

刀郎新歌《罗刹海市》走红，歌词疑被过度解读？

歌手刀郎又火了。

也许有些年轻人会一脸蒙圈：刀郎是谁？

你可能不知道他，但你绝对听过他的歌：“2002年的第一场雪，比以往时候来得更晚一些”“你是我的情人，像玫瑰花一样的女人”……凭借《2002年的第一场雪》《情人》《西海情歌》等爆款歌曲，歌手刀郎

曾红遍大江南北。

自2013年逐渐退隐江湖后，这位音乐才子便愈发低调。此次携新专辑《山歌寥哉》回归，他也并未大肆宣传。然而，新歌《罗刹海市》一经发布便引发关注，频频冲上热搜。

不过，这次的走红与以往有些不同。



《2002年的第一场雪》MV截图

新歌《罗刹海市》曲风大变？

豪迈粗犷的曲风、热辣直白的歌词、沧桑浑厚的唱腔……从前听刀郎的歌，你能听到西北苍凉的风声，爱恨情仇都直来直往。

与之相比，《罗刹海市》截然不同。这首歌曲调包含了民歌、小调、摇滚等风格，被许多老歌迷评价“曲风大变”。喜欢刀郎20年的骨灰级歌迷、生于70年代的陆宇对记者说：“《罗刹海市》跟他之前的曲风差别太大了。刚开始听的时候，我还怀疑过是不是他写的，怎么刀郎的风格变成这样了？”

“他之前都是翻唱一些西北民歌、红歌，或者自己制作的关于爱情的歌曲。《罗刹海市》的曲风则是跟地方戏剧相融合，带有批判意味和嘲讽意味的主调，制作水准也跟以前不一样了。”陆宇直言：“刀郎的作曲唱功一流，但作词太平民化，多了一些土气和地气，少一点精致和高雅。现在证明他的最后一块短板也被补齐了。”

诚然，此次《罗刹海市》的歌词让观众刮目相看：打西边来了一个小伙儿他叫马骥，美丰姿、少



刀郎新专辑《山歌寥哉》封面截图

倜傥，华夏的子弟，只为他人海泛舟搏风打浪，龙游险滩流落恶地……和此前“火火的嘴唇”“无尽的消魂”等歌词相比，《罗刹海市》在遣词造句上无疑显得底蕴厚重得多。

虽然曲风大变，买账的听众依旧不少。截至发稿时，这首歌

曲登上多个音乐播放软件的热搜首位，相关话题刷屏各大社交平台，“罗刹海市”这一词条的抖音播放量更是突破了3.6亿。

正如网友评价的那样：我以为刀郎封刀了，原来他是在磨刀。崭新回归，刀郎用音符写下自己磨刀十年的一字一句。

歌取材聊斋，再加上部分段落用词辛辣，如“勾栏从来扮高雅，自古公好威名”“岂有画堂登猪狗，哪来鞋拔作如意”等，因此许多观众认为，《罗刹海市》也必然是一首意有所指的讽刺歌曲。

有人解读刀郎是在抨击如今华语乐坛的“虚假繁荣”，有人认为他讽刺的是流量文化下的“以丑为美”，更有人开始对号入座，认为歌词直指一些乐坛同行。

2004年，刀郎发行首张专辑《2002年的第一场雪》，它以270万张的正版销量和比正版更高的盗版销量，让“刀郎热”蔓延大街小巷。可人红是非多，“刀郎的歌让中国流行音乐倒退15年”“刀郎不配做音乐人”的质疑声甚嚣尘上，有歌手曾直接表达对刀郎走红的不解。

因以上种种，持“刀郎新歌是讽刺一些乐坛同行”观点的网友不在少数。但也有不少歌迷认为，他的歌词被如此解读未免太过狭隘。而一位接触过刀郎的业内人士

告诉记者，“我对他的了解，不是这么回事。我觉得他没这么小气。”

