”

“排练必须背谱”“音准不对,整个声部留下来重练”……面对“团规”,大家也会“哀嚎”:“每次检查背谱,我都感觉大脑被瞬间抽空!”“为什么谱子不能直接焊在我视网膜上!”

练歌抠细节抠到30遍,但成果也着实令人欣喜,当演出结束台下掌声炸开的那一瞬间,大家内心都感到无比满足。

演出的歌曲加入独特编排。《大花轿》憨厚直白的歌词,遇上女声的柔美吟唱与男声的浑厚和声,质朴的幸福感变得真挚动人;《恋爱ing》被合唱团重新演绎,一个人的甜蜜仿佛变成了一群人的浪漫;《落叶归根》以合唱的方式娓娓道来,思乡之情也愈加深沉……

在生活节奏飞快的北京,合唱团同样散发着强大吸引力。

杨博是北京悦城青年合唱团的男高音,本职工作是一名中学化学教师,因为不在北京工作,他每周都要从石家庄来北京进行排练。招新面试时,团长就问他:“每周从外地赶来排练,能坚持吗?”他当时回答得十分坚定。而这一坚持,就是整整一年。

杨博并非专业歌者,也没有受过系统音乐训练,仅有的基础来自儿时声乐兴趣班和音乐课。为了跟上排练,他常在私底下用功:缩短玩手机等碎片时间,忙完工作就钻研乐谱,打磨演唱

技巧,为每周六的排练做准备,生活因此变得格外充实。

“我非常喜欢悦城的理念——‘合唱是一种生活方式’,它让我在两点一线的生活中发掘出更多可能,给我的生活增添了许多色彩,让生活变得更加充实有力。”杨博说。对爱好的坚持反过来也滋养了他的工作,学生们也更加敬佩这位“全能型老师”。

## 重拾梦想

在业余合唱团里,白天,他们是老师、策划、医生;下班后,他们就化身排练厅里的“艺术家”——背谱、抠节奏、合声、练呼吸……来自不同行业的他们,因同一个梦想相聚,在两点一线的都市生活中,为自己开辟一片情感绿洲。

谁说工作与爱好不可兼得?

有些人做着与音乐“八竿子打不着”的工作,却意外与合唱团结缘。

炫乐合唱团的于子洋是一名地铁车站调度员,严谨认真、一丝不苟是工作中的必备素养。某天在车站电视里看到有关炫乐合唱团的纪录片,他才发现青岛竟藏着这样一个音乐组织。5岁开始学声乐,后来接触钢琴,作为艺术生的他高考时与音乐院校失之交臂。合唱团的出现,重新点燃了于子洋心底的音乐梦,他抱着试一试的心态报了名,从此回归那个熟悉的舞台。

“我的工作需要严守规章,音乐却是轻松自由的。”于子洋说,“这种上班下班”的“反差”,让生活更加有趣了。”

在生活、工作与爱好间游刃有余的王绵绵,对这种“反差感”深有体会。她曾经做过外企总助、英文编辑、会议策划,目前是企业的分管主管,同时也是一位“宝妈”。没学过声乐和乐器的她,因嗓音条件好,学生时代便与合唱团结缘。大学时,校内合唱团每年毕业季都会组织游唱,在夏夜的晚风中,沿着宿舍楼边走边唱,歌声悠扬、闪光灯摇曳,不断有人随机加入……这种温馨的呈现,让她对合唱团有了更深的理解。

“可惜毕业后,我一直没找到合适的团体。能接触到的,不是门槛过高的专业团体,就是风格迥异的广场老年合唱队……在‘阳春白雪’与‘下里巴人’之间,独独找不到自己的位置。”王绵绵感叹。直到上海彩虹室内合唱团的《感觉身体被掏空》《春节自救指南》爆发,她惊觉:业余合唱可以如此贴近生活!于是她开始在各平台搜索北京的合唱团,幸运地通过悦城合唱团的面试,一唱就是4年多。

“团员们来自城市的各个角落,每周固定穿越好几个‘环’来参加排练,甚至还有每周从河北坐高铁来的小伙伴,绝对为爱发电!”王绵绵说。

这4年,女儿是王绵绵学谱子、练唱、录作业的“忠实观众”。因为没有乐理和专业声乐基础,五线谱是一点一点学的,谱子是一点一点抠的,高音是一点一点突破的。见证全程的女儿也体会到了什么是“一分耕耘一分收获”,什么是“台上一分钟台下十年功”,更明白了生活中有许

