



不只是民谣， 还是音“药”



■“喜耳”音乐节将音乐与音“药”结合，为民谣打开了新的路子。（图片由主办方提供）

2023演出热潮 里民谣最“冷静” 文艺范音乐类型 等待歌迷发掘

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

进入冬季，音乐演出行业的热度未退。11月18日，全国同一天举行了28场演唱会，开唱歌手包括“四大天王”里的张学友（宁波）、黎明（香港），包括今年最火的五月天（上海）、陈奕迅（成都）、时代少年团（澳门），包括今年来过青岛的林志炫（南京）、张信哲（湖州）、陈粒（贵阳）、赵传（吉林）。同一天，全国也取消了两场演唱会：老狼（大连）、刘聪（成都）。

今年是演唱会、音乐节的井喷之年。业内人士估计，歌手、乐队的演出邀约超出了正常年份的5倍以上。结合11月18日的演唱会阵容，并对照3月至今的音乐行业动态，歌迷就能大致感受到音乐品类的“冷热不均”：

流行歌手人气鼎沸，周杰伦海口连开4场，张学友成都连开9场，城市演唱会票房天花板已经拉升至两亿区间；

说唱音乐成为年轻歌迷的首选，歌迷忠诚度最高，而且已经形成了长沙、成都、西安等不同的说唱厂牌势力圈；

摇滚乐队在《乐队的夏天》加持下频频出圈，新裤子、五条人、重塑雕像的权利已然成为音乐节门面担当；

相较而言，民谣演出的声量最小——当年，赵雷一首《成都》的空前盛况之后，现象级民谣歌手稀缺，偶有《漠河舞厅》等热门单曲出现，很快在传播过程中磨损了民谣的质感。像是青岛这样一个拥有“即墨古城国际民谣季”品牌的城市，今年民谣演出最成功的只有陈粒3月Downtown专场，2016年创立的民谣季在今年也变得悄无声息。

民谣界显然不接受“民谣没落”“民谣已死”的说法。作为一个相当敏锐的指标，民谣的热度与文艺青年的群体数量、音乐口味、内心议题和消费水平密切相关，也是较为简单的音乐行业入口。年轻歌迷的口味不断流转，民谣总能以其相对简单的模式自动调整，适合新时期的表达需求。

总而言之，感受民谣在音乐消费时代里的困境、破局和“变形”，也是对音乐产业应时而变的体察和致敬。



■网红歌手张尕怂在青演出。王雷摄

民谣新理念：“乐”“药”同源

8月，岛城著名DJ立波前往巫山“喜耳”音乐节，被这个奇特的民谣音乐盛会“惊到了”。这里不仅有周云蓬、钟立风、小娟与山谷里的居民等民谣音乐人，有冯满天、赵晓霞等民乐演奏家，更是一个巨大的疗愈场所，太极站桩、五禽戏领演、古法艾灸针灸体验等环节一应俱全。中外歌迷边听歌边做艾灸、采耳，体验感十足。对此，深谙音乐产业甚至自己也做过音乐节策划的立波感慨：“这是我见过最安静的音乐节。”

不是音乐节，而是音药节。“乐”与“药”在古汉语里同音同源，最早的音乐也被拿来治病，因而，五行、五脏、五声音阶有着内在对应——这是著名音乐家谭盾最早提出来的理念。由此生发的谭盾音药周在青岛举行了5年。如今，这一理念被民谣借鉴，治愈风格无限放大民谣的想象力空间，毕竟歌迷曾在小娟的空灵歌声、张玮玮的文青吟唱、万晓利的呼麦里感受到来自民谣的抚慰。

张亚东认为：“民谣就是永远能够察觉到那种非常脆弱的、美好的东西，并且又能把它准确地表达出来。”以上世纪90年代的校园民谣时代为起点，民谣撑起了华语音乐的一片天。早期的老狼、叶蓓、水木年华积累了大量歌迷，至今仍然是“白衣飘飘年代”的代言人。城市文艺民谣出现后，歌迷跟着歌手思考生活方式，文艺青年几乎必听的万晓利、小河等歌手成为审美标签的存在。赵雷的《成都》在2017年横空出世，更是把民谣推到了“一曲一城”的位置。

再说巫山音药节。当民谣与“音药”的概念碰撞，民谣轻巧地跳出了概念限制和年代感，进入到“身心疗愈”的新理念。作为民谣主流歌迷的“80后”，在“音药”里找到了自在。“以往的民谣音乐节忽略了中老年歌迷的群体，也忽略了民谣对人们内心情绪的纾解作用。”有业内人士认为，有了巫山民谣节的示范，后续众多国乐、民谣、国潮与疗愈结合，民谣站到了音乐产业与传统文化结合的新层面。

