



上游沸点
思想 深度 调查

到了年底各种榜单层出不穷，12月11日，第三届TMEA腾讯音乐娱乐盛典评选出了2021年度华语十大热歌，引发网

友集体吐槽：“华语乐坛

是要

完蛋了吗

？”上游新闻记者

统计发现，这十首歌都是由网络歌手

创作，在抖音

上广

为流传，

用户收听量巨大的

“流量歌曲”，仅从流量上看，甚至

可以吊打周杰伦

等知名歌星。此外，这些歌曲还不同程度存在抄袭、大数据加工、流水线制造等争议。

是什么人在制造“流量神曲”？这些“口水歌

”是怎么被炮制出来的？上游新闻记者就此展开调查。

歌红人不红，流量吊打歌坛天王

上游新闻记者观看第三届TMEA腾讯音乐娱乐盛典时注意到，该盛典邀请了众多知名华语音乐人参加，周杰伦、五月天、刘若英、周深、毛不易

，包括最近炙手可热的原创歌手柳爽，都轮番登台演出。然而当2021年度十大热曲这个奖项颁出时，与众多网友的感受相同，记者连其中大部分的歌曲名都没有听过，歌手更是一个都不认识。随后网友曝出：这些歌曲基本上都是“抖音神曲”。

上游新闻记者随后在抖音上进行搜索，发现这十大歌曲在抖音上人气很高，在搜索框内只要输入歌曲名的前两个字，智能推荐排在首位的，无一例外都是歌曲原曲。

记者统计后发现，这十首歌在抖音上都拥有巨大的使用量（注：即抖音用户使用该音乐进行短视频创作的次数），音乐与短视频的结合更加紧密，短视频流量对BGM歌曲传播带来的拉动效应更加显著。

歌曲名	歌手	抖音使用量（万）
白月光与朱砂痣	大籽	1418.72
可可托海的牧羊人	王琪	1047.5
千千万万	深海鱼子酱	758.19
踏山河	七叔（叶泽浩）	711.9
浪子闲话	花僮	670
醒不来的梦	回小仙	490.1
清空	王忻辰 苏星婕	235.2
执迷不悟	小乐哥	161.3
沦陷	王靖雯	40.8
云与海	阿YueYue	12.4

第三届TMEA腾讯音乐娱乐盛典评选的年度十大热曲抖音流量数据

十大热曲中，使用量最高的是《白月光与朱砂痣》，该歌曲的各版本原创片段总使用量超过了1418万次；使用量最低的是《云与海》，被使用次数为12.4万次。十大热曲在抖音上有两首使用次数超过了1000万，有5首超过500万，8首超过100万。

作为对比

，本届TMEA音乐盛典评选出的年度最佳男女歌手分别

是周深和郁可唯。记者在抖音上对他们的作品也进行了统计，结果令人意外。

周深在抖音上有19首歌曲被使用的次数超过了1万，虽然在歌曲深度上完胜其他网络歌手，但他所有这些作品被使用的总次数仅228.6万次，放在年度十大热曲中，仅能排名倒数第三。

郁可唯在抖音上的所有作品被使用次数仅49.4万，和年度十大热曲相比只能排在倒数第二的位置。

上游新

闻记者随后还

统计了华语乐坛天王周杰伦

在抖音的数据，记者发现，周董

可能是唯一一个在抖音上也拥有较高流量的传统音乐人。周杰伦在抖音上共有26首歌曲的使用量都超过了10万+，使

用量最高的《稻香

》被使用了157.5万次。这26首作品的总使用量为803.2万次，如果放进今年的年度华语十大热歌，可以高居第三。

从数据不难看出，网络歌手的创作和生存模式与传统音乐人有巨大差别。网络歌手往往只有一首爆款歌曲，几乎都是“歌红人不红”，但这一首爆款歌曲获取的流量，可以远远超过拥有更多歌曲深度的传统音乐人。上游新闻记者查询《2020抖音音乐生态数据报告》发现，2020年抖音上排名前十的爆款歌曲，总播放量高达945亿次，相当于平均每个中国人都听了67次。

这就难怪主要以流量为评判标准的“年度十大热歌”，可以把周杰伦等一干知名音乐人踩在脚下摩擦了。

“母曲” + “父词”，3分钟写一首爆款神曲

那么这些流量神曲，都是怎么被制作出来的呢？

上游新闻记者注意到，在网友对#如何看待短视频流行歌霸榜华语乐坛#这个热搜话题发表的看法中，多数认为这些流量神曲都有很多相似点：旋律简单，哪怕是第一次听就觉得熟悉，歌词朗朗上口，一遍会哼两遍会唱，三遍开始自动循环，很洗脑。其中又有多首歌曲，曾经曝出过抄袭争议。

