

热点聚焦

多家年度音乐榜单为何不见全民传唱的“流行金曲”

■本报记者 卫中

日前，各大音乐平台的榜单陆续发布，其中比较有代表性的豆瓣2020年度音乐榜单上，万能青年旅店的《冀西南林路行》排在高分榜第一，谭维维的《3811》排在高分榜第二。然而，这两支专辑分别发行于12月下旬和中旬，在还没有足够时间打开专辑知名度的情况下就已经居于榜单高位。而“没听过”的“好歌”上榜现象，几乎遍布年终各大音乐榜单。

有学者认为，各大音乐榜单的“陌生化”，折射出中国音乐市场的高速增长和产业体系的日益成熟。据国际唱片业协会IFPI发布的《全球音乐报告：2019年数据与分析》显示，2019年中国音乐市场达到5.909亿美元，排在全

球第七位；音乐作品不断涌现，仅仅2019年上线的新歌就达670万首。那么，为何以前那种让人念念不忘、全民皆知的流行金曲出现得越来越少？一方面，是音乐审美的多元化导致了难以出现符合大部分人口味的“流行金曲”；另一方面，流量艺人的作品频频上榜，其圈层化的市场定位和艺术品质尚不足以在粉丝之外的群体形成传播。

歌迷口味分化，音乐审美更多元、小众

《冀西南林路行》是摇滚乐团万能青年旅店的第二张专辑，这距离他们发行第一张专辑的时间已经过去了

10年之久。新专辑在上线前两天不到的时间公布了一张海报，几乎是“零宣传”的情况下，《冀西南林路行》发售仅一周，销量就已经突破41万张，同时也以9.1分的高分位居豆瓣年度音乐榜首位。

榜单上还有内地女歌手谭维维、欧美流行音乐歌手、内地流量明星的个人专辑等。尽管榜单覆盖面很广，但是每支专辑的听众人群阵营鲜明，能覆盖大多人群的“流行金曲”不复出现。

专业人士指出，榜单“分众化”现象与音乐发行渠道的变化密切相关。近年来随着流媒体音乐市场的兴起，对歌曲的选择权和评价权“去中心化”，“垂直下降”到了不同圈层的听众中，不同年龄层次和文化背景的听众人群构成了更加多元的音乐评价体系。据《全球音

乐报告：2019年数据与分析》显示，流媒体音乐收入如今已占全球音乐市场收入50%以上，而中国的流媒体音乐收入更是占中国音乐唱片总收入的90%以上，占比为全球最高。流媒体平台让乐迷可以根据各自的喜好“定制”或“专注”于自己的音乐偏好，市场垂直细分程度加剧后，各类歌曲的风格类型越来越多元、分散，这也意味着满足大部分人共同口味的歌曲更难出现。

新年伊始，音乐爱好者们纷纷在网上晒出自己QQ音乐或网易云音乐等平台的“2020年度听歌报告”，一人一单的个性化榜单上，每个人都有自己不同的年度歌手、年度音乐；而类似豆瓣2020年度音乐这样大而全的榜单，其实已经很难准确反映很多人的听歌倾向。值得关注的是，据《2020年Q2

华语数字音乐行业季度报告》显示，1995-2000年出生的用户人群更喜欢听各类偶像团体以及流量艺人的歌曲，他们更倾向于在流媒体音乐平台上消费以及评分，从而具备了相当程度的音乐审美“话语权”。

流量何时能与艺术价值画上等号？

近日，某商业公司举办的“亚洲音乐盛典”把“最具突破奖”颁发给一位颇具流量的相声演员，之后另一家公司举办的“亚洲流行音乐大奖”也为一支偶像团体颁发了大奖，这让很多乐迷对这类奖项的权威性提出质疑。

