

# 短视频时代下长视频何以破圈爆红？——以 Lady Gaga 2025 Coachella 演出 B 站视频为例

井兴龙<sup>1\*</sup>

(<sup>1</sup> 电子科技大学 外国语学院, 四川 成都 611731)

**摘要:** 本文以本研究以短视频主导的媒介环境为背景, 以 Lady Gaga 2025 Coachella 近两小时的完整演出在 B 站爆红为案例, 探讨短视频时代长视频的破圈传播路径。通过传播案例分析与受众研究, 梳理该演出视频在 B 站的传播数据、圈层扩散特征与反短视频逻辑的传播特殊性, 发现优质内容内核、精准受众需求、适配平台生态与普适艺术价值共同推动长视频实现破圈传播, 高品质舞台艺术可依托视觉表达与情感共鸣突破媒介与文化限制, 为优质舞台艺术与音乐类长视频内容的跨平台、跨文化传播提供案例参考。

**关键词:** 短视频时代; 音乐类长视频; 舞台艺术; B 站; 跨文化传播

**DOI:** <https://doi.org/10.71411/yishu.2025.v1i1.1188>

## How Can Long-Form Videos Break Through and Go Viral in the Era of Short Videos? : Taking Lady Gaga's 2025 Coachella Performance Video on Bilibili as an Example

Jing Xinglong<sup>1\*</sup>

(<sup>1</sup> University of Electronic Science and Technology of China, School of Foreign Languages, Chengdu, Sichuan, 611731, China)

**Abstract:** Against the backdrop of a media landscape dominated by short videos, this study examines the viral success of Lady Gaga's nearly two-hour full performance at Coachella 2025 on Bilibili. It explores the cross-audience dissemination pathways for long-form videos in the short-video era. Through case analysis and audience research, it examines the performance video's dissemination metrics on Bilibili, its cross-circle diffusion patterns, and the unique dissemination logic that defies short-video conventions. Findings reveal that a compelling content core, precise audience targeting, platform-adapted ecology, and universal artistic value collectively propel long-form videos to achieve cross-circle dissemination. High-quality stage artistry can transcend media and cultural barriers through visual expression and emotional resonance, offering a reference case for cross-platform and cross-cultural dissemination of premium stage performances and music-based long-form video content.

**Keywords:** Short-form video era; Music-based long-form video; Stage art; Bilibili; Cross-cultural communication

**作者简介:** 井兴龙, 男, 硕士, 研究方向: 国际传播、文化研究

**通讯作者:** 井兴龙, 通讯邮箱: 2017934059@qq.com

## 引言

随着新媒体技术的发展，短视频平台以其信息传递迅捷、形式灵活、传播广泛等优势占据主流传播场域<sup>[1]</sup>，重塑了受众的信息接收习惯与媒介消费模式，使得整个传播环境呈现出明显的碎片化、轻量化、娱乐化特征。在此背景下，时长更长、叙事更完整、内容更具深度的长视频面临着流量被稀释、受众注意力难以集中、传播路径受限的多重困境，文化艺术类、舞台表演类长视频的传播困境较为凸显，行业内普遍出现“长视频难出圈、优质内容被埋没”的传播瓶颈。

以哔哩哔哩网站（Bilibili，以下简称“B 站”）为代表的视频平台，其用户以具备较高文化消费潜力和文化参与度的年轻人群为主<sup>[2]</sup>，为各类视频的广泛传播提供了肥沃土壤。美国歌手 Lady Gaga 在 2025 年科切拉音乐节（Coachella）近两小时的完整舞台演出，在以短视频为主流的传播环境中，于 B 站实现了逆势爆红与破圈传播。这一现象既凸显了高品质舞台艺术内容的独特传播价值，也折射出受众在碎片化审美疲劳下，对沉浸式、完整性、高艺术水准内容的回归式需求，为探究长视频的生存与发展路径提供了研究案例。

## 1 研究现象

### 1.1 演出核心内容

Lady Gaga 此次在科切拉音乐节推出的是一场概念性演出，这次演出不仅是对她第七张录音室专辑《MAYHEM》（《混乱》）的完整演绎，更是一场融合了戏剧、音乐与视觉艺术的多媒体叙事作品。整场演出以“个人混沌的艺术”（The Art of Personal Chaos）为核心主题，通过四幕结构与终场，构建了一个关于自我、欲望、身份与救赎的完整故事线。

