



网易云音乐



云村研究所
CLOUD VILLAGE INSTITUTES

华语乐坛趋势报告 (2022)

平民化时代的华语乐坛变局：从少数人甄选走向无数人创造

网易云音乐 | 云村研究所 2022年2月

• 华语乐坛会好吗？

每一年，音乐从业者可能都会被问到这个问题，特别是在过去十年

一般认为，华语乐坛主要指中国大陆、中国香港、中国澳门、中国台湾地区，新加坡、马来西亚等有华人音乐歌手的圈子，至今已有百年历史。二十年来，随着互联网的崛起，华语乐坛持续从精英化时代走向平民化时代。近十年来，移动互联网、音乐流媒体、音乐综艺、短视频.....都在加速这一转变的到来。2020年代，可以说，华语乐坛已经正式进入平民化时代。

从少数人甄选走向无数人创造，今天，华语乐坛呈现出与以往截然不同的时代特质：有原创音乐百花齐放，与主流商业音乐并驾齐驱；有浪潮之中泥沙俱下，神曲与金曲齐飞；有创作群体结构变革，幕后工作者被更多人“听见”；有音乐消费场景大幅拓展，“露营+音乐”成为新风尚；更有不断丰富中国韵味，中国风音乐传遍每个街头巷尾。

作为广受年轻用户青睐的音乐社区，网易云音乐始终致力推动音乐行业创新。本报告力图基于网易云音乐平台数据，并依托定量数据处理、乐评文本分析、用户调研、资深从业者访谈、桌面研究等方法，研究华语乐坛新现象、新趋势，给予音乐从业者参考与启发，以期更好地共同助推华语音乐繁荣发展。

每个时代，我们都会惋惜诸神的黄昏。每个时代，我们也都在谱写英雄的黎明。文化艺术市场的平民化，从来都是不可阻挡的大潮。而如何引领华语音乐市场潮流、品质的风向标，则是时代赋予每位有担当的从业者之全新命题。



目录

01 华语乐坛进入平民化时代：从少数人甄选走向无数人创造

02 音乐创作者

- 叫好也叫座，**新生代音乐人**商业价值提升
- 流量艺人“褪色”，**老牌歌手**重焕生机
- 聚光灯打向音乐深处，**幕后创作者**受关注

03 音乐风格

- **红歌**广受年轻人喜欢，主旋律歌曲播放量翻番
- **说唱、电音**名列前排，中国音乐加速出海
- 传统戏曲魅力不减，**秦腔、川剧**增速最快

04 听歌行为

- 80后听起**宝宝巴士**，00后迷上**环境音**
- 听歌场景不断拓展，“**露营+音乐**”成新风尚
- **乐评许愿**，Z世代的听歌玄学

趋势一

华语乐坛进入平民化时代：
从少数人甄选走向无数人创造

- 2021年，在流行音乐持续高热的同时，节奏布鲁斯、世界音乐、雷鬼、爵士等“小众音乐”在云村的播放量均有不同程度的增长。
- 截至2022年初，网易云音乐平台上，品质热歌《这世界那么多人》有1540万人收藏，国风音乐《牵丝戏》深受垂类人群喜爱，优质作品的正版翻唱《初恋》收获数万评论。