“民谣在路上”：边界渐渐模糊

2010年5月22日晚，“民谣在路上”巡回演出青岛站，隐退多年的沈庆出现在市北区文化馆的舞台上，唱起了“校园民谣”时代的神曲《青春》。这一刻也载入了中国民谣的大事记，供歌迷凭吊、辨认。

卢中强是“民谣在路上”的创始人。十余年来，“民谣在路上”在青岛演出了20余场。“认同民谣歌手，意味着认同歌手的生活态度，像是钟立风代表的诗性文艺范儿、万晓利代表的生命自我内部开掘、小河代表的戏谑和内质变形，让以‘80后’为主的文艺青年在民谣里找到了共

鸣。”一位跟随民谣多年的民谣歌迷表达着自己的观点。

2月，爱奇艺综艺《我们民谣2022》落幕，并将民谣精品做了一个集中展陈，最终进入总决赛的周云蓬、房东的猫、万晓利、柳爽、马条也是民谣各个发展阶段的主力歌手。

然而，当时的歌迷没有想到，这档节目竟然成为一个时代的尾音。该节目收官一个月后，音乐演出行业全面恢复，乐迷们突然发现：说唱音乐已经取代民谣，成为年轻人接触音乐的最简单入口；说唱也取代了民谣，成为这个时代的诗歌。从摇滚到民谣再到说唱，年轻人玩音乐的成本越来越低：玩乐队，需要吉他、贝斯、鼓三大件；玩民谣，需要一把吉他；玩说唱，只要有电脑就行。音乐网站提供了海量的嘻哈音乐伴奏，辅助说唱爱好者迅速成为像模像样的歌手，甚至在卧室里就能做一张专辑。

卢中强对民谣仍然持有乐观态度：“今年，老狼的演出票房非常好，而且老狼非常活跃，唱遍了各个城市。资深民谣歌手里，万晓利、钟立风、张尕怂、苏阳的演出都不少，虽然不是在大音乐节里频繁露面，但也是活跃的。张玮玮新专辑的巡演情况不错，周云蓬北京专场下午、晚上各一场，根本抢不到票。在今年拼盘类、流量类的商业音乐节大行其道情况下，民谣音乐人的生存状况还是不错的。”

然而，在生存状况之外，民谣音乐人想要找到2010年的创作气氛，太难！

一位音乐人告诉记者：“今年，说唱歌手演唱频率‘秒光’，而在民谣歌手里，能撑起演唱会的仅有陈粒、马頔、鹿先森等寥寥可数的几位，大部分还是在千人左右的Livehouse里做巡演。”

随着短视频平台“浸润”音乐传播，民谣的边界也渐渐模糊，原本一人一琴的简单结构现在已经大幅度突破——民谣可以跟各种音乐元素、各种表现手法“勾兑”。

就这样，歌迷既能听到晓月老板这样带着相声功底民谣，也能听到柳爽《漠河舞厅》这样一夜爆红的叙事民谣。民谣歌手穿行在西北高原、蒙古草原、西南边陲、岭南地区，涌现了张尕怂、张玮玮、野孩子、山人、安达组合等歌手。甚至连音乐制作人也非常迟疑，无法以严格的定义来限定“民谣到底是什么”：三个壮族歌手组成的“瓦依那”，今年在《乐队的夏天》第三季里凭借树叶吹奏、竹筒琴和山歌一炮而红，他们到底是民谣还是摇滚？

卢中强坦言，他对民谣的边界越来越看不清。“我理解的民谣是以一把箱琴为主，比较随性地呈现简单的音乐，其中，有人文，有质感，也有人间的观察。”2019年，卢中强为民谣歌手鹿京周做过一张专辑《33》，“我找了特别顶级的三个音乐家，其中，鼓手拿过7次格莱美。这张专辑代表了我对民谣的态度，音乐元素糅合了布鲁斯、放克等。鹿京周的音乐能力奇强无比，专辑里还有世界音乐和摇滚。我非常喜欢这个音乐家，专辑受到业内的认可，但在商业上没能达到预期。从此，对于再做民谣专辑，我已经没什么心气儿了。”

“沉入”线下：民谣在身边

作为华语民谣的重要推手，卢中强先后创

立了“民谣在路上”“新乐府”两大音乐品牌。其中，“民谣在路上”发掘了大批民谣歌手，而“新乐府”集中开发国潮音乐，采用跨界混搭的手段赋予传统戏曲、民乐更多的可能性。近年来，卢中强走遍国际音乐节，探寻民谣音乐的突破之道。

如何给民谣一个歌迷体验的标签？一个成功的思路是：民谣与自然元素结合，例如，美国的乡村题材民谣、巫山“喜耳”音乐节的国风民谣。在流行、摇滚、说唱主题音乐节如火如荼的当下，民谣音乐节将户外自然体验、音乐工坊甚至亲子功能与音乐结合，建构了完整的音乐体验方式。在《我们民谣2022》里，小娟与山谷里的居民呈现的自然恬淡、回归天然的状态，也是民谣一个极具吸引力的侧面。

