



《乌梅子酱》流量与争议齐飞 流行乐坛将成“口水歌”天下？

你也许没听过让李荣浩拿了专业音乐奖的《模特》《喜剧之王》，但眼下却一定经受过他新歌《乌梅子酱》的“洗礼”——从网约车到街边咖啡馆再到短视频平台，甭管身处什么场景，都有“你浅浅的微笑就像乌梅子酱”作为背景音乐。盘点各大平台，围绕其的热搜从明星网红翻唱一直延伸到讨论“乌梅子酱到底是什么味道”。而仅抖音一个短视频平台，《乌梅子酱》的播放量更是超过40亿次。就连购物平台同款果酱的销售额，也跟着飙升。

如此全网蹿红速度，有人判定其提前预定“年度单曲”，但也有专业乐评人和乐迷认为其不过是一首放在唱片时代毫不起眼的“口水歌”。在某评分网站，《乌梅子酱》仅获4.5分。甚至，乐评人丁太升直斥其“俗不可耐”。对于潮水般的争议，歌手汪峰则站在创作者的立场回应：“意义与价值是别人、是时代赋予的”“艺术家只是用创作记录他当下心境”。



李荣浩专辑《纵横四海》

作品的通俗性助推其走红

不论立场如何，有一点汪峰是对的，那就是当前《乌梅子酱》所引发持续而多维度的讨论与争议，显然已经不是这首轻松简单的小情歌本身所能承载的了。相比于批评质疑某位歌手与某首歌曲，舆论热议其实暗含另一重更深的担忧——传统唱片业筛选的专业创作者及其精良制作的作品，与当下网络创作者、短视频神曲的边界是否在日益模糊？而随着所谓专业“护城河”的消失，在短视频算法掌控传播逻辑下，流行乐坛是否将成为“口水歌”的天下？

“浓浓的乡土风掺杂着短视频平台火爆的元素扑面而来！”如果不是乐评人丁太升的“毒舌”评论，《乌梅子酱》恐怕也只是大众听过但无意深究作品水准、创作者动机的“耳熟”之作。而因为他的“炮轰”加之直白通俗的歌词与朗朗上口的旋律，令《乌梅子酱》俨然成了知名唱作人“向流量低头”的恶果。视频中，丁

太升认为《乌梅子酱》是“投机”，“李荣浩早期的作品至少有诚恳在里边，现在连诚恳都没有了”。

“这样的评价显然是‘断章取义’的，仅以《乌梅子酱》一首歌的水准判定创作者当前的状态未免有些以偏概全。”流行音乐研究专业博士、杭州师范大学副教授赵朴给出了自己的判断。要知道，这首歌其实是李荣浩去年11月推出的，随后收录在其12月发行的专辑《纵横四海》之中。听过整张专辑后，赵朴评价：“专辑水准虽不及他早前的作品，但整体尚可，其中的《纵横四海》《山川》品质不错。即便是翻唱Beyond的一首《情人》，李荣浩在结尾也有一段长达数分钟的个人吉他Solo，可以看出他的用心。而《乌梅子酱》虽然不是专辑主打歌，但也绝不像网络批驳的那样‘俗不可耐’。尤其是考虑到这是一张具有复古概念的专辑，其整体弥漫着一种对于港片港

乐的怀旧氛围，在第九首的位置插入这样一首情歌小品，或也可看作是为听众留下舒缓空间的设置。”赵朴分析认为，《乌梅子酱》的走红更像是作品的通俗性发挥了作用，换句话说，是短视频平台对唱片工业中符合其传播偏好作品的吸收。

而梳理《乌梅子酱》的传播时间线也能进一步印证，至少从创作者层面，无法判定其是专业音乐人对标“短视频神曲”传播逻辑“定向爆破”的歌曲，而更像是经由互联网传播的“大众选择”。查看百度指数，《乌梅子酱》词条直至今年2月13日——也就是情人节前夜，开启搜索量“爬坡”历程。而直至3月4日，也就是乐评人“炮轰”过后，才真正迎来搜索高峰期。而从“腾讯音乐由你榜”周榜成绩单来看，《乌梅子酱》也是在2月13日至19日榜单第一次夺冠并“霸榜”至今。

在歌曲爆火中开启巡回演唱会

当然无论有心还是无意，李荣浩一定是从《乌梅子酱》的爆火中获得了流量红利。他开启的“纵横四海世界巡回演唱会”，目前在南京、武汉、成都等多地门票均已售罄。从结果导向看，乐评人与部分乐迷更深层的忧虑呼之欲出——《乌梅子酱》后，是否会有更多唱片业精英创作者全面拥抱短视频神曲？

