

日本人为何面对疫情也离不开祭典？

万名只穿“遮羞布”的男子，在2月天寒地冻的天气里争着被抛出去的“幸运棒”，有幸抢到“幸运棒”的人将其插入一升的稻米中，以此寓示能够获得一年的福气。这个有着500多年历史的日本冈山“裸祭”，在新冠肺炎已经显露扩散苗头的当下依旧“顶风作案”地在近日如期举办。许多中国网民对日本冈山举办方和参赛者的此番“谜操作”充满了不解，却没有了解这种祭典更是日本人一种心灵上的寄托和信仰，无法被轻易喊停。

日本的这个祭典，相传起源于一个神话故事。掌管光亮的太阳女神——天照大神，因为弟弟素戔鸣尊到处惹是生非而震怒，一气之下躲到了岩石的洞穴中，从此世界无光，天地陷入一片黑暗之中。为了引出天照大神，各路神明在洞穴前载歌载舞、大摆盛宴，最终挑起了天照大神的好奇心，引“神”出洞，世界也就得以重新回到一片光明之中。而当时的“宴”就变成了现在祭典的源头。

一路走来，这个祭典以祈福消灾、向神明表达谢意的宗教意义而存在。到了江户后期，祭典慢慢发展成了大众娱乐文化，祭典中加入了舞龙舞狮、抬神轿等多样的演出形式，在不失原有的向神明传达谢意及愿望的基础上，向普通百姓伸出了“重在参与”的橄榄枝。虽然明治时期政府颁布的《神佛分离令》曾一度禁止了这项祭典活动，但战后伴随着日本政府推出的复兴文化运动，该祭典重新回到大众视野中，其热闹程度更是超越了战



前的祭典景象。

如果说曾经的祭典是日本古代文化的象征，甚至带有点神秘的宗教色彩，那如今的祭典就被时下的现代人赋予了更多“新”的意义。对于多数“吃货”来讲，祭典是可以满足胃袋的天堂。有点像配套设施似的，日本的每一个祭典里总会有数不尽的路边摊帮忙炒热

气氛，High累了的人们可以随时手捧着章鱼烧、炒面，冰西瓜恢复体力；再者，祭典还是年轻人钟爱的约会场所，穿着和服/浴衣的年轻人画着精致的妆容，牵着手，聊着眼前的这份独有的热闹，又何尝不是在享受眼下太平盛世里的爱情呢！当然，这种现代化的祭典活动自然不能忽视它所带来的经济效

果，被誉为日本“三大祭”之一的京都祇园祭每年都会吸引百万国内外的游客到京都观光，其带来的经济效果高达150亿日元左右。

如此看来，祭典在日本社会中已经发展成为一个贯穿古今且无法代替的存在，它不单单是一种仪式，更是一种心灵的寄托。新冠肺炎的流行确实给有些“摇摇欲坠”

的日本蒙上了一丝阴霾，当前形势下虽不提倡举办祭典活动，但人们着实应该对其举办投上理解的目光。当下，所有人都盼望疫情早日结束，像多数祭典所祈祷的那样，可以早日恢复以往的平静和幸福。

难掩落寞的斗鱼直播，只能靠诸葛大力刷刷存在感了？

疫情仍在继续，企业们的“抗疫”之路也在面临持续的变数。不可否认的是，这场疫情势必会让大量企业在短期内的公司业绩受到影响。

特别是对那些深处抗疫一线的企业们来说，压力更加巨大。眼见疫情相对较轻的地方已经开始着手“稳复工”，它们可能还要面临更长时间的“隔离”。

聚焦到互联网行业来说，在疫情最中心武汉，最著名的本土互联网公司就要非斗鱼直播莫属了，也正是因为身处疫情中心，斗鱼直播的现状才更加惹人担心。

近年来发展愈发受到行业内、外压制的斗鱼，会不会因为这场疫情而招致更大的打击？这是很多人心中存在的疑问。

流水的斗鱼主播

就在斗鱼直播身处武汉疫情中心而引起大量行业关注的同时，关于斗鱼头部主播的争议又开始成为最近一段时间直播行业关注的焦点。

众所周知的是，在近些年洗牌严重的直播行业，“得主播者得天下”，头部主播资源的强大与否，在很大程度上决定了直播平台的“江湖地位”。

近日，因爱情公寓5而大火的“诸葛大力”扮演者成果“驾临”斗鱼直播的消息成为坊间热议的话题。据悉，本次“诸葛大力”将以一名“游戏区”主播的身份在斗鱼开启直播，鉴于“诸葛大力”前一段时间所掀起的热议，斗鱼方面也倾斜了大量资源对其进行宣传。