很长一段时间以来，打开各大流媒体

音乐平台的排行榜，总能看到各路流量艺人或者非专业歌手的作品高居其上，而这些歌曲的品质大部分又难以令人称道。另一方面，不少有着好作品的歌手却人气不高，在综艺《乘风破浪的姐姐》中，歌手黄龄被问到外界认为她“歌红人不红”有什么看法，黄龄只能无奈地表示：“总比人红歌不红好。”

对于专业音乐榜单而言，流量艺人作品“雄踞榜单，无人知晓”的反差现象，并非个案。音乐人邓加宇就曾表示，目前中国其实“优秀歌手、音乐人比任何时候都多”，只是有许多进入音乐领域的粉丝“喜欢的是某一个人，而不是某一首歌”。“歌红”敌不过“人红”，艺术价值与商业价值的错位，也难免各类音乐榜单给乐迷以“失真”的错觉。

文化视点

■本报记者 李婷

三年间，对外开放的历史建筑从近百处增至1039处，2458处老建筑设置了二维码，方便市民游客更快地了解其前世今生……这是上海自2018年启动“建筑可阅读”工作以来交出的成绩单。

如果说，扫码阅读是1.0版，开放建筑是2.0版，那么3.0版的“建筑可阅读”应该是什么样的？当我们在阅读建筑时，究竟读什么？怎么读？沪上建筑保护、历史人文、旅游等多个领域的专家学者在思考、在行动。

不仅是阅读一栋一栋的建筑，更是阅读我们的城市

“‘建筑可阅读’，不仅是阅读一栋一栋的建筑，更是阅读我们的城市、我们城市的文化以及城市当中的人。”中国科学院院士、同济大学教授郑时龄如是说。

近年来，上海持续加大老建筑的开放力度，改变“牌子好挂门难进”的状况；为许多老建筑挂铭牌、二维码，并在二维码内容中增设英文介绍、VR体验等服务功能，市民游客只要拿出手机扫一扫，建筑的年代、风格等都能一目了然。

而除了这些基本信息，“阅读”的内容如何更丰富、深入，才是学者们聚焦的重要话题。

在作家陈丹燕看来，当我们在了解一栋建筑时，流派、柱式等细节固然重要，因为它可以让人们直观感知这座城市建筑式样的丰富性；但更重要的还在于建筑背后的人文故事以及所在地区的历史，只有知道了这些，才能理解上海历史的与众不同。

这一观点得到了实践印证。负责衡复历史文化风貌区日常运营的工作人员透露，近年来，除了前来参观老建筑的观众年龄不断下降外，访客的需求也在发生变化，以前主要是看老房子，现在更感兴趣建筑背后及周边的故事。

“大家希望看到在这些建筑里生活

过的人的痕迹与细节，即使他们不是名人，但也曾是城市历史的一部分。”“建筑可阅读”宣传大使周力如是说。周力的本职工作是一名体育记者，2015年起开设公众号专门介绍上海文化。5年下来他发现，写到老建筑，读者最感兴趣的内容依然是人的故事。只有与人产生勾连，建筑才有了“生命力”。

专家建议，“建筑可阅读”不妨用足二维码承载尽可能丰富的信息，让人们读到“平时读不到的东西”。

须有旅游产品意识，创新方式构筑建筑阅读文化谱系

“老建筑应该和迪士尼、外滩一样成为上海最重要的旅游产品。”复旦大学旅游系副教授翁瑾直言，进一步推进“建筑可阅读”这项工作，要跳出传统思维模式，须有产品意识。“建筑不仅是城市内涵的外化，也是文旅深度融合、高质量发展的抓手。”他认为，眼下上海的历史建筑作为旅游产品的可得性、显示度是不高的。一方面，是因为地理分散、数量众多；另一方面，缺乏整体开发与营销。

“如果我是一个游客，我听说上海有一个‘建筑可阅读’项目，我很感兴趣，但是根本不知道怎么去获得这项服务，我还是要满大街去找。”翁瑾建议，抓住数字文旅机遇，在网上建立一个统一的入口，比如开发“建筑可阅读APP”，以移动互联网产品整合地理空