另一个思路是：以民族音乐为主体，加入电子音乐等混搭元素，让民族音乐变成世界音乐。这一思路运用在专辑《即墨大鼓书》里，卢中强邀请法国音乐组合DuOuD与即墨盲人鼓书表演者合作，以欧洲古乐器乌德琴衬托出大鼓书的叙事、状物功能。该专辑荣获第十二届华语金曲奖“年度最佳戏曲专辑”。

根据业界的介绍，当下的民谣正在朝着两个方向转化：一是以安达组合为代表的“史诗化”，用民谣演绎黄钟大吕的内容。在《乐队的夏天》第三季里，来自草原的安达组合将呼麦、长调、短调、马头琴、口头史诗等内容熔于一炉，创造了一种世界性、时尚性的音乐语言，既能唱出江格尔史诗演绎成《江格尔英雄赞歌》，又能颠覆性改造陈奕迅《孤勇者》。

民谣的另一个方向则是以瓦依那乐队为代表的“田间地头化”。老狼非常欣赏瓦依那乐队将生活与音乐融为一体状态；三位成员农忙时种一季稻子，农闲时出来演出壮族民谣。他们能演奏乐器，也能自己制作乐器，平时就在家门口玩音乐，属于音乐本真的感动。作为民谣音乐标志性的人物，老狼看淡了“民谣过时”的说法。“过时与否是以商业为评判标准。确实，说唱和电音是现在最挣钱的音乐品类。自从有流行音乐工业以来，音乐的主流一直在变，乡村民谣也一度是最挣钱的品类。”老狼说。

民谣在行走，民谣的歌迷也在“沉淀”。当年热爱民谣的文艺青年正在“沉入”线下渠道。“我们今年在佛山开第一间‘民谣在路上’的线下酒吧店，12月底就开幕了。”卢中强说，“我也去看了其他的民谣酒吧，像是成都的音乐房子、南京的火酒、广州的风马民谣、佛山的瓦房颂等，大家都做得风生水起。歌手还在唱赵雷、许巍、老狼的歌。也有一些民谣酒吧放的歌很内行，像是刘二、王喂马的歌都能听到。可以说，民谣越来越大众，越来越出圈。”

作为一种重度依赖歌词的音乐类型，民谣具有独特的陪伴性，在人的身边慢慢长出来，迟早有一天跟歌迷的人生经历、审美阅历重合。

“举凡城市生活、青春经历、游历见闻，民谣的内容林林总总，形式也灵活多变。”民谣创作者告诉记者，从校园民谣、城市民谣、乡村民谣、自然民谣乃至国风民谣、养生民谣，一路听来，音乐产业大背景下的民谣总有最贴身、最应景的一款，也留有最私密、最动情的一首。

记者手记

最小单位的 罗曼蒂克

□米荆玉

音乐不再稀缺。“80后”还有“攒钱买专辑”的记忆——20元一盒的卡带反复听，听到磁粉脱落——那时候，能坐满100张专辑的歌迷凤毛麟角。待至“90后”和“00后”成为歌迷主体，数字音乐、免费音乐唾手可得，完整听完一首歌变得奢侈——只听副歌，只听被剪辑成抖音背景音乐30秒。可是，不反复重听，怎能理解《山丘》“一生消滴意念侥幸汇成河”的涵义？

音乐也不再文艺，而是商业成功案例的热土。从速冻、草莓到麦田音乐节，音乐成为年轻群体的社交背景，顺势带动了周边文旅产业的发展。而民谣的文学性放到当下的音乐工业时代有点难以安放。它不像是说唱音乐，可以通过燥热的现场气氛感染年轻人，它需要向内心境和气质上就很商业。

一个城市一年30场音乐节，热门歌手的出场费显然会上涨。据说，商业音乐节压轴乐队的价格今年已经涨到220万元7首歌的地步。因而，越是好歌手，越是没有时间创作。在采访中，音乐节的主办方普遍对明年态势持谨慎态度：太多不专业的资金进入音乐行业，它们一旦抽离，音乐演出行业必然会遭遇骤冷。此时，民谣这个冷静的品类会凸显出它的优势：民谣的创作一直未中断，民谣歌手仍然能保持平常心，在音乐中加入新的实验和探索，好歌、好歌手持续供给。

从民歌时代、校园民谣时代、城市民谣时代到现在的国潮音乐时代，不同年龄层的歌迷遇见不同风格的民谣。听《同桌的你》也好，听《米店》也好，歌迷各有各的幸运。民谣虽然不能像流行音乐一样造就财富神话，不过，拿到诺奖的唯一歌手是民谣宗师——鲍勃·迪伦。

民谣是耳边的文学、时间的陈酿，听民谣可谓是最小单位的罗曼蒂克。在听歌的同时，我们完成了与民谣歌者关于生命经验的废话交流。