

# 音乐榜单靠什么撑起公信力

随着国内音乐产业规模不断扩大,自2015年以来,国内音乐产业已经实现连续三年的整体增长,“新歌不断”已经成为了大势所趋,但事实上,一直存在于各类音乐榜单中的“买榜”现象却未停歇,与“买榜”相关的质疑也层出不穷,国内音乐榜单公信力不足显然已经成为了被诟病的焦点。但作为听众获取歌曲热度的重要途径,音乐榜单若长此以往发展将会造成音乐生态的恶性循环,由此衍生出的打歌综艺、颁奖典礼等权威度也将不复存在,显然,音乐榜单已经到达撑起公信力的重要时刻。



## 百余榜单眼花缭乱

1月7日,音乐排行榜品牌Billboard联合尼尔森网联推出了中国公告牌音乐单曲榜。作为全球内享有权威名号的榜单,Billboard此次宣布中国公告牌音乐单曲榜将覆盖音乐电台调频,主流音视频流媒体平台、短视频传播平台以及线下音乐演出场所、音乐节等维度。通过音乐录音作品、演出作品、音视频播放频次、付费数量、演出触达流量等数据进行汇总。

据北京商报记者统计,目前国内各类音乐榜单已超百个,更新的频次分为30分更新、日更新、周更新以及月榜等,触达维度包括新歌榜单、热歌榜单、人气榜单、原创榜单等。与此同时,大部分榜单也会以地域、音乐类型进行划分,包括说唱榜单、电音榜单和内地榜单、港台榜单、欧美榜单等。

有数据显示,在传统唱片行业的鼎盛时期,以榜单为源头的音乐颁奖典礼曾多达2000余个,其中为人熟知的中国歌曲排行榜、音乐风云榜、东方音乐榜、Music Radio中国TOP排行榜、全球华语歌曲排行榜、中国原创音乐流行榜等榜单曾风靡一时。

资深乐迷顾女士向北京商报记者说道:“记得上初中的时候,还是2G时代,也没有像现在这么发达的

智能手机可以使用,所以用手机听歌还是比较少见的,那时大家人手一个MP3,因为不能即时搜索,我每周都会更新一次MP3里的歌曲,根据的就是音乐榜单,尤其音乐风云榜是必看的节目,还有音悦台的榜单更新也非常迅速。”

“后来上了大学,虽然也非常喜欢追新歌,听一些全新风格的音乐,但却很少从国内音乐榜获取信息了。”谈及原因顾女士表示:“更多是觉得一些榜单味道变了,霸屏的基本都是那几个明星,可能前3-5名还有一些公信力,但再往后看榜单会突然出现一些听都没有听过的歌手和歌曲,过一阵后就消失了,可能就是现在大家常说的‘买榜’吧。”

## 超八成为民营资本主导

据《2018中国音乐产业发展报告》显示,2017年国内音乐产业总规模达3470.94亿元,数字音乐产业规模达580.6亿元,同比增长9.6%。与此同时,2017年数字音乐用户规模已经达到了5.23亿人,用户渗透率为66.4%,仅次于网络视频。其中,PC端与移动端的总产值达到180亿元,同比增长25.6%。

随着音乐产业的不断扩大,榜单的数量也不断攀升,北京商报记者梳理目前市面上音乐榜单背后运营

方发现,超八成为民营资本主导,现阶段华语音乐市场的音乐榜单运营商主要分为三类。其一是传媒公司及电台,例如由光线传媒运营的《音乐风云榜》、由北京天娇晟铭文化传媒等公司运营的《全球华语流行音乐金曲榜》以及由全亚洲七家华语电台共同举办的《全球华语歌曲排行榜》等。

其二是各类有音乐属性的社交平台,例如抖音短视频App,因为用户在使用过程中音乐属性占比极强,所以也推出了自己的抖音音乐榜,在大势所趋之下,很多其他实时榜单分类中也将抖音榜单作为维度公布。另外,微博目前也有属于自己的亚洲新歌榜,分为实时榜、日榜、周榜和月榜。除此之外,各音乐平台均会推出属于自己的榜单,如QQ音乐、网易云音乐、虾米音乐、酷狗音乐等。

但随音乐行业的不断更迭,曾经红极一时的榜单也渐渐消失在发展的洪流中。例如作为曾经内地唯一的华语音乐节目《音乐风云榜》于2015年已经停播。

## 评审标准需打破唯数据论

一直以来,在音乐行业中“新歌上线”可谓是最稀松平常的事情,但上线后引起的关注度却与艺人接下来的宣传方向有着重要联系。业内人士指出,通过各个平台的新歌排行榜、热歌排行榜、原创排行榜等榜单进行营销已经成为了业内不言而喻的方式,随着歌曲在榜单之上节节攀升,艺人的商业合作价格也水涨船高,最终带来的是裂变式的商业收入。

音·文化传媒有限公司创始人王宇申表示,音乐产业规模在近年来数字音乐发展的推动之下不断前进,与此同时音乐榜单的数量也不断攀升,但究其根本,音乐榜单的属性比较特殊,不像App活跃用户量或服务类软件口碑排行等使用下载量和转发量就能说明问题。

“一个音乐榜单要是想有公信力,最根本的就是要从数据做起,但更重要的是,数据中的加权比重需要根据目前听众的听歌习惯进行更改。”王宇申举例,美国公告牌排行榜与英国官方排行榜在2018年上半年先后宣布将修改榜单评定规则,而方向都是以提高付费流媒体权重、降低免费流媒体权重,同时将视频流媒体加入计算为主。

在王宇申看来,一个音乐榜单,如果铺陈之上的名字全部都是流量艺人,那么将会从根本上影响榜单的权威性。现阶段,音乐排行榜应该回归到音乐本身,而不是转变成为艺人营销和粉丝追星等行为间博弈的“第二战场”。并且,目前市面上大量榜单在标榜自己时,对外宣称所衡量的维度非常之多,但能真正做到公平公正的甚至不足10%,更有甚者在宣传榜单时将重点放在了背后运营方之上,丝毫不提数据来源,这些都是影响音乐榜单公信力的表现。

除此之外,一个具有影响力的榜单除数据的权威度之外,更要进行精细化运营和做好打持久战的准备。例如此前榜单更多是针对“华语”“流行音乐”等关键词,但随着现阶段小众音乐的不断崛起以及海外音乐的进入,一个成熟的榜单应该从多方面因素进行思考。

北京商报记者 卢扬 穆慕/文 贾丛丛/漫画