口碑歌曲
《这世界那么多人》- 莫文蔚
被1540万云村用户收藏

改编歌曲
《初恋》- 回春丹
在云村收获数万评论

华语乐坛进入平民化时代，从少数人甄选走向无数人创造

- 华语乐坛的音乐创作模式、音乐作品内容、音乐消费习惯全面平民化。在每个层面中，平民化都有不同的表征。**音乐创作模式层面**，从单纯的少量唱片公司专家团队制作宣发，发展到**大量原创音乐人自主创作**，独立在互联网上低门槛推广。
- **音乐作品内容层面**，一方面，内容类型广泛拓展，从流行情歌、影视BGM为主，走向分众音乐类型百花齐放。另一方面，随着创作者和消费者群体都更加大众，流行音乐内容也呈现出“下沉”趋势，但“下沉”并不等于“口水”。华语乐坛有了更多三四线的烟火，和县城小镇的生活。**许多音乐人不在城市的“一线”，但始终在生活的“一线”**。蛙池《孔雀》对厂妹生活的真实刻画，刘森《县城》的“没有县城万万不能”……反映出的是这个时代音乐人在关注着更为广阔的真实生活。而**本土化音乐的生命，也就在这广阔的生活孕育**。
- **音乐消费习惯层面**，随着用户分众化的日趋明显，听歌品味不再有统一的标准。**大众化现象级作品与分众化宝藏歌曲共同生长**，“口水歌曲”流行的同时，“红心歌手”也正在被越来越多的用户私藏。



蛙池歌曲《孔雀》：关注厂妹真实生活



刘森歌曲《县城》封面：“没有县城万万不能”

2022 华语乐坛趋势之 音乐创作者

- **趋势二：**叫好也叫座，新生代音乐人商业价值提升
- 趋势三：**流量艺人“褪色”，老牌歌手 重焕生机
- 趋势四：**聚光灯打向音乐深处，幕后创作者受关注



趋势二：叫好也叫座，新生代音乐人商业价值提升（1/2）

- **音乐人数量持续高速增长：**
截至2021年上半年，网易音乐人总数超**30万**，持续领先行业。
- **原创音乐人影响力持续扩大：**
曾经乐评999+，粉丝10W+的梦想，成为越来越多音乐人的现实。
- 姜云升、沈以诚、徐秉龙、房东的猫等音乐人，均积累**数百万粉丝**。



姜云升



沈以诚



徐秉龙



房东的猫

歌迷：啊啊啊！希望我爱的宝藏红心歌手永远不要火！

歌手：额额额，你可别……

趋势二：叫好也叫座，新生代音乐人商业价值提升（2/2）

- 音乐人群体商业价值提升：
版权收入、平台分成、线下演出、线上直播、定制歌曲、广告合作.....
- 音乐人收入模式日趋多元，其商业价值提升成全新现象。2021年，网易云音乐云梯计划给予音乐人激励金超**1亿元**。

随着音乐平台的深度助推、音乐综艺的持续发力、线下演出的逐步恢复.....会有更多新生代音乐人涌现并走向大众，这一群体的商业价值将进一步被更多人认可。

姜云升

说唱音乐人



2021年，姜云升在云村一年涨粉超**200万**

代表作：《浪漫主义》

房东的猫

女子民谣组合



近3年，房东的猫作品在云村每年平均播放量超**10亿次**

代表作：《所念皆星河》

趋势三：流量艺人褪色，老牌歌手重焕生机

你翻你的车，我出我的歌。2021年是年轻“顶流”翻车、“偶像”塌房的一年；也是大量老牌实力歌手作品频出、持续焕发生机的一年。

这一年，53岁的**窦唯**在云村共发布**94首音乐作品**。这一年，张学友、孙燕姿、陈奕迅、莫文蔚、蔡健雅等均有新歌面世。他们不是“冷门歌手”，他们一直精神富有。

这一年，老牌港星陈小春、张智霖等借《**披荆斩棘的哥哥**》翻红，大湾区组合单曲《你要如何我们就如何》《当年情》出圈。这一年，Beyond乐队1993年发行的经典作品《海阔天空》，在中秋节当天达到年度峰值。二十九年，恰如昨日，“仍然自由自我，永远高唱我歌”

“你会讲粤语吗？不会。”