间的分散旅游吸引物，让人们一站式了解上海有哪些历史建筑，近期有什么相关活动，甚至可以主动把附近老建筑的二维码推送给市民游客，而不是等着人们去发现。

“构筑建筑阅读的文化谱系很重要，让人们看到各种文化是怎么在上海汇流激荡的，否则就是碎片化的。”复旦大学国家文化创新研究中心主任孟建认为，建筑的阅读方式是多种多样的，比如文学的解读，摄影的解读，绘画、音乐的解读，而形式上，可以有音频、

短视频，甚至开发“建筑可阅读”盲盒、手办等文创周边。构建起这一传播矩阵，不仅将展示上海文化的个性，在跨文化传播上亦将有所突破。

记者了解到，今年上海将统筹资源，以十大行动推进“建筑可阅读”服务体系。这其中，包括制定《上海市“建筑可阅读”服务质量标准》，举办“建筑可阅读”文创市集，打造“建筑可阅读”专家、志愿者、讲解员队伍等，使文化资源优势真正转化为推动经济发展的动力。

（上接第一版）比如，市民可以用随申办App取代实体社保卡，在本市各大公立医院看病开药。此外，亮出随申码，市民还能在上海乘坐公交、地铁、轮渡，或是在线调出身份证、驾照等。可以说，随申码正从此前的“防控利器”，向着市民“生活服务码”和数字名片转变。下一步，随申码将更多尝试打破治理数字化与生活数字化之间的“次元壁”，“随申办”也会更好助力城市数字化转型。

用网购思维“武装”随申办

除将治理数字化经验向生活场景延伸，“随申办”实际上一直在尝试从经济数字化领域汲取养分，完善政务服务。过去两年，“随申办”一直在借鉴互联

助力城市数字化转型，上海“一网通办”开辟新场景

网经济的精髓，特别是学习用户思维、体验思维、运营思维。

网购很看重用户的一站式体验，“一网通办”也瞄准这个目标，不断丰富自己的“货架”。目前，随申办App能提供超过1500类政务服务，“供应商”来自50多家市级部门和16个区。

总体而言，这一整套让市民“零次跑腿办成事”的服务体系，收获了高度认可。统计显示，目前“一网通办”在一线办的比例已达56.9%，也就是说，在上海，“网购”已在去年历史性地成为市民、企业申办政务服务的主流渠道。

向互联网企业取经的思路，在随申

不同“鸿沟”立不同规矩

数字化转型需要不断审视发展背后的规范，完善数字规则和制度保障。规则一方面是刚性的，定义了有些鸿沟不可逾越；另一方面，它也是有温度的，提示人们有些鸿沟需要弥合。“一网通办”的升级演进也一直秉持规则意识。

信息安全、隐私保护，是网络用户最关注的问题之一。朱宗尧强调，信息安全

是红线和高压线，“一网通办”不断加强制度、管理、技术三道“防火墙”建设，特别是对于用户相关数据，确立了三条基本原则，即坚持按职能权限调取数据的“最小够用”原则，坚持必须获得法律或个人授权才能使用数据的“授权使用”原则，坚持公民敏感信息必须先脱敏后使用的“脱敏”原则，以此确保“一网通办”信息数据不会发生被盗、泄露等事件。

此外，基于自身的数据优势，“一网通办”也在不断考虑如何消除数字鸿沟，让数字化转型惠及更多人群。据透露，针对一些特殊群体在办事时可能遭遇的痛点堵点，“一网通办”正在研发新的功能模块，包括为老年群体推出“长者办”，汇聚老人最常用的服务，并开展信息技术应用“助老”培训等。

完善党内选举制度 加强党的地方组织建设

（上接第一版）严格落实主体责任，加强对《条例》实施的组织领导。要抓好宣传解读和学习培训，推动各级党组织和广大党员干部认真学习《条例》，增强贯彻落实《条例》的思想自觉、政治自觉、行动自觉。党员领导干部特别是