多美好值得忙碌,有许多人愿意为热爱聚集。

## 彼此点亮

艺术无界限。绘画创作者李子青,常年与画布独处,喜欢让合唱音乐飘荡在画室。听着听着,心底对合唱的渴望一次次被点燃。

李子青对今年秋季专场音乐会的筹备过程有着极深的印象。从指挥、团长、筹备组成员,到每一位刻苦练习的团员,都自发投入巨大精力。从场地、灯光、摄影、宣发到组织工作……每个环节都有周密预案,并稳稳落地。“不夸张地说,我从未见过这么大一群人,毫无功利心地利用业余时间,如此热情饱满地完成一个共同的目标。”悦城合唱团打出名气登上了电视节目,李子青觉得,加入悦城遇见这份纯粹的爱,是自己今年最幸运的事。

作为青岛炫乐合唱团“经纪人”,李庚炫对活动组织也颇有感触,她笑称自己是团队的“唠嗑”担当。“国家大剧院的线上演出机会,可以说是我‘唠嗑’唠出来的。”她毛遂自荐,向国家大剧院演出部介绍自家合唱团。经过一次又一次的沟通、汇报、上会讨论,机会终于垂青这个有准备的团队。

除此之外,李庚炫经常会准备一些别出心裁的活动,如情绪剧场、跨年音乐会、手环抽奖活动等。她想,一场演出不只是台上唱歌、台下聆听的单向传递,它更应是一个关于共鸣与连接的现场,因为音乐之外,人与人之间的连接也在发生。“希望大家离开剧场时,不只是记得台上的旋律,更能带有一种‘我与这场演出相互看见、理解’的感觉。”

在为热爱奔忙的路上,这些年轻人意外收获了一群“神仙队友”。

有的团员原本是“社恐”,每次排练都约好同进同出,互相打气。慢慢地,她们认识了更多伙伴,在合唱团找到了“家”。

的归属感。

有的团员面对合唱团招新时的重重考核,本有退缩之意,但现在已经在合唱团唱了6年,时常庆幸自己没有打退堂鼓,才能结识这么多好友。

合唱的能量还能辐射到更远的心灵——“很多观众会在我们的新媒体后台留言,分享他们的故事。那些平凡却真挚的诉说,让我特别欣慰——原来有人真的从我们的歌声中,找到向前走的勇气。”董磊说。

这群来自人海、奔赴音乐的普通人,用热爱把日子唱成了诗。他们在白昼恪守岗位,也在夜晚守护初心,他们在一次次排练中展现光芒,也在一次次和声中热泪盈眶。

当合唱贯穿舞台与生活,它便不再是纯粹的艺术形式,而是陌生心灵共同的归宿。这些蓬勃生长的合唱团,为我们筑起可供栖息的精神家园,也在传递一座座城市的文化底色。当平凡的我们因为同一份热爱相聚,那些排练厅里的几十遍雕琢、舞台下的千里奔赴、生活中的彼此点亮,都会在某个时刻,聚成能量,遇见回响。

北京悦城青年合唱团举办新年音乐分享会。

(受访者供图)

# 万千创意陶渊明

下午4点,阳光斜斜地切过红砖烟囱,将老厂房染成蜜色。此时,江西省景德镇市陶溪川创意集市渐渐热闹起来。作为景德镇规模最大的文创集市,这里每周五以及周末的晚上,近500个手作摊位如期而至,向各地游客展示日用好器、摆件陈设、潮流饰品等各类创意陶瓷手工艺品。

广场上,巷子里,一排排遮阳伞连成一片温暖的岛屿。伞下的每个小小的摊位,都是年轻摊主们无比珍贵的展示舞台。他们打开行李箱,从中拿出瓷器,一层层剥去打包纸,小心翼翼地把一件件码放在桌子上。瓷器相碰,发出此起彼伏的声响,脆如银铃,连绵不绝。

当其他摊主还在紧锣密鼓地收拾摊位的时候,苏曼婷的小摊已被人群围成了半圆状。她的摊位是周围最早开张的一家。在现场,游客们对陶瓷釉面上的手绘图案赞不绝口:“可爱到爆炸!怎么每个都这么萌?”苏曼婷笑着回应:“每个都是独一无二的哦!”

这是苏曼婷创业的第三个年头。她常从家中宠物的日常趣事中捕捉灵感,将其以卡通画风绘制在瓷器上。“花田里的小兔子”“啃苹果的小狗”“南瓜头的小猫”……陶瓷上活灵活现的小动物们,不仅赢得了很多客户的喜爱,也让她逐渐确立了属于自己的独特风格。

“一个行李箱,一团打包纸,一个置物架……不用多大的投入,你就能看到那么多的客户,听取那么多的意见。这种面对面的互动是线上卖货替代不了的。”苏曼婷感慨。

夜色渐浓,昏黄的灯光愈显温暖,集市被笼罩在独特的光晕里,惊艳着每一位过往的行人。

“看看喜欢什么?”“不买也可以看一下哦!”“练摊”的很多是景德镇陶瓷大学的学生。对他们而言,这是一个从学习迈向实践的过程。从“看摊”到“练

摊”,再到未来创立自己的工作室,是许多年轻人的必经之路。他们看重的不仅是作品销路,更是一个学习交流的平台。遇到风格相近的,他们会聊销售经营感受;遇到风格相异的,则会聊创作灵感。