这位业内人士透露，自2013年后，刀郎几乎没有公开亮相过，也不太参与节目录制和采访活动：他本人不对外留任何联系方式，其实和他有联系也没啥用，他十年潜心创作不出山。有的明星谈好价钱就出来，他不跟你谈钱，不跟你谈名。众说纷纭之际，记者就此尝试联系刀郎团队，但截至发稿未有收获。因此刀郎本意究竟如何，我们暂不得而知；将刀郎潜心多年创作的作品解读为“君子报仇十年不晚”，是与作者心有灵犀，还是拉低了作者的格局，偏离了文艺评论的正轨，我们亦不加评判。

曾经，著名小品《不差钱》以一段对话恶搞刀郎的艺名：“我唱个刀郎的吧”“你唱个屎壳郎的吧”。在2012年的一档节目中，主持人就此问刀郎，被开这样的玩笑会不会不开心。彼时的刀郎豁然一笑，回应了五个字：“没事，儿这个。”

据中新网

加拿大华媒：中国人可以有自己的“东方迪士尼”

“迪士尼”“环球影城”等国际主题乐园，一向是中国人暑期出游的热门选择。加拿大《七天》周报近日刊发评论文章称，今年这个暑假，性价比高又契合中国人文化基因的本土主题乐园人气高涨，正走向“火起来”的阶段。

文章认为，中国主题乐园迎来大爆发，与疫情结束后旅游需求释放和中国人消费需求转变有关。从欧美主题乐园发展史来看，当人均GDP超过5000美元时，人们便会从观光游向度假游、休闲游转变。目前，中国人均GDP已超过1.2万美元，人们对主题乐园消费需求自然一路“狂飙”。经验也表明，主题乐园不仅是拉动经济的一把“好手”，也是推介本国文化的绝佳平台。

文章表示，迪士尼乐园在全球圈粉无数，靠的是米老鼠、唐老鸭、狮子王等IP形象，而备受欢迎的中国主题乐园，吸引人们前来“打卡”的招牌主要是历史人物、神话人物等本土IP。连一些中国热门公园或景区里，人们也非常青睐那些传统文化元素。再结合围炉煮茶、“汉服热”以及国风动画电影在中国火爆等现象，不难看出“中式审美”的流行程度。这表明中华文化这个根植于中国人DNA的大IP，正通过当代多元创新不断释放活力，走进年轻一代人的心里。

文章称，好莱坞拍摄的《功夫熊猫》系列电影，在全球赢得了票房与口碑双丰收；中国经典IP《西游记》更是成了全球“团宠”，被美国等多国拍摄为《功夫之王》《西游ABC》等影视剧……这些都佐证着中国传统文化IP在国际上很叫座。

文章最后表示，这个暑假，主打传统文化风的主题乐园火了，也给中国主题乐园未来如何发力指明了方向。只要在激发传统文化IP的路上多用心，中国也可以有自己的“东方迪士尼”。

据中新网

歌词取材《聊斋志异》被指“炮轰”他人？

“罗刹国向东两万六千里，过七冲越焦海三寸的黄泥地；只为那有一条一丘河，河水流过苟苟营……”不难发现，《罗刹海市》的歌词取材自蒲松龄小说《聊斋志异》中的一篇同名故事《罗刹海市》。

这篇故事的情节很简单：

话说中国两万六千里之外有个罗刹国。某日，一位叫马骥的中原人去罗刹国经商。他发现罗刹国人长得都奇形怪状，且以丑为美，以丑选官。在这个美丑颠倒的地方，人人对长相俊美的马骥避之不及。后来马骥把脸涂得漆黑，大家反而交口称赞，该国国王还因其“貌美”封他为官……

“花面逢迎，世情如鬼”，古往今来的文人基本都认为，《聊斋志异》是蒲松龄假借“怪诞史”书写“胸中垒块”的孤愤之作，是典型的讽刺文学。而《罗刹海市》这首