这场演出超越了传统音乐节的范畴，是一部完整的“音乐戏剧”。Lady Gaga 本人担任导演，与编舞师 Parris Goebel 合作，将每一幕从概念到舞台设计都进行了精心打磨。演出中，她通过不断变换的造型、舞台装置与表演状态，化身成不同的角色，带领观众穿越她个人艺术生涯中的各个阶段，最终抵达一个关于“混沌即秩序”的哲学核心。这种叙事性结构，使得此次演出不仅是一场视听盛宴，更是一次沉浸式的精神之旅，为后续的视频传播奠定了坚实的内容基础。

表 1 Lady Gaga 2025 Coachella 演出内容

演出信息	英文	中文
演出主题	<i>The Art of Personal Chaos</i>	个人混沌的艺术
第一幕	<i>Act I OF VELVET AND VICE</i>	丝绒与罪孽
第二幕	<i>Act II AND SHE FELL INTO A GOTHIC DREAM</i>	她坠入一场哥特之梦
第三幕	<i>Act III THE BEAUTIFUL NIGHTMARE THAT KNOWS HER NAME</i>	知晓她芳名的瑰丽梦魇
第四幕	<i>Act IV TO WAKE HER IS TO LOSE HER</i>	唤醒她即是失去她
终曲	<i>Finalet ETERNAL ARIA OF THE MONSTER HEART</i>	不灭的怪兽之心咏叹调

### 1.2 视频传播基础

该视频的传播力首先依托于 UP 主自身成熟的内容影响力与专业身份背书。视频创作者为 B 站平台认证的专业类 UP 主，在站内积累了 30.6 万粉丝和数百万获赞，长期深耕欧美音乐领域内容创作，凭借专业的内容解读、精准的受众定位与持续的优质输出，在 B 站欧美音乐圈层形成了较高辨识度与公信力，其账号本身已具备成熟的内容传播基础与固定受众群体，为视频的初始曝光、流量积累与圈层传播提供了核心支撑，是视频得以快速触达目标受众的关键前提。



图 1 UP 主在 B 站的主页信息和部分视频信息

其次，视频内容依托科切拉音乐节这一世界级 IP 实现了传播势能的加持。科切拉音乐节作为全球规模与影响力位居前列的顶级音乐节 IP，具备广泛的国际知名度与受众基础，在欧美音乐爱好者、潮流文化受众中拥有极高关注度与话题度，自带强流量属性与传播吸引力。视频以科切拉音乐节为核心内容载体，借助该 IP 的品牌效应与受众基础，有效突破了垂类圈层的限制，吸引了音乐节爱好者、欧美音乐粉丝等多元群体的关注，为视频播放量的提升与大范围传播奠定了内容基础。

### 1.3 B 站传播数据与表现

该条近 2 小时的视频在 B 站平台呈现出爆发式的传播态势与优异的数据表现，核心播放与互动数据均远超同类型音乐视频。视频于 4 月 12 日正式上传，上线仅 4 天即 4 月 16 日播放量突破 100 万，至 4 月 30 日播放量超过 200 万，截至目前总播放量已突破 300 万，在 B 站欧美音乐类视频中处于领先地位。在互动数据方面，该视频累计获得 12.5 万点赞、4.7 万投币、4.4 万弹幕及 2 万余条评论。从 UP 主整体数据来看，其日常上传的视频大部分均不超过 10 万播放量，而该条视频播放量就已经超过 300 万；此外，截至目前该 UP 主共上传 5558 条视频，收获 562.3 万点赞，视频平均获赞量约 0.1 万，而该条视频单独就收获 12.5 万点赞，远远超过平均水平。由此可见，该条视频内容的受欢迎程度与传播效率远高于 UP 主其他作品和同类型音乐视频，见证了这场近 2 小时演出视频的破圈爆红。



图 2 Lady Gaga 2025 Coachella 演出视频在 B 站的简介页面

除基础播放与互动数据外，视频的实时在线观看数据同样表现突出，反映出内容具备持续的吸引力与高关注度。在视频发布后的数周内，即便处于工作日时段，仍频繁出现数千人同时在线观看的情况，峰值时段在线观看人数接近万人，这一数据在非直播类音乐视频中极为少见，直观体现出内容的持续热度与用户黏性，也印证了该视频在平台内的高传播热度与用户参与度。