为什么这里的瓷器极具创意?景德镇陶邑文化发展有限公司市场品牌中心副主任康淑莹说,陶溪川创意集市设置了筛选机制,摊主需要先上传自己的个人作品,经过策展方审核之后才有资格摆摊。

在一个摊位上,以黑红为主色调的陶瓷创意产品格外吸引人眼球。摊主曾俊坤就读于景德镇陶瓷大学,他创办的灵由工作室以“灵魂与自由”为核心理念,在设计上将现代与传统结合,作品从不重复,完全随性而为。他希望能将每一个陶瓷打造成兼具艺术性与实用性的“魔法容器”。

“我的风格比较小众,所以更愿意参加线下集市,不需要过度的营销,产品自己会说话。”曾俊坤说,线下集市可以让他更好地为顾客讲述创作背后的故事,从而强化创作者、作品与客户之间的情感联结。

位于集市核心区域的新厂西路,总长不过几百米,曾在这里摆过摊的创业者超过3.1万人,他们平均年龄仅28岁。景德镇陶邑文化发展有限公司总经理刚好说,作为景德镇为大学生及青年创客量身打造的双孵化平台,陶溪川创意集市以“青春赋能陶瓷创新”为主题,吸引了大量年轻人来此将创意转化为产品,开启创业实践。“我们的工作就是帮助他们补齐短板、快速成长。”

晚上10点半的陶溪川,夜如凝露,地面微湿。摊主们将未售出的瓷器小心翼翼地放回行李箱,游客们彼此分享着满载而归的喜悦,向四周渐渐散去。经过一晚上陶瓷的清响与人群的喧嚣,陶溪川重归宁静。

## 生活中的经济学

# 你会被满减打动吗

“满20元减8元”“直降5元”,又到一年“双11”,在各类促销活动中,打折与满减是最常见的手段。

打折聚焦原价与折扣价的对比,满减强调凑单优惠。站在消费者的角度,只想达到一个目的——少花钱。

打开外卖或购物软件,常见满减标识。这一看似寻常的消费偏好,实则来自商家与平台的精心设计——它不仅是简单的促销,更是对消费心理、边际成本、市场竞争等经济要素的精准整合。

满减将“成本支出”转化为“收益获得”的典型,触发消费者的“损失厌恶”心理,即担心错过“本该省的钱”。这种心理感知差,在今年上演的外卖“补贴大战”中得到了印证,显著推高的订单量,证明了价格设计对消费行为的强大驱动力。

你是否因满减产生过凑单念头,或为达到满减门槛购买自己原本不想买的东西?

打个比方,一杯奶茶8元,满16元减5元,会有人选择购买2杯;点外卖结账时,系统提示凑单优惠“再买3元可减2元”,也会有不少人开始寻找凑单的小单品。

不管是奶茶还是外卖,都具有“边际成本递减”的特征。商家多制作一份炒饭或一杯奶茶,并不会增加房租、工资等固定成本,额外成本仅限于食材增量,就连配送费也会因为订单密度提高而摊薄。对商家而言,满减有助于优化其边际成本和收益结构,满减刺激订单量增加,固定成本被一再摊薄。

对外卖平台来说,满减从来不是单一的促销手段,而是低成本获客的关键抓手。通过满减活动设计,平台可以实现新用户拉新、老用户激活,即便需要短期“烧钱”,长期看能增加用户量、提高交叉消费频率。某购物平台借助满减活动,将部分电商用户转化为外卖用户便是典型。

那么,回到最初的问题:满减能不能让消费者少花钱?这得看“你是否真需要那些东西”。比如,你想吃的那家外卖推出了满20元减5元的活动,你点的菜品刚好价值20多元满足活动标准,还是为了凑到20元额外花钱买了一份价值5元的小吃?

还有些商家通过先涨价再满减或打折,或把配送费调高等方式达到“明降暗涨”的目的,这时候就得算清楚实际花多少钱,别被“满减”“打折”等字眼忽悠了。

作为消费者,我们应当明白,满减或打折并非“万能优惠”。关键在于,先想清楚“我到底需要什么”,再计算“满减或打折后实际要花多少钱”。

只有当优惠与自身需求精准契合时,才能真正称之为“实惠”;否则,只是无形中商家的价格策略所诱导罢了。为凑单多花了钱,优惠力度再大也难言划算;须知,不买无用之物,才是真省钱。

□ 刘畅