以流量最高的《白月光和朱砂痣》为例，这首歌被众多网友和专业人士解剖，目前被怀疑抄袭了日语歌曲《夕日坂》、五月天《知足》、金莎《爱的魔法》、

梁静茹《暖暖》、洛天依《勾指起誓》、金志文《左眼皮跳跳》，甚至包括KTV官方神曲《拒绝黄赌毒》在内的13首歌曲。

事实上，旋律熟悉、洗脑、疑似抄袭这些问题，都可以归结为一个关键词：重复。

据网易数读今年9月统计，在热度Top 20的神曲中，有45%的主要节奏都重复了10次以上。其中“万能和弦”的大量重复使用，是这些神曲听起来都很“熟悉”“类似”的重要原因。

根据网易数读对120首神曲的和弦统计，发现它们主要用到了3种和弦类型。“万能和弦”使用最多占比30%，“卡农和弦”使用占比23.33%，“1645和弦”使用占比20%，这三种和弦的使用比例加起来超过了73%。

只要熟练运用这些和弦组合，再加上一些过渡、变调的技巧，创作一首简单好听的歌曲并不是什么难事。

上游新闻记者抖音上以关键字“爆款神曲”搜索，发现有不少指导如何创作抖音神曲的视频教程。其中一位“路哥会写歌”用户发布的《教你3分钟写一首抖音爆款神曲》视频，获赞超过21万。



抖音上有不少传授神曲教程的视频（图片来自抖音截屏）

视频以神曲《大风吹》为例，介绍写一首抖音神曲只需要三个步骤：

第一步，找到一首或两首旋律好听的“母曲”，对旋律进行重组或微调；第二步，找到一篇简单上头的歌词，提炼出关键词；第三步，用押韵APP输入歌词关键词，挑选合适的押韵词来组成新歌词。这样，一首“全新”的神曲就完成了。

上游新闻记者搜索发现，除了上面提到的押韵APP，还有AI人工智能写歌词软件等“神器”，都在极大提高音乐创作者的效率。

上游新闻记者百度中输入“押韵”，瞬间找到了多个“押韵引擎”，在其中输入关键字“爱情”，立即得到相关押韵的词语、成语、古诗词、歌词等一众结果。记者很快就“组合”出了一篇歌词：

“停了电 自己煮了面 让漆黑的世界占领 未来怎么都可以是属于我的爱情
可会来临”

“远远地 车浪无声离去 马路上人少了 寂寞很美丽像一部没有了字幕的电影”

.....

快餐式写歌是趋势，没思想很快就过气

关于网络和互联网对音乐创作的影响和导向，音乐人小艺在接受上游新闻记者采访时表示，快餐式的写歌方式的确存在。小艺坦言，包括他自己在内，都考虑过向这个方向调整。

这也导致了创作的门槛降低，基本上懂一点音乐基础的人，只需有一台电脑就可以创作出流行热歌。以至于近年的流行歌曲都是和弦的简单重复，甚至不少歌曲存在抄袭、雷同的情况。

不过，小艺也解释说，歌曲中的和弦就像颜色一样，虽然颜色只有这几种，但用不同的创作方法，可以带来完全不一样的作品。在经典的流行歌曲中，也不乏使用常见和弦的情况。

小艺说，从创作者的层面来看，目前音乐公司都喜欢直接买断词曲版权，作者写一首歌就挣一份钱，此后歌曲火不火、挣不挣钱都与作者无关。普通的创作者，一首歌曲的卖价在几千到几万不等。当然，作者也可以选择要求根据后期歌曲的收益分账。

这是因为在互联网和大数据背景下，歌手的更新频率太快，创作的门槛太低，音乐公司唯一能把控的就是内容本身。说白了，目的只有一个：捞爆款。

对于这种趋势，小艺认为，音乐作为一种艺术形式，需要表达创作者的思想和情感，需要创作者不断创新和尝试。所谓的网络热歌，很多连基本的思想表达都没有，纯粹是洗脑图个热闹，这样的创作风气可能导致流行音乐停滞不前，过度简单化地迎合群众，让创作成为一种重复的套路。

另一位音乐人、歌手周延英

在接受上游新闻记者采访时则表示，网络热曲写歌的方式其实也没有大众想象的这么夸张，并非只创作十几秒的片段，就可以放出来传播。虽然创作流程很迅速，但整首歌曲的完成度还是要保证的。

她认为，如今的网络热曲和以往的流行歌曲最大的区别，应当是结构和旋律上的精简，甚至全球流行音乐都有这样的趋势。

比如原来制作流行歌曲，前奏、间奏、尾奏都比较长，而现在的歌曲都是尽快地将精彩部分展现出来。在短视频流行的时代，如果音乐在十几秒中不能抓住人，很可能就废了。这也是为什么大家对年度华语十大热曲的歌名都不了解，但对每一首歌的高潮部分却都听过的原因。

周延英说，网络短视频的发展，让音乐进入了一个大浪淘沙的时期，相信最终留下的会是更好的东西。在这个过程中，受众的欣赏水平会逐步提升。未来，相信会有更多优秀的作品为人们所喜爱和接受。

上游新闻记者 刘登 彭光瑞

编辑：杨波

更多内容请打开[上游新闻](#)