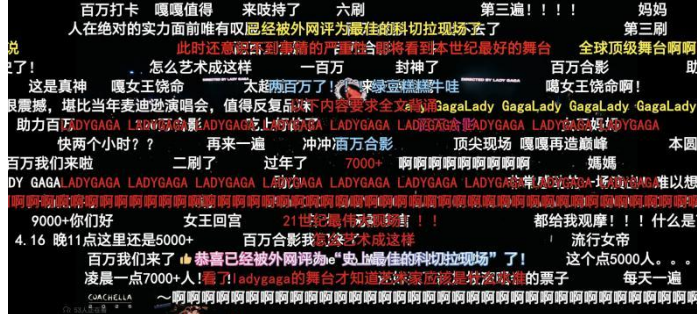


图 3 Lady Gaga 2025 Coachella 演出视频的部分弹幕截图

从弹幕内容的文本分析，用户的高度认可与自发传播进一步推动了视频的扩散，弹幕中大量出现“第三遍!!!!”“六刷”“再来一遍”等重复观看表述，体现出用户对内容的反复观赏与深度喜爱；同时，“百万合影”“恭喜已经被外媒评为史上最佳科切拉现场”“21 世纪最伟大现场”等评述，既反映出用户对视频现场内容的高度赞誉与价值认同，也通过弹幕实现了信息的二次传递，构成了视频的优质口碑与传播话题性。此外，“凌晨一点 7000+ 人!!!”“这个点 5000 人”“9000+ 你们好”“4.16 晚 11 点这里还是 5000+”等弹幕，以实时记录式的表达直观印证了视频夜间高并发在线的传播现象，反映出该视频具备跨越时段的持续吸引力，在深夜、非黄金时段仍能维持大规模用户聚集与观看行为，彰显内容的超强热度与用户参与热情，强化了视频传播过程中重要的用户互动与口碑支撑。

## 2 破圈爆红的核心动因

### 2.1 内容内核

在艺术完整性层面，近 2 小时连贯叙事，拒绝碎片化切割在短视频主导的当下，多数音乐内容被拆解为 15 秒至数分钟的片段化传播，而该视频以近 2 小时的完整舞台呈现，构建了极具沉浸感的完整艺术叙事。它拒绝碎片化切割，完整保留了从开场铺垫、情绪递进、高潮爆发到收尾余韵的全部环节，让观众得以完整体验作品的叙事逻辑与情感脉络。这种对艺术完整性的坚守，不仅满足了深度乐迷对“沉浸式观赏”的需求，也在碎片化语境中形成了稀缺性，使视频成为区别于快餐式内容的“长叙事艺术品”，为观众提供了不可替代的深度体验。所以，正是高品质深度内容为长视频带来客观生存空间<sup>[3]</sup>。

在专业度壁垒方面，全开麦实力、舞台设计、视觉与音乐的高度融合该舞台的专业度构成了难以复制的核心壁垒。表演者以全开麦的演唱方式，展现了扎实的 vocal（声乐）功底与稳定的现场表现力，打破了当下部分舞台依赖修音与预录的行业惯性；同时，舞台设计、灯光调度、视觉装置与音乐表达高度协同，从色彩、空间到节奏都服务于作品的情感表达，形成了“听觉—视觉—空间”的多维融合。这种对专业度的极致追求，不仅提升了内容的艺术质感，也在行业内树立了高品质舞台的标杆，让观众在对比中更清晰地感知到其稀缺价值，从而强化了内容的不可替代性。

在情感与精神价值层面，艺术表达、情怀共鸣、精神内核的深度传递该舞台不仅是一场音乐表演，更是一次情感与精神的深度传递。表演者通过艺术表达，将个人经历、时代情绪与文化记

忆融入表演，引发了观众的广泛情怀共鸣；其传递的精神内核，如对艺术的执着、对自我的突破、对时代的回应，超越了音乐本身，成为连接不同圈层观众的精神纽带。这种深度的情感与精神价值，使视频从“娱乐消费品”升华为“精神共鸣载体”，让观众在观赏中获得情感慰藉与精神力量，从而驱动了自发传播与口碑发酵，成为其破圈爆红的重要内在动力。