无可否认，短视频大行其道的当下，流行音乐或多或少沦为为视频的BGM（背景音乐）。而受制于15秒的曝光时长，那些旋律通俗、情绪饱满、节奏明快的“口水歌”更容易脱颖而出，经由“算法”推荐机制的加持，轻易破圈从而获得指数级增长的流量。由此，形成“口水”爆款更爆、“精品”冷门更冷的两极化局面。而从创作难度上来说，比起旋律的

创新创意、歌词的字斟句酌与编曲的精良用心，沿着大众最顺耳的旋律走向，完成一段15秒的短视频神曲BGM来得容易得多。

这是创作者故意“下沉”，为了兼容更多受众？对此，经受过专业音乐训练、经历过唱片时代的唱作人汪峰不认同。他拿自己举例，“十多年前我写了《飞得更高》，那绝对不是我作品里的最高水准，打分的话应该不超过80分……可是比那之前再早六七年我就写过《晚安北京》，难道我写《飞得更高》是在想下沉吗？”在他看来，有时一个创作者就想在那个时刻写一点没有那么深刻，没有带那么多哲理、深邃的东西。

确实，回溯唱片时代，即便是具有“划时代”意义的歌手周杰伦，也有过《阳

光宅男》《等你下课》等争议之作。更不必说，在互联网方兴未艾时，不少被大唱片公司、资深DJ选中的主打歌未能走红，反倒是B面歌曲经由时间沉淀成为越发灿烂的遗珠。

“《乌梅子酱》引起如此广泛的争议和担忧也是正常，很多人担心创作的‘底线’进一步坍塌。”赵朴说，他对此持乐观态度，“专业歌手与网络音乐人、唱片工业品与网络神曲界限的模糊，其结果并不见得是向下坍塌滑坡，而也有可能是互相借鉴和融合，使神曲不再‘恶俗’‘烂俗’，唱片时代的作品也没那么‘高冷’。”

确实，一首温暖小情歌能够掀起如此大的讨论，或许恰恰就印证了“算法”或许可以“钦点”爆款，但绝没那么容易垄断所有人的音乐审美。 据文汇报

毛不易全国巡演 成都站定档

3月26日下午2点，歌手毛不易在微博发布“成都，来了”，官宣全国巡演的成都站将于4月22日在凤凰山体育公园举行。就在3月25日晚，本次巡演的首站杭州站刚刚结束，这让成都的歌迷们激动不已。

记者随后向演唱会承办方了解到，本次“毛不易·幼鸟指南”全国巡回演唱会，是毛不易继2018年“像我这样的人”之后的第二次全国巡演，也是他首次将在多地举办的万人级别巡回演唱会。这次演唱会时长近120分钟，全程分为“无惧”“失序”“日常”“依托”四大篇章，除了《平凡的一天》《像我这样的人》《消愁》等经典歌曲之外，他还将首次在演唱会舞台上演唱第三张个人全新创作专辑《幼鸟指南》中的曲目。

2017年夏天，毛不易以原创唱作人的姿态进入大众视野，虽然彼时的他还没有受过专业创作训练，但质朴中不失灵气的旋律创作、独特直击内心的作词视角、治愈人心的演唱风格，以及本身超凡的亲合力，在短时间内急速将他推上大众关注焦点。

在接下来五年多的时间里，毛不易创作了众多将诗意融入生活的音乐作品，接连推出《平凡的一天》《小王》《幼鸟指南》三张原创音乐专辑。其中，《平凡的一天》《像我这样的人》《二零三》《海上日记》等单曲成为击中人心的“催泪弹”，引发大众情感共鸣，让他获得了“写实主义音乐诗人”的标签。他于2021年6月发行的第三张个人创作专辑《幼鸟指南》，累计销售突破67万张。在2023年春节联欢晚会上，他演唱的《你好，陌生人》聚焦平凡陌生人的善良和暖意，用歌声娓娓道来，带来了新年的第一份“治愈”良方。

如今，毛不易再次振翅起飞，通过“幼鸟指南”全国巡回演唱会和阔别许久的乐迷老友温暖再会。通过音乐，展现出他作为创作者对自己、对他人日常生活的洞察和感悟，呈现他在音乐旅程中的收获和成长。

华西都市报-封面新闻记者 徐语杨



毛不易全国巡演成都站海报。