

¹拉丁美洲音乐市场

撰稿：公告牌（Billboard）拉丁业务副总裁莱拉·科沃女士

内容提要

2017 年，“慢慢来（Despacito）”这首以典型拉丁节拍打造的西班牙语歌曲，在美国公告牌（Billboard）百强单曲榜上登上榜首，并在榜首停留了十六周，创下了当时的记录。

这首歌由波多黎各歌手路易斯·冯西和雷鬼歌星洋基老爹共同演唱，自几个月前发布以来，慢慢在排行榜上爬升，最终成为 YouTube 上观看次数最多的音乐视频。

但正是在贾斯汀·比伯决定合作混音，用英语和西班牙语演唱后，这首歌才一跃登上榜首。

虽然在“慢慢来”这首歌之前，拉丁音乐固然已对排行榜产生了影响，但是这首歌为拉丁音乐新的爆炸式增长打开了闸门，流媒体的出现和呈指数级增长的狂热的粉丝群更进一步推动了增长。

截至 2020 年，拉丁音乐（定义为主要以西班牙语表演的音乐）是世界上增长最快的音乐类型。它曾经被认为是浪漫的民谣和民歌的领域，现在已经绽放出令人眼花缭乱的子类别、声音、民族、节奏、切分音和大大小小的风格。

今天的拉丁音乐如此受欢迎，以至于波多黎各雷鬼歌星坏痞兔是 Spotify 在 2020 年被流式传输最多的艺术家，有 83 亿个流，而他的专辑《YHLQMDLG》，是该服务在全球被流式传输最多的专辑，有超过 33 亿个流。

坏痞兔这一里程碑突显了拉丁音乐在全球舞台上日益增长的知名度。拉丁和非拉丁音乐人之间的高调合作已经加速，拉丁名字经常在 YouTube 的全球排行榜上名列前茅，该平台历史上观看次数最多的音乐视频是——你猜对了，就是“慢慢来”，超过 70 亿个流可归入其名下。

在 Spotify 上，除了坏痞兔之外，拉丁名字在任意一周都占 Spotify 全球二百强名单的大约 20%，而且自 2018 年以来，J·巴尔文一直位列该服务上排名前五的流媒体艺人。2020 年，他排名第三，仅次于德雷克和前面提到的坏痞兔。

更能说明问题的是，公告牌新的全球（不包括美国）排行榜于 2020 年 9 月发布，该排行榜衡量了二百多个地域的数字销售和流媒体情况，其中一首西班牙歌曲——马卢玛的“夏威夷（Hawái）”名列榜首。

正如好莱坞明星林-曼努尔·米兰达所指出的，“音乐是一种可以通过公开露面来突破障碍的方式，而互联网使公开露面民主化，以至于世界上许多最大牌的拉丁明星都是音乐明星。”

今天的拉丁音乐界受到以下因素的推动：美国和其他大陆对拉丁音乐的接受程度越来越高；流媒体在拉丁美洲的加速增长和普及；以及在世界各地签约和发展的拉丁艺人的大量增加，他们代表了各种流派、风格和国籍。

根据国际唱片业协会（IFPI）——代表全球唱片业利益的非营利性会员组织——的数据，拉丁美洲地区在音乐衍生收入方面已经创造了 11 年的连续增长（2010 年-2020 年），也是这些年增长最快的地区（为 IFPI 之目的，拉丁美洲地区包括阿根廷、玻利维亚、巴西、加勒比地区、中美洲、智利、哥伦比亚、巴拉圭、秘鲁、厄瓜多尔、墨西哥和乌拉圭）。

根据 IFPI 2021 年报告（这是唯一一项深入统计每个国家音乐收入的报告），在 2020 年，**拉丁美洲是迄今为止增长率最高的地区，达 15.9%，是全球唯一一个记录两位数增长的地区。**

该地区的好运气是由 24.6% 这一全球最高的数字化增长率推动的，每个市场“在这一领域都有两位数的增长”。这一上升趋势反映在该地区最大的几个市场中：巴西（+13.1%）、墨西哥（+17.1%）和阿根廷（+40.9%）。

除了流媒体（2020 年占该地区收入的 84.1%），拉丁美洲在表演权收入（+10.6%）和同步权收入（+9.4%）方面也取得了令人瞩目的增长。

流媒体数量的增长与整个大陆新签约艺人的爆炸性增长相辅相成。在最近的记忆中，该地区从未同时签约过如此多的艺人。

尽管拉美地区受到货币贬值、社会和经济动荡以及较低流媒体订阅率的困扰，但该地区音乐市场的收入仍在增长。

例如，在美国，Spotify 的高级订阅月费是 9.99 美元。在整个拉丁美洲的大部分地区，由于货币贬值，换算成美元时，该费用在 5 美元和 5.5 美元之间浮动。

这反过来又意味着，在拉丁美洲，每个流对创作者的回报要低于欧洲等其他地区。

流媒体一直是音乐行业整体的救命稻草，但相比之下，拉丁美洲的流媒体仍然是超规模的。根据 IFPI 的数据，在 2019 年和 2020 年，拉丁美洲是全球流媒体产生的收入占比最高的地区。

拉丁美洲对流媒体的喜爱反映在拉丁音乐在全球排行榜上的出现比例过高。

在任意一个星期，拉丁歌曲——即以西班牙语或葡萄牙语为主的歌曲——都大约占 Spotify 全球五十强榜单的 15-20%。

在拉丁美洲首选的流媒体平台 YouTube 上，以葡萄牙语或西班牙语为特色的曲目视频平均占该平台每周全球音乐排行榜的 30%。在 YouTube 著名的“十亿观看俱乐部”中，拉丁艺人占有所有达标曲目的 30%；有 65 个以拉丁艺人为主角的视频达到了十亿次观看的状态。