## 2.2 受众需求

第一，受众对低质短视频的审美疲劳，追求高品质、深度内容。在算法主导的短视频生态中，大量低质、同质化的 15 秒至数分钟内容充斥用户视野，重复的感官刺激与浅层娱乐逐渐引发受众的审美疲劳。观众不再满足于碎片化的信息投喂与快餐式娱乐，转而主动寻求具备深度、质感与思想性的高品质内容。该视频以近 2 小时的完整舞台艺术和戏剧张力，精准契合了受众对“反碎片化”深度体验的需求，成为碎片化时代中稀缺的“深度内容供给”，有效填补了市场在高品质艺术内容上的缺口，驱动受众以“补偿性消费”的心态主动选择并沉浸其中。

第二，仪式感观看需求致使完整演出带来沉浸式体验与情感满足。当代受众在数字消费中愈发重视“仪式感”，而该视频的完整演出形式恰好满足了这一需求。观众不再将观看行为视为随意的碎片化消遣，而是以“观看一场完整演出”的仪式感投入其中：从开场到落幕的完整流程、从视觉到听觉的多维沉浸，让观众获得了类似线下观演的沉浸式体验。这种仪式感不仅强化了内容的独特性，更通过完整的情感叙事与氛围营造，为观众提供了超越娱乐的情感满足，使观看行为升华为一次具有精神价值的体验，从而提升了内容的吸引力与用户黏性。

第三，青年群体对专业艺术、创新舞台的审美驱动。数字技术与文化领域的持续交融释放出巨大的文化活力，而青年文化在其中扮演着愈发重要的角色<sup>[4]</sup>。作为视频传播的核心受众，青年群体的审美取向正从“流量驱动”转向“专业与创新驱动”。他们对艺术的专业性、舞台的创新性有更高的要求与辨识力，不再盲目追捧流量明星与流水线作品，反而更青睐具备扎实专业功底、突破传统范式的舞台表达。该视频中全开麦的演唱实力、高度融合的视听设计与创新的艺术表达，精准击中了青年群体的审美偏好，成为他们彰显审美品味、表达文化认同的符号。这种对专业与创新的推崇，不仅推动了视频在青年圈层的快速传播，也为其破圈奠定了受众基础。

## 2.3 平台生态

首先是 B 站社区对优质长视频的适配性支撑。B 站用户的内容审美偏好为重品质、重艺术、重深度。B 站社区的用户群体，尤其是核心活跃用户，普遍形成了“重品质、重艺术、重深度”的内容审美偏好。与其他短视频平台追求快节奏、强刺激的娱乐内容不同，B 站用户更倾向于选择具备专业度、思想性与艺术价值的内容，对低质、同质化的快餐式内容接受度较低。这种审美特质使得 B 站天然成为高品质长视频的优质传播场域，也为该视频的破圈提供了理想的受众土壤。视频所呈现的专业舞台艺术与深度叙事表达，精准契合了 B 站用户的审美期待，使其在社区内获得了更高的认可度与传播力。

其次是社区互动赋能，弹幕、评论、实时观看等构建出的独特社群。B 站独特的社区互动机制，为视频的传播与热度发酵提供了重要赋能。弹幕、评论区与实时在线观看功能，构建了一个高度活跃的虚拟社群：观众通过弹幕实时分享观感、表达情绪，形成了“共时性”的集体观赏体验；评论区则成为深度讨论、二次创作与口碑传播的核心场域，用户自发解读内容、挖掘细节、分享感受，进一步强化了内容的传播力与话题性；而数千人、近万人同时在线观看的盛况，更让观众产生了强烈的社群归属感与参与感。这种互动式的社群生态，不仅提升了用户粘性，也推动了内容的破圈传播。

最后是平台流量逻辑是对优质原创/高清舞台内容的扶持。B 站的流量分发逻辑，对优质原创内容与高清舞台表演类内容具有明确的扶持导向。平台算法会优先推荐具备高专业度、高完成度

与高用户互动率的内容，而该视频在播放量、互动数据与用户留存等维度的优异表现，使其获得了平台流量的持续加持。同时，B 站对高清舞台内容的技术支持与资源倾斜，也为视频的传播提供了保障：高清画质、流畅播放与多终端适配，提升了用户的观赏体验，进一步巩固了内容的竞争力。这种流量逻辑与资源扶持，共同构成了视频在平台内快速破圈的重要外部支撑。

