

“你最近‘下饭’的是什么？”

今年27岁的孙葳，目前单身，在一家企业从事行政工作，常常跟朋友交流“下饭”的话题。这些年轻人口中的“下饭”当然不是美食，而是吃饭时看的视频或听的有声书。这类视频、音频，最近有了名字——电子榨菜。

电子榨菜，一如其名，在人们眼中“味道尚可”，是“佐餐良伴”但又“口味单一”“不够营养”。一些人担心，电子榨菜的流行不可能带来真正的“文化大餐”，反而让年轻人沉迷网络、减少人际交流；但在一些年轻人看来，能成为电子榨菜必然有其独到之处，而且“一顿饭的时间还能获取一定的信息，何乐不为？”



打开电脑拿起碗筷 都市人的“电子榨菜”突然风行

》》 啥是下饭的电子榨菜？ 《《

晚上下班回家，孙葳端着晚餐上桌之后，便将餐桌上的平板电脑打开——这台电脑几乎一直放在这里，随后点击网站，搜索几个UP主，点进最近更新的视频，随着视频开始，她也拿起了碗筷。回想几乎每天重复的场景，她笑起来了：“这算不算一种仪式感？”

孙葳最近的电子榨菜是B站上一名电子产品测试UP主的视频，从独轮车、扫地机器人到无人机，UP主通过亲身体验来介绍这些产品的优劣，“一边吃饭一边看，有合适的产品还会放进购物车，等打折时购买。”工作4年，她一直是电子榨菜的拥趸，之前是看影视剧解说，再早一些是旅游视频，最早则是谈话类综艺节目。

“电子榨菜内容轻松，信息直给。”孙葳说，吃饭时注意力不会特别集中，“可以有一些信息，但又不是特别重要的信息，哪怕错过、遗漏也无所谓的信息。”孙葳举例一些台湾地区谈话类综艺节目，“讲的都是家长里短柴米油盐，无非就是吃饭时需要个背景音。”

既然是“背景音”，为何不干脆选择音乐？“电子榨菜口味可以根据个人来调整，但情感一定不能太强烈。”在政府部门工作的胡先生一次晚饭时点开一个音乐类视频，“结果里面有一首《鲁冰花》，当时工作压力比较大，又想到家人了，吃饭时破防了，这还怎么吃？”孙葳也有类似经历：“有一次点了UP主盘点2000-2009年百大金曲，结果全程跟唱，还因为周杰伦上榜太少跟弹幕里的网友吵。视频播完，饭菜没怎么动。”

除了内容，时长也是关键。一部电影时间在90分钟左右，而独自吃饭不过15-30分钟。胡先生说，“饭都吃完了，下饭的电影还要不要继续看？”

各类短视频同样不适合“下饭”。“短视频跳转太频繁了。”孙葳尝试过一次在公司午饭时刷短视频平台“下饭”，“不到一分钟就要选下一个视频；连续播放的话，大数据推来的都是重复段子。全程手机不能离手，内容上也一点收获都没有。”

胡先生有一段时间的电子榨菜是一系列讲述现代人野外求生的系列视频，每个视频20分钟左右，“看他们挖土烧砖搭房子，捕鱼采花做馅饼，好像自己吃饭都特别香。”不过后来胡先生发现很多情节经不起推敲，直到完整地看过全片才发现为了分解成时长适中的不同主题，不少细节被剪辑掉了。

从事创意设计工作的袁李璋很喜欢一个专门解说各类低评分影视剧的UP主，“选材刁钻，风格突出，这些视频陪伴我欢乐的晚餐时光。”不过他也坦言，受限于时长和目标群体需求，大多数电子榨菜内容以二次创作为主，内容方面只能浅尝辄止。“现在许多影视类公众号的文字动辄6000字起，这个体量

》》 电子榨菜难出精品？ 《《

配上画面放到视频中要40分钟以上，有的优质影视赏析视频长达3小时以上，这显然超越了‘下饭’需求。”

榨菜虽然可口，但终究算不上珍馐佳肴。

不过在一些创作者看来，是否“精品”应关注作品本身：“比如一首诗跟《红楼梦》不能简单比较，十几分钟的视频跟一部电影也不能这样比。”“视频可以分为 OGV（Occupationally Generated Video 专业生产内容）和 PUGV（Professional User Generated Video 专业用户创作视频），前者是影视剧、综艺节目等，一般是长视频，后者是我们这样的创作者输出的内容，一般是中视频。”在B站上从事二次元和游戏内容解析的佟

先生认为，电子榨菜一大功能就是“科普”，将一些专业问题向大多数人解释清楚。B站的CEO陈睿表示，B站有91%的视频播放量来源于PUGV，其中泛知识内容视频播放量占比达45%。在佟先生看来，“这难道不算优质内容？”

记者走访还发现，不少市民列举的电子榨菜中不乏精品影视剧：豆瓣评分9.3分的《甄嬛传》、9.6分的《武林外传》，9.7-9.8分的美剧《老友记》，出现在许多人的电子榨菜名录之中。胡先生说，“虽然每一个情节、每一个桥段我都能背了，可一旦放出来还是像老朋友跟我们对话一样亲切。”在袁李璋看来，这样的作品不仅本身很有魅力，细节也能反复推敲，“但这样能让人反复咀嚼的精品太少了。”



刚刚“回归”B站的“巫师财经”，过去视频时长一般在15-30分钟。

》》 电子榨菜为何风行？ 《《

今年34岁的袁李璋5年前搬家装修时，将电视从客厅搬到了餐厅。远道而来的父母无法理解，但这是他的需求：“我只有一个人吃饭时才会开电视。”

独居年轻人增多是电子榨菜流行的重要原因之一。根据国家统计局《中国统计年鉴》发布的抽样调查数据显示，从2015年起，我国一人户占比逐年增加，已经从2015年的13.15%增加至2019年的18.45%。民政部数据显示，2018年我国的单身成年人人口高达2.4亿人，其中有超过7700万成年人是独居状态，预计2021年这一数字接近1亿。

孙葳记得网上流传过一张“孤单等级表”，“一个人吃火锅”名列第五。对此她颇有感触，吃

饭时“一定会弄出点响动”。具有陪伴效应的中等长度视频正逐渐受到业界关注，2020年，西瓜视频开始推出“中视频”，以1至30分钟的横屏视频为主打。2021年6月，西瓜视频联合抖音、今日头条共同发起“中视频伙伴计划”，内容分发一键同步三个客户端，创作者可以收获三个平台的流量分成。

然而两年过去，“中视频”仍未发展出诸如抖音或“爱优腾”那样的代表性平台。今年8月，曾传闻西瓜视频花千万签约而引发与B站违约风波的内容创作者“巫师财经”，宣布“恢复全网发视频”，还表示“或许大家已经忘记我是谁”。

孙葳记得“巫师财经”。这

位投行出身的创作者，过去的视频大多在15-30分钟左右，选题深入浅出，“比如通过偶像明星的发展来讲解财经知识，让我这样的‘金融小白’从一个全新的角度来看待文化现象，能更深刻地理解如今饭圈的怪象。”

在袁李璋看来，这是电子榨菜在年轻人中流行的另一原因，“除了‘下饭’，还必须有一定信息量。我们工作这么忙，电子榨菜是碎片化获取知识和信息的一种渠道。”佟先生也坦言，或许以电子榨菜为代表的中视频未必能像长视频那样成为当代人的“刚需”，也未必能像抖音那样拥有广阔的下沉市场：“但这契合了当今社会的部分需求。”

（上观新闻）

