



数据显示,2014年我国在线音乐市场规模仅为51.2亿元。正版化曾直接帮助网络视频行业走上红红火火的健康发展“快车道”,又将为网络音乐行业带来怎样的影响?在新形势下,各大在线音乐厂商正探寻新的商业模式——

微观聚焦

揭秘丝路文化“第一秀”

# 民族歌舞秀《千回西域》首演

本报记者 顾阳



图为《千回西域》首演现场。本报记者 顾阳摄

经过2年紧锣密鼓的筹备、数十位艺术家的精雕细琢及360多名中外演员的准确演绎,国内投资最大的丝路文化项目——大型室内实景民族歌舞秀《千回西域》8月8日在新疆大剧院盛装首演。

“目前,全国有近100台秀场,但新疆大剧院这台《千回西域》是独一无二的。”让《千回西域》总导演周群生充满自信的,正是创作团队对于“创新”近乎苛刻的追求。

《千回西域》没有让人失望,这个将古西域乐舞、丝绸之路历史文化、新疆歌舞风情融为一体丝路文化“第一秀”,甫一亮相便赢得海内外人士的广泛好评,甚至有媒体认为可媲美“百老汇”。

音乐响起,冰山从天而降,飞天神女凌空飘舞,骆驼叮当骏马驰骋,时光从2000年前“冰山之父”的传说中缓缓打开……“看得真过瘾!”香港游客黄丽莎有幸成为《千回西域》的首批观众。让她称赞的,是演员挑战极限的动作,还有如梦如幻、极具震撼的视听享受。这个完全“中国制造”的高科技实景歌舞秀完美呈现了多彩的丝路文化,填补了新疆实景演出市场的空白。

“我们不想延续固有的编排习惯,我们要做一台‘大’的东西,‘新’的东西。《千回西域》定位于国际水平的高水准演出剧目,将来是要走出去的。”周群生说,

曾担任残奥会开闭幕式舞美设计的沈庆平此次担纲《千回西域》的舞美设计。他介绍说,整个演出共设有40多个多维度立体实景变幻,1000多套程控装置精准联动,重现了冰山雪峰、沙漠胡杨、绿色草原和楼兰文化的古寺宫殿、洞窟飞天、器乐神灯、丝绸飞毯等奇异的三维画面。

与舞美同样炫目的,还有100余款、2000多套精美的民族服装。服装总设计师李锐丁告诉记者,为了再现丝路文化,设计团队多次在新疆及中亚沿线各国采风,整个创作前后历时两年才完成。“我们想给观众展示的不仅是民族服饰,更希望它们还是一件件艺术品。”

由新中国第一代维吾尔族音乐大师、中国音乐家协会副主席努斯莱提·瓦吉丁创作的舞台音乐,更是将整台歌舞秀推向了高潮。他将新疆的民族音乐与国际制作手法完美融合,邀请了国家交响乐团、新疆民族乐团、好莱坞音乐团队等联袂制作,成为新疆音乐史上一次创新之作。

一部《千回西域》,汇集了人物秀、服装秀、灯光秀、舞蹈秀、全景秀等。记者了解到,《千回西域》还创造了国内剧院舞台面积之最、国内舞台装置之最、全景多声道技术之最等国内外“十大之最”。

今年是国家旅游局确定的“丝绸之路旅游年”,也是新疆大剧院携手《千回西域》走向世界的第一年。一个是新疆文化旅游的地标性建筑,一个是丝路文化第一秀,两者在空间表演艺术上的联袂探索,有望谱写出“新丝路连接世界”的华美乐章。

## 中国(成都)数字娱乐节将办

本报讯 记者吴佳佳报道:将于今年11月19日至21日在四川成都举办的中国(成都)数字娱乐节近日举行倒计时百天新闻发布会,正式宣告该娱乐节的线上、线下推广、商务合作等事宜进入实质推进期。

此次数字娱乐节将设独立音乐嘉年华、独立电影嘉年华、动漫嘉年华,同时将全球移动游戏开发者大会(GMGDC)纳入旗下,将构成由音乐、影视、移动游戏、动漫组成的强大的互动体验内容,展示数字娱乐这一未来文化承载形式为日常生活带来的改变。