### 2.4 跨文化传播

舞台艺术的视觉共通性，造就了超越语言的视觉表达与情感传递。语言差异是跨文化传播的核心壁垒之一，但该舞台艺术凭借高度视觉化的表达，实现了对语言边界的超越。从舞台装置的色彩叙事、灯光调度的情绪引导，到表演者肢体语言的张力与舞台调度的叙事感，所有视觉元素都成为无需翻译的情感载体，能够直接触达不同文化背景下观众的共通情感体验。这种“视觉共通性”让观众即便不理解歌词的语言细节，也能通过视觉符号感知作品的核心情绪与艺术表达，为跨文化传播奠定了基础。

全球文化符号的共鸣，如流行音乐、舞台艺术的普适性吸引力。随着技术的迭代、社会的演进、思想的革新以及需求的变化，流行文化正经历着从单纯认同向深度连接的深刻转型<sup>[5]</sup>。科切拉音乐节作为全球流行文化的重要符号，其舞台艺术本身就具备跨越地域与文化的普适性吸引力。流行音乐的旋律结构、舞台表演的艺术范式，以及表演者所传递的自我表达、情感释放等精神内核，都是全球青年文化中具有高度共鸣的文化符号。该视频所呈现的舞台，正是对这些全球文化符号的精准演绎，使其能够突破地域与文化的限制，在不同国家与地区的观众中引发情感共鸣，实现了从“本土爆款”到“全球话题”的跨越。



图 4 B 站社区内的部分二次创作视频

本土化传播适配，字幕、解说、二创降低跨文化理解门槛。为了适配本土传播语境，视频通过汉语字幕、弹幕解说与二次创作等方式，有效降低了跨文化理解的门槛。精准的双语字幕不仅解决了语言障碍，还对歌词中的文化隐喻与情感内涵进行了本土化注解；弹幕解说则为观众提供了背景知识与深度解读，帮助其更好地理解舞台的艺术价值与文化意义；而 B 站社区内的二次创作，如混剪、reaction 视频、细节解读等，进一步将内容拆解为更易传播的本土化表达，推动了视频在本土圈层的深度渗透与二次传播，实现了跨文化内容的本土化落地。

## 3 传播效果与价值呈现

### 3.1 受众层面

该视频通过高品质的舞台艺术表达，在受众群体中构建了超越娱乐的深度情感连接。近 2 小

时的完整叙事与沉浸式体验，让观众得以从碎片化的信息洪流中抽离，全身心投入到艺术作品的情感脉络中，形成了强烈的情感共鸣。无论是表演者对艺术的执着表达，还是舞台所传递的精神内核，都精准击中了当代青年在自我认同、情感释放与价值追寻中的深层需求，使观众在观赏过程中获得情感慰藉与精神力量，进而与内容、创作者乃至整个社群建立起稳固的情感纽带。

视频也推动了受众在文化认同层面的深度建构。作为全球流行文化符号的科切拉舞台，与 B 站社区本土化的传播语境形成了巧妙融合，既让本土观众感受到了国际顶级艺术的魅力，也通过弹幕、评论等互动形式，形成了具有本土特色的文化解读与集体记忆。观众在对舞台艺术的共同欣赏与讨论中，强化了对高品质艺术、专业精神与创新表达的价值认同，这种认同不仅体现在对单一作品的追捧，更转化为对整个欧美音乐圈层乃至全球流行文化的深度参与。

### 3.2 行业层面

该视频的爆红，为音乐行业尤其是舞台艺术的传播提供了一定的参考。在短视频主导的行业语境下，多数从业者倾向于将舞台内容碎片化、流量化，以适配算法推荐与用户的碎片化消费习惯，而该视频以近 2 小时的完整舞台形式取得破圈成功，有力证明了高品质、长叙事的艺术内容依然具备强大的市场生命力与传播潜力。它打破了“长视频无流量”的行业偏见，为行业提供了“以质取胜”的成功案例，推动从业者重新审视内容创作的核心逻辑，从单纯追求流量转向深耕艺术品质与内容深度。

其次，该视频也为舞台艺术的传播路径与价值实现方式提供了启示。传统舞台艺术的传播高度依赖线下演出与专业渠道，而该视频依托 B 站社区生态，通过弹幕互动、二次创作与口碑发酵，实现了从“专业圈层”到“大众圈层”的破圈传播，让原本小众的高品质舞台艺术获得了更广泛的社会认知与商业价值。这种“线上化、社区化、互动化”的传播模式，不仅拓展了舞台艺术的受众边界，也为行业探索了新的盈利与传播路径，为更多高品质艺术内容的破圈提供了经验。