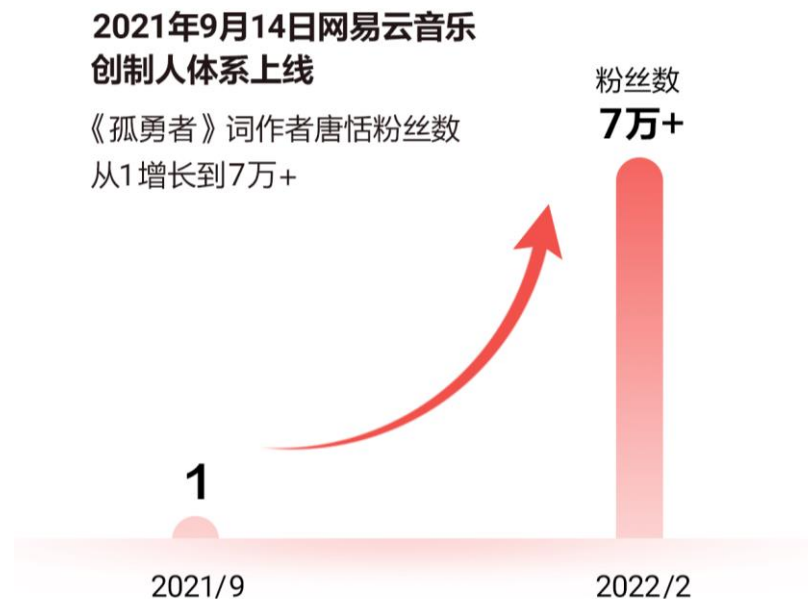
“那你会唱《海阔天空》吗？会！”

德艺双馨始终是华语乐坛倡导的风尚。流量光环暗淡、流量艺人“褪色”，老牌音乐人重焕生机、音乐生命周期延长，将是华语乐坛未来长期的重要趋势。



趋势四：聚光灯打向音乐深处，幕后创作者受关注

- “一入幕后深似海，无名无利无人睬”，是长期以来音乐幕后工作者面临的痛点。不过，近年来，随着华语乐坛生态的改善、B端服务的深化，幕后音乐创作者受到更多关注和扶持。2021年，网易云音乐平台幕后创作者数量较2020年 **翻番**。
- 目前，从词曲作者、编曲、制作人的**开放入驻、关注链路打通**；到词曲创作营等**技能培训机会**；再到Beat交易、乐谱等**平台功能提供**；平台对幕后创作者的扶持正在持续加码。云村创制人体系上线后，《孤勇者》词作者唐恬粉丝从**个位数**飙涨至**7万+**
- 今天，我们不轻言幕后创作者的春天已完全到来；但伴随2022年的暖风，我们已经看见曾经厚厚的冰雪，正在一点点消融。





2022 华语乐坛趋势之

音乐风格

- **趋势五：**红歌广受年轻人喜欢，主旋律歌曲播放量翻番
- 趋势六：**说唱、电音名列前排，中国音乐加速出海
- 趋势七：**传统戏曲魅力不减，秦腔、川剧增速最快

趋势五：红歌广受年轻人喜欢，歌曲播放量同比翻番

2021年，电视剧《觉醒年代》口碑爆棚，电影《长津湖》票房登顶。在音乐市场，红歌广受年轻人喜欢的趋势同样越来越显著。

2021年5月和10月，网易云音乐平台红色歌曲相关歌单总播放量达20年同期**2倍+**。云村用户写下乐评“我们的觉醒，才是《觉醒年代》的续集。”

网易云音乐【红色歌曲】相关歌单播放量趋势



- 大量经典音乐作品获高频播放，《保卫黄河》、《强军战歌》与《我和我的祖国》是其中最热门的三首作品。2021年10月1日，**超50万**人在云村聆听《我和我的祖国》。

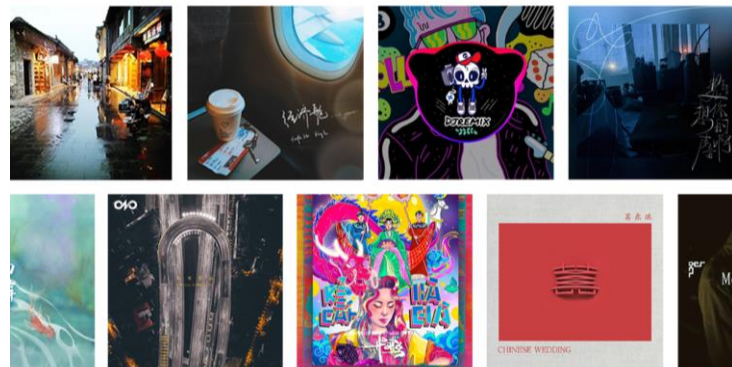
- 年轻音乐人创作的优秀正能量歌曲，同样受到越来越多的欢迎。《五四特别版错位时空》乐评过万，《红色》乐评**超6万**。