相关报道显示，“诸葛大力”在斗鱼的首播时间是2月25日，但就在她还还没有正式开播之前，其直播间就已经获得了大量粉丝的关注，甚至有很多粉丝提前刷上了礼物。

“诸葛大力”这一角色的火爆能否带动起斗鱼直播在头部主播领域打一场翻身仗？失去了相聚



五年的前斗鱼“一姐”冯提莫之后，斗鱼还能否祭出强影响力、强出圈的主播？

时间回到两个月前，在去年年底的时候，已经在斗鱼停播两个月的“斗鱼一姐”冯提莫在坊间的种种猜测下终于坐实了“跳槽”的传闻。

2019年12月23日晚，冯提莫正式以B站主播的身份宣告自己的回归，同时也带动起了哔哩哔哩的相关热度。

相比之下，失去了冯提莫这位最“出圈”主播的斗鱼则显得有些落寞，斗鱼方面选择将已经有两千万订阅量的冯提莫直播间删除，斗鱼直播最火的头部主播就这样与它宣告“分手”。

让人唏嘘的是，冯提莫是斗鱼乃至直播行业中的一个“标杆”，作为成功进军娱乐圈的代表主播，她的影响力已经大到让斗鱼绑定了

多年，而在失去了冯提莫之后，斗鱼可能再也无法创造出另外一个冯提莫了。

作为“根红苗正”的斗鱼直播代表，冯提莫与斗鱼相互成就、牵手五年，在这段时间里，冯提莫紧紧地抓住了斗鱼直播的发展红利，斗鱼方面也给她倾注了大量的资源，最终成功帮助其建立起巨大的影响力。

和大量空降、挖角、跳槽的主播相比，冯提莫在过去五年的时间里与斗鱼携手并进，虽然中间被传出过多次“分手”，但最后仍然选择留下，这在变化纷繁的直播圈里非常难得。

只是没想到到最后，斗鱼还是没有逃过与自己代表性头部主播告别的现实。而冯提莫的出走也代表着斗鱼直播巅峰时期的“四大歌姬”时代的一去不复返，目前这四位头部主播中竟然只剩下了一

个“阿冷”。

斗鱼不得不面对行业中同质化严重、头部主播出走的尴尬境地，这从某种程度上来说也代表着斗鱼过去赖以生存的护城河被削弱。

冯提莫去了直播新贵B站，张大仙去了老对手虎牙直播那里，陈一发被封杀之后再难翻身，二珂停播至今没有复播的迹象……这些一度被誉为是斗鱼护城河的头部直播们纷纷因种种原因离斗鱼而去，这不由让人质疑是不是斗鱼内部管理存在着什么样的问题。

更严重的是，失去了这些好不容易打造起来的头部主播之后，斗鱼在行业中的优势地位与影响力自然就会下滑，这无疑会对斗鱼的未来发展构成极大的负面影响。

行业萎靡，斗鱼遭遇雪上加霜。最近几年来，国内直播行业的竞争态势可谓是异常激烈，主播

挖角、口水仗、公关仗不时传出。

但随着“千播大战”时代的结束，资本对于直播平台的眼光开始变得审慎起来，随着去年的资本寒冬蔓延至整个互联网行业，直播行业也在迎来一场激烈的洗牌，大量中小直播平台深陷危机或干脆倒闭，头部直播平台的日子同样也不好过。

在这种情况下，整个直播行业的发展都不太乐观，频频遭遇主播危机、内部管理质疑的斗鱼当然也难以避免。

与此同时，随着用户对于直播平台、主播们的新鲜感逐渐降低，直播平台“拉新”红利期也一去不复返，用户流失、用户粘性降低正成为主旋律。

相关数据统计信息显示，截至2018年年底，国内在线直播总用户规模为3.97亿，比2017年同比下降了2500多万，在线直播平台的用户使用率也降幅明显。到了2019年，这一下降趋势仍在继续。

原因无它，用户们找到了更新、更流行的娱乐方式。随着抖音、快手等短视频平台的兴起，用户与代表着主要盈利来源的广告开始向各大短视频平台分流，这其中，直播平台的日子当然就越来越难过了。

就连这次因入驻斗鱼直播掀起热议的“诸葛大力”，也提前就在抖音上“贡献”了自己热度颇高的短视频，从这个角度来说，不管是斗鱼还是其他直播平台，它们都在落后于短视频行业的发展。

更“恐怖”的是，日活2.5亿的抖音和日活1.6亿的快手还在呈现着高速发展的态势，而斗鱼等直播平台早已陷入挣扎求存的深渊。

斗鱼未来能否继续引领直播行业的发展？除了这场疫情，它还有很多问题需要解决，我们只能祝愿斗鱼好运了。