### 3.3 文化层面

该视频的爆红，为优质舞台艺术的跨文化传播提供了可借鉴的实践路径。它以科切拉音乐节这一全球文化符号为载体，通过 B 站社区的本土化适配，如双语字幕注解、专业背景解说与二次创作的本土化演绎，打破了语言、文化与地域的壁垒，让原本带有鲜明西方文化属性的舞台艺术，转化为本土观众可感知、可共鸣的文化内容。这种“全球内容—本土表达”的传播模式，不仅让高品质舞台艺术突破了文化圈层的限制，也为不同文化之间的艺术交流搭建了桥梁，推动了全球流行文化在本土语境下的深度传播与多元解读。

此外，视频也实现了优质舞台艺术的跨圈层渗透，打破了“专业艺术小众化”的固有认知。它借助 UP 主的垂类影响力、B 站社区的互动生态与平台流量的扶持，从欧美音乐圈层逐步扩散至泛娱乐、潮流文化乃至更广泛的大众圈层，让原本只在专业乐迷与行业内被推崇的高品质舞台，成为全民热议的文化现象。这种跨圈层传播，不仅提升了优质舞台艺术的社会能见度与文化影响力，也推动了专业艺术与大众文化的深度融合，为更多高品质艺术内容走向大众、实现文化价值的广泛传递提供了方向。

### 3.4 社会层面

该视频的破圈传播，在社会层面推动跨文化审美的升级与迭代。它以国际顶级舞台艺术为载体，打破了国内观众对欧美流行文化的刻板认知，让高品质、专业化的艺术表达成为新的审美标杆。观众在沉浸式观赏与深度讨论中，逐渐形成了对艺术品质、专业精神与创新表达的更高要求，这种审美升级不仅体现在对单一作品的追捧，更转化为对整个文化消费市场的倒逼，推动社会文化审美从流量驱动转向品质驱动，从浅层娱乐转向深度体验。

同时,该视频也成为跨文化交流的重要载体,搭建起本土与全球流行文化之间的对话桥梁。B站的本土化传播适配,不仅降低了本土受众理解海外艺术作品的门槛,更以年轻化、互动性的内容生态,激发公众对多元文化的关注与讨论。这种双向互动的传播路径,既拓宽了本土受众的文化视野,也让国际舞台艺术收获更广泛的东方受众关注,为跨文化交流提供了双向的新路径,推动不同文化之间的理解、互鉴与融合,实现从文化输出到价值共振的质变<sup>[6]</sup>。

## 4 结语

在流量至上的行业语境下,高品质、有深度的艺术内容依然具备强大的生命力与传播潜力。本文以 Lady Gaga 2025 Coachella 演出 B 站视频为具体案例,从内容内核、受众需求、平台生态与跨文化传播四个维度,系统剖析其破圈爆红的核心动因,并从受众、行业、文化和社会四个层面,探讨其传播效果与价值呈现,丰富长视频传播与跨文化音乐传播的相关研究,同时为优质舞台艺术、文化艺术内容的长视频传播提供实践思路,为媒介环境变革下长视频内容得发展提供一定参考。随着数字技术的发展与受众审美的升级,优质舞台艺术的传播将迎来更多可能性,而如何在坚守艺术品质的同时,创新传播路径、拓展受众边界,将是行业持续探索的重要课题。

### 参考文献:

- [1] 程莹. 全媒体时代短视频的创新与传播[M]. 北京: 文化发展出版社, 2024: 16.
- [2] 汪国胜, 杨雯. 传统舞蹈类非遗短视频传播策略研究——基于“文化本体—大众接口—价值闭环”三元机制的实证分析[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2026, (01): 139-150.
- [3] 诸廉, 马跃. 主流媒体短视频传播力影响因素与组态路径研究——基于 50 个案例的模糊集定性比较分析[J]. 济南大学学报(社会科学版), 2025, 35(05): 12-24.
- [4] 刘太石. 数字时代的中国青年文化变迁: 趣味模式、社会区隔与平台化[J]. 社会学研究, 2025, 40(03): 159-181+229.
- [5] 田维钢, 刘阳. 网络流行文化的生成与传播机制研究——基于舞蹈“科目三”走红的思考[J]. 中国新闻传播研究, 2025, (01): 133-143.
- [6] 郭玮琪, 宁宁. 中国流行文化的出海系统建构: 政策、市场与基础设施[J]. 新闻春秋, 2025, (03): 51-58.