趋势六：说唱、电音名列前排，中国音乐加速出海

- 音乐风格的百花齐放日趋显著。其中，2021年，流行、说唱、电音、民谣、摇滚稳居网易云音乐曲风播放量**前五**。说唱成为热度最高的分众音乐类型。2019-2021年，说唱音乐中，融合说唱占比提高；电音曲风中，浩室舞曲排名上升。
- 中国风音乐的出海正在加速。长久以来，欧美日韩作品在全球音乐市场占据主导地位，同样影响着华语音乐市场发展。而随着中国原创音乐的崛起，华语音乐不仅在国内影响力持续增长；音乐出海趋势也正在加速到来，音乐的**文化传播作用**将会愈发彰显。

2020年初 – 2021年上半年，多首中国音乐作品在海外平台广受欢迎，其中《烟袋斜街》、《囍》等

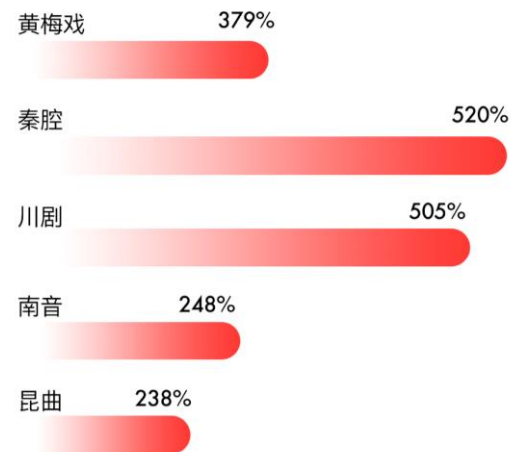
 **播放量破10亿次**



趋势七：传统戏曲魅力不减，秦腔、川剧增速最快

- 2020年，网易云音乐上线“**中国特色音乐专区**”，推动了黄梅戏、秦腔、川剧、南音、昆曲、京剧、越剧等众多传统戏曲的发展。
- 2019-2021年，网易云音乐平台上，传统戏曲的播放量复合增长率达到226% 表现出 显著上升趋势；其中，**秦腔** 和 **川剧** 增长最快，年复合增长率均超**500%**
- 热门秦腔：《斩单童》《香山寺还愿》《铡美案》
热门川剧：《变脸》《贵妃醉酒》《赏夏》

2019-2021年
秦腔川剧播放量复合增长率均超500%



2022 华语乐坛趋势之

听歌行为

- **趋势八：** 80后听起 宝宝巴士，00后迷上环境音
- 趋势九：** 听歌场景不断拓展，“露营+音乐”成新风尚
- 趋势十：** 乐评许愿，Z世代的听歌玄学



趋势八：80后听起宝宝巴士，00后迷上环境音



90后 & 00后 在云村活跃用户中占比超9成

播放量Top3曲风是**流行、说唱、电音**



00后对环境音的偏好超出平均水平 (TGI=131)

“遇到难题戴耳机，没人能打扰我学习”

(TGI等于100表示平均水平，高于100代表该类用户对某问题的关注程度高于整体水平)



80后偏爱儿童音乐 (TGI=199)

宝宝巴士成为众多云村80后听歌报告的“年度歌手”；

80后不仅自己听歌，而且也放儿童歌曲给孩子听。



趋势九：听歌场景不断拓展，“露营+音乐”成新风尚

- 观研天下数据显示，2021年，我国露营营地市场规模年增速78%；公开信息披露，飞猪上国庆期间露营的预订量暴涨；**小红书上露营相关笔记发布量、搜索量直线上升**……