据 Spotify 拉丁美洲董事总经理 Mia Nygern 称，2019 年该地区是全球平台用户增长最快的地区，是 Spotify 的一个“关键”市场。Spotify 在 2020 年拥有 1.55 亿用户，其中 21% 在拉丁美洲。”

换句话说，所有 Spotify Premium 用户中，有整整五分之一在拉丁美洲。

拉丁音乐也得益于一个特别充满激情的粉丝群。

“拉丁裔感到与自己的家乡有很紧密的联系。有一些东西在你的血液里流淌，使你成其为你自己，给你那种火焰，给你那种激情，”詹妮弗·洛佩兹说。“这些都是与拉丁裔有关的俗套，但事实是，这是真的。”

在大多数拉丁美洲国家，音乐压倒性地渗透到了日常生活中，而不仅仅是一种消遣。拉丁美洲对音乐的痴迷一直是决定该地区消费和音乐制作量上升的一个关键因素。如果人们对音乐的态度不是如此珍视和热衷，那么在这个有着无数问题和限制的地区在各方面的发展就会大打折扣。

根据尼尔森拉美音乐 360 研究报告，音乐是“拉丁美洲的一个关键情感接触点”，90%的受访者表示音乐对其很重要。

受访者说，他们每周甚至在听音乐上花更多的时间：每周 30 小时，而美国听众表示他们每周花在音乐上的时间是 26.6 小时。

整个拉丁美洲不断增长的市场的范例包括：巴拉圭，流媒体高度增长；智利和多米尼加共和国，现场音乐呈现蓬勃发展的景象（大流行病之前）；哥伦比亚，拥有充满活力的艺人与制作部（A&R），近年来产生了诸如马卢玛、卡罗尔·G 和 J·巴尔文等艺人。

虽然拉美地区的增长在很大程度上是由其最大的市场——巴西、墨西哥和阿根廷——推动的，这些市场位列世界音乐市场前二十，但该地区许多较小国家和音乐市场的平行增长起到了强有力的倍增效应。

与之相反，虽然多年来美国和英国等国家的英语音乐在许多国家的电波中占主导地位，但现在，对本地曲目的投资推动了本地艺术家和流派的崛起。

例如，哥伦比亚过去只是偶有一些国际音乐领域的艺人，如夏奇拉、卡洛斯·比韦斯和胡安内斯，现已开始培养新一代的音乐人。在过去二十年间，全国各地的大学都开设了音乐系，不仅培养新晋艺人，还培养录音工程师、制作人、编曲等等。2016 年，在该国教育部注册的专业音乐学校有 64 所。

“作为拉丁裔社群，我们很难进入美国市场，这并不是一个秘密，”他说。“我们现在正在作为一个拉丁裔社群创造历史，我感到非常自豪，因为我是我们现在这个超大型运动的一部分。”

今天，拉丁美洲的音乐质量可以与排行榜上的任何主要主流流行歌曲相媲美。而且，越来越多的音乐是由年轻的受众制作的，也是为其制作的，而就在十年前，他们不得不向其他地方寻求自己喜爱的艺人和流行偶像，因为在本土可以找到的太少了。

地区艺术家的崛起现在在全球范围内都有所反映。

自 2020 年 9 月 19 日公告牌全球二百强单曲榜推出以来，直到 2 月 27 日，波多黎各是排行榜上排名第二的地区（仅次于美国），平均每周有 34 次提及。在全球（不包括美国）排行榜上，该国每周平均有 40 次提及，但排名第三，仅次于英国和美国。

继波多黎各之后，哥伦比亚是全球二百强中最具代表性排名第五的地区（仅次于美国、波多黎各、英国和加拿大），平均每周有 16 次提及。它在全球（不包括美国）排行榜上排名第四，平均每周有 22 次提及。

西班牙、巴拿马和巴西在全球二百强中紧随其后，每个国家平均每周有 2-2.5 次提及。

在全球范围内获得成功的本土艺人包括塞奇（巴拿马）、卡罗尔·G（哥伦比亚）、卡米洛（墨西哥）和妮基·尼科尔（阿根廷）。

如果说拉丁美洲出现了本土艺人的崛起，那么也可以看到本土流派受欢迎程度的激增。

“我们在所有市场上注意到的一个共同点是，本土艺人对当地用户最有吸引力，” Deezer 北美洲和中美洲主管 Deborah Jourdan 说，“最受欢迎的流派包括墨西哥的北方音乐（Norteño）和班达（Banda）；哥伦比亚和阿根廷的坎比亚（cumbia）；阿根廷的陷阱音乐（trap）；以及哥伦比亚的流行音乐（música popular）。”

拉丁美洲是在音乐衍生收入方面增长最快和最高的地区。它也是流媒体增长率最快的地区，在流媒体和 YouTube 排行榜上，以西班牙语演唱的艺人比例过高。

拉丁美洲音乐的发展势头预计不会减弱。相反，该地区正在以比以往更快的速度产生成功的艺人，他们来自该地区的各个角落，从墨西哥和中美洲到加勒比和阿根廷。尽管存在经济不稳定和社会政治动荡的危险，但互联网接入和移动电话使用量的增长，加上新艺人签约和收入的增加，都预示在可预见的未来将继续增长。

- 莱拉·科博