主要负责同志要带头学习，带头研究，带头执行。中央组织部要会同有关部门加强督促指导，确保《条例》各项规定得到有效贯彻落实。各地区各部门在执行《条例》中的重要情况和建设性意见，要及时报告党中央。

为党的百年大庆记载伟业展示辉煌

（上接第一版）坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，着力坚定全党全国人民团结奋斗的主心骨，唱响中国共产党好的主旋律，把握开创新征程、开创新局面的主基调，聚焦建成文化强国的主目标，打好外交改革创新的主仗，掌握维护意识形态安全的主导权，大力营造共庆百年华诞、

共创历史伟业的浓厚氛围，汇聚全面建设社会主义现代化国家的强大力量。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强政治判断力、政治领悟力、政治执行力，建设担当使命、勇于创造的时代新军。

中共中央政治局委员、国务院副总理孙春兰出席会议。

奋力创造无愧于党的诞生地的党建成果

（上接第一版）会议指出，管党治党责任落实要更严更实。进一步提升深化细化“四责协同”机制主动性自觉性，提高思想站位、推出务实举措、完善责任链条，切实做到横向到边、纵向到底，推动全面从严治党向基层延伸拓展。

会议指出，贯彻落实新时代党的组织路线要体现新的成效，不断把各级党组织建设得更加坚强有力。理论武装要上水平，引导党员干部立根铸魂，提高解决实际问题的能力。干部队伍要提素质，让更多想干事、能干事、干成事的

为创造新奇迹展现新气象提供坚强组织保证

村发展的坚强堡垒。国有企业党组织要坚持服务生产经营，把提高企业效益、增强企业竞争实力、实现国有资产保值增值作为工作出发点和落脚点。“两新”党组织要把服务创新创业作为工作主阵地，把服务人才发展作为工作着力点。要善于整合资源、调动力量，总结推广楼宇党建、园区党建、毗邻党建等区域化党建经验做法，创新服务方式，提高服务实效。

李强指出，基层党组织距离群众最近，要多做凝聚人心的工作，把群众紧紧团结在党的周围。要认真践行以人民为中心的价值取向，立足群众需求，加快人民城市建设，切实抓好民心工程扎实推进。要密切与群众的情感联系，多

到群众中走动，带动一批、影响一片，让党执政的人心基础更加稳固。要大力弘扬社会主义核心价值观，在群众中树立党员的良好形象。

李强指出，要坚持党建跟人走，人在哪里，覆盖就推进到哪里，努力实现党的组织覆盖和工作覆盖不留空白、不留盲区、不留死角，把党的组织体系织得更加严密。聚焦重点、精准发力，紧盯新领域新业态和重点人群、薄弱环节，加大组织有效覆盖力度，释放组织的强大力量，发挥组织的功能作用。

李强强调，要不断做深做实党建引领基层治理。强化基层党组织在基层各类组织、各项工作中的领导地位，完善

基层党组织领导下的居民自治、民主协商、群团带动、社会参与等体制机制。持续推动各类力量和资源下沉，把服务群众的好事交给基层来办，进一步为基层减负增能。建强党建引领基层治理的载体和阵地。各区要结合实际情况、大胆探索，创新党建工作方式方法，打造基层党建特色品牌。

傅兴国指出，要认真贯彻落实习近平总书记关于基层党建工作的重要指示要求和党的十九届五中全会精神，更加注重政治建设，更加注重凝心聚力，更加注重强化功能，更加注重补齐短板，更加注重压实责任，不断开创上海基层党建工作的新局面。

市委常委郑钢淼、刘学新、陈寅、吴清、翁祖亮、诸葛宇杰、胡文容、凌希出席会议。本市部分“两代表一委员”和基层党员代表参加评议。