每经记者：丁舟洋 每经编辑：魏官红,卢祥勇

12月17日至18日，周杰伦在新加坡国家体育场举办演唱会，距离上一次周杰伦办线下演唱会已过去近三年，歌迷满心期待，等待一场“天王回归”。

出人意料的是，演唱会结束后，社交平台上充斥的不是歌迷的感动和兴奋，而是各种吐槽。“迟到”，“就唱了几首歌”，“荧光棒不亮、掉色”……

今年以来，从新专到演唱会，围绕周杰伦不乏“江郎才尽”等负面评价，周董的“情怀牌”失效了吗？

周杰伦回归年

“敷衍”营业引不满

2022年可谓是周杰伦回归年，线上歌友会、新专辑、线下演唱会一应俱全，社交平台上周杰伦的讨论度居高不下。

只是这热闹的一年，似乎并未被画上一个完美的句点。2022年末尾，搁置3年的线下演唱会重启，收获的却是漫天的吐槽声。

12月17日至18日，周杰伦在新加坡国家体育场举办演唱会。伴随着演唱会结束，#周杰伦演唱会遭观众吐槽#的词条登上国内微博热搜以及其他不少社交平台。有人称荧光棒褪色、不亮，现场音响设备不好，最让歌迷不满的是，嘉宾太多，周杰伦出现的时间太短了。

《每日经济新闻》记者注意到，在周杰伦当晚的表演中穿插了魔术、嘉宾助唱环节，其中粉丝点歌环节，歌曲大多是由嘉宾完成。据歌迷介绍，即便是周杰伦演唱，也经常唱不完整一首歌。另外，安可环节也被取消，在一首“开不了口”结束后匆忙结束了整场演唱会。有观众看完演唱会后戏称看了一场“周老根大舞台”。

图片来源：社交平台截图

实际上，带“小弟”上演唱会助唱已经成为周杰伦演唱会的标配，此前就有粉丝反对他带“小弟”，但如今看来周杰伦方面对相关意见并未采纳。

也有人喊话周杰伦不要再靠“回忆杀”卖情怀了。值得一提的是，“回忆杀”也是2022年乐坛的关键词，在这股风潮中，周杰伦是头号人物。

今年5月17日，腾讯TME官宣了周杰伦线上演唱会的消息，消息一出便引发刷屏级热议。三天时间，预约人数破2000万，尽管是9年前的演唱会重映，5月20日、21日，两天仍然创造了破纪录的数据。据TMElive彼时统计，周杰伦重映演唱会两场连映，在线观看人数创在线演唱会最高纪录，微博话题总阅读量46.8亿+，这不禁让人感叹，天王毕竟是天王。

腾讯选的两场演唱会——“摩天轮”和“地表最强”，也称得上是周杰伦过往演唱会中的巅峰之作，不少粉丝通过荧幕回忆青春。

但回忆杀也终有尽头，在11月19日晚8点，周杰伦与鹿晗同时开线上演唱会，和5月的演唱会“放碟片”不同，此次是周杰伦亲自亮相直播。意外的是，当晚周杰伦演唱会并未在社交媒体上引起太大热度。

不过，从快手战报上看，周杰伦当晚“哥友会”数据可观，预约人数超2883万，最高同时在线人数超1129万，总点赞数超10亿。

从当晚微博平台的讨论度来看，“鹿晗演唱会”多个相关词条登顶微博热搜，热搜话题词60+，阅读量超14亿，讨论量175万+，似乎更甚一筹。但观察二者的时长和配置，其实也有一定差距，周杰伦总共时长不到一小时，演唱了5首歌曲，而鹿晗以不插电的形式演唱了十多首歌，总共时长近100分钟。

当晚的“哥友会”也留下了一些槽点，如杂音过重、环节设置粗糙等，但在几次公开露面之后，“敷衍”似乎已成为了歌迷表达不满的固定词汇。

“歌坛外仍有哥的传说”

周杰伦入局元宇宙

在今年乐坛的大事件中，周杰伦发布新专辑一定榜上有名。

时隔6年的新专辑在千呼万唤中诞生，不出所料，《最伟大的作品》一经发布迅速引爆网络，当天就霸榜音乐平台各大榜单。新歌MV首发，1小时点赞量破百万，8小时播放量破1.5亿。专辑上线当天，仅用1个多小时就实现了全网销售额破亿元，如今销售额已经破2亿元，超越肖战《光点》成为QQ音乐专辑总销售榜的第一名。

图片：音乐平台截图

这样的成绩看起来很不可思议，但放在周杰伦身上似乎就合理了。关于专辑的讨论中，有歌迷兴奋地称“天王还是天王”，但也不乏一些“江郎才尽”、“嗓子不行”的评价，也有一些歌迷对售价30元/张的专辑中，有近一半的歌曲是老歌感到不满。

尽管不少人认为他在靠情怀圈钱。实际上，作为“顶流”歌手，潮牌、电竞、餐饮、元宇宙……周杰伦的商业版图早已多处开花。

走在潮流前线的周杰伦在投资上也是一样的风格。2017年，周杰伦宣布与IDG共同创立“魔杰电竞”品牌，今年年初又宣布其名下的JTeam收购联赛中的Q9战队，于3月10日正式参加2022年春季赛季。

近两年NFT火热，2022年1月1日，周杰伦旗下的品牌于元宇宙平台发售一万个单价为0.26以太币(约人民币6200元)的幻象熊，40分钟内便售罄，总销售额达6200万元。

今年8月，周杰伦宣布与数字藏品平台薄盒APP合作联手打造“周杰伦限定珍藏DEMO空间”，由周杰伦挑选的5首DEMO组成全新概念的元宇宙视听空间，包含《青花瓷》、《晴天》、《搁浅》、《爱在西元前》，以及一首从未发表且完成度极高如新歌的《纽约地铁》，以盲盒形式限时售卖，价格分别为20元和499元。

周杰伦经纪人、杰威尔音乐总经理杨峻荣彼时表示，“这可能是我们第一次，也可能是唯一一次分享周杰伦的DEMO，它不仅仅是音乐，更是华语流行音乐史的一部分，这些创作在当时就是无价的，而现在更无可取代。多亏了区块链技术，现在我们可以将这些DEMO变成独一无二具有收藏价值的艺术品。”

争议不断，但周杰伦至今超强的影响力仍毋庸置疑，其接下来的悉尼演唱会的门票也早已售罄，正如周杰伦说的那样，“你可以不看到我，但不能没听到我的音乐。”

图源：网站截图

记者|丁舟洋 宋美璐（实习）

编辑|魏官红卢祥勇 杜波

校对|孙志成

｜每日经济新闻 nbdnews 原创文章｜

未经许可禁止转载、摘编、复制及镜像等使用

每日经济新闻