→ “我吹过你吹过的晚风，总在音乐和星空中相拥”

“露营+听歌”成为不少年轻人的新生活方式

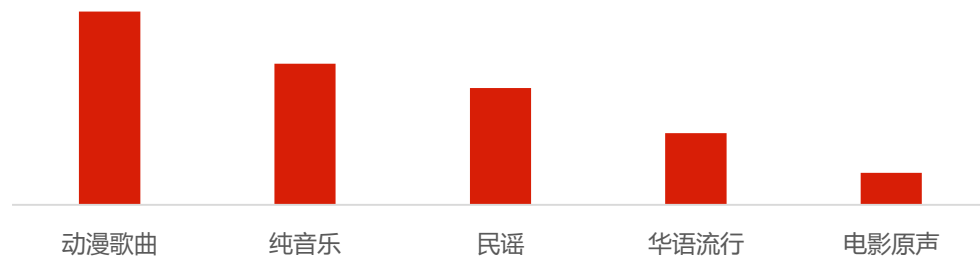
- 21年10月，网易云音乐上**露营歌单**播放量较去年同期增长**536%**。当前，音乐与各类生活场景的结合日益加强。通勤、助眠、运动、居家、疗愈等都是高频听歌场景。

→ 露营，或成下一个有较大上升空间的全新音乐场景

- 网易云音乐露营歌单中，**动漫歌曲**最受欢迎、其次是纯音乐和民谣；
- 露营歌单关键词：阳光、草地、野餐、星空、下午茶、旅行vlog……



2021年10月 网易云音乐 不同类型【露营】歌曲播放次数



趋势十：乐评许愿，Z世代的听歌“玄学”

- 一次偶然的契机，我们发现，网易云音乐上的单曲《好运来》下方评论超过76万条，由点及面，我们对云村村民2021年发布的**Top10,000** 高赞乐评进行了中文分词 & 内容分析：
- 热度前一万的乐评中，“希望/一定要/祝愿/想要/拜托/求求”等**许愿**相关词频共出现**2145次**（按不去重累加方式统计），其中，词频“希望”被提及399次。→ 我们发现，从“听歌看评论”到“乐评许愿”，Z世代正在创造全新的音乐消费习惯。
- 云村村民的许愿，既包含“希望高考顺利/早日上岸”“希望一直在一起”“希望妈妈打败病魔”等**对自己/亲友的真诚祝愿**，也包含“希望听到这首歌的每个人都能被温柔环绕”“希望所有人的愿望都实现”等**对陌生人的善意祝福**。
→ 我们认为，听歌许愿，本质上是对美好生活的期许与祝福。

云村乐评“视力表”

0.1	希望
0.2	喜欢 青春
0.3	世界 温柔
0.4	高考 怀念 坚持
0.5	浪漫 毕业 未来
0.6	妈妈 夏天 初恋 距离
0.7	故事 演唱会 电影 对不起
0.8	游戏 数学课 风景 惊喜 好久不见
0.9	努力 如果 勇敢 金榜题名 力量
1.0	阳光 期待 记忆 温暖 年轻 幸福 心动



网易云音乐



云村研究所
CLOUD VILLAGE INSTITUTES

本报告由【网易云音乐-云村研究所】发布

本报告参与者：

- 策划-胡彬/张唯/王梓辉
- 分析-张文环/周涵/温馨/黄天慧



关于云村研究所：

致力挖掘音乐产业动态、洞察乐坛发展趋势、讲述音乐热爱故事。不止音乐，还有和音乐相关的一切。

The background is a solid red color with a complex pattern of thin, dark red lines. These lines form various geometric shapes, including triangles, rectangles, and polygons, some of which are tilted or rotated, creating a sense of depth and architectural structure. The lines vary in thickness and orientation, contributing to an abstract, modern aesthetic.

THANK YOU