## 华润怡宝升级“百所图书馆计划”

本报讯 华润集团旗下的华润怡宝饮料(中国)有限公司日前计划至少新建7所“华润怡宝图书馆”,同时联手中国儿童中心推出首个“孩子推荐给孩子的书单”,走进全国200所中小学募书,邀请专家、志愿者举办8场乡村儿童读书会。此举是华润怡宝2007年启动的“百所图书馆计划”(用“一瓶怡宝水换一本闲置书”的方式,8年筹集百万图书建成132所乡村图书馆)的战略升级。

今年,“百所图书馆计划”通过“怡宝公益”官方微信,携手华润万家,将线上捐书网友引流至实体捐书点。截至目前,已举办238场募书活动。(安然)

本版编辑 梁剑箫

# 寻求正版化之后的破局之道

本报记者 陈赫



① 消费者在北京一家体验店试听网络音乐。  
② 在前不久开幕的互联网大会上,观众使用手机下载网络音乐。 本报记者 赵晶摄

“一地鸡毛”的网络音乐终于迎来了正版化的曙光。根据国家版权局近日下发的《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》,7月起规范网络音乐版权专项整治行动正式启动。7月31日前,各网络音乐服务商必须将平台上未经授权传播的音乐作品全部下线。来自国家版权局的数据称,截至7月31日,16家直接提供内容的网络音乐服务商主动下线未经授权音乐作品220余万首,包括360的“好搜”音乐盒, SongTaste 音乐板块等。“从市场反映来看,这一次的禁令相当严厉。”市场研究机构易观智库分析师姚海凤表示。

### “最严禁令”的冲击波

拼资本、拼流量、拼模式成为在线音乐平台主要竞争条件,缺乏版权的网站将受约束

北京白领赵钊是个摇滚爱好者,在过去的半个月里,他手机中的音乐类应用从一个变成了三个。“很多各个平台都能找到的歌曲,现在点击就会显示‘因为版权问题,暂时不能播放’,各家覆盖的内容不同,只好多装几个应用,来回切换。”虽然麻烦了不少,赵钊却表示理解,“听盗版,到底不是个好事。”

随着220万首未授权音乐作品的下架,“最严禁令”为市场带来的冲击正逐渐显示出来。唱片公司当然举手欢迎。独立音乐厂牌“十三月”的CEO卢中强表示:“加强监管将带来游戏规则的变化,三四年后,我们在网络版权上的收入基本为零,但现在通过和虾米音乐的合作,版权收入的规模发生了明显变化。”

音乐版权费用也随之水涨船高。姚海凤告诉记者,和国外在线音乐平台主要按照听众下载与收听次数和版权方分成的方式不同,国内在线音乐厂商

与唱片公司的关系相当复杂,“有对曲库打包付费的,有保底分成的,分销和独家版权的价格也不同。但总体来看,随着正版化的推进,版权费用特别是优质和独家版权攀升趋势会相当明显。”业内人士称,一个6位数曲库的网络版权打包价已如同乘火箭一般,从百万级升至千万级。

另一方面,“好搜”音乐盒和 Song-Taste 音乐板块的“销声匿迹”,也从侧面显示了未来中小音乐平台的艰难处境,“马太效应”将在网络音乐行业呈现得更为明显。以QQ音乐为代表的腾讯系、酷我酷狗为代表的海洋系、虾米和天天动听组成的阿里系和网易云音乐、百度音乐等,纷纷与多家音乐内容版权方签署了版权合作协议。市场研究机构战略首席分析师毛修炳坦言,“拼资本、拼流量、拼模式成为未来在线音乐平台的主要竞争条件,手中缺乏版权的独立非版权网站将难以存活”。

不过,在知名IT律师、中国政法大学知识产权中心研究员赵占领看来,“最严禁令”能否建立长效机制,还要看未来的执法力度。“此外,还需要进一步在立法上加以明确,比如提高赔偿标准,加强对音著协的管理,明确如何支付音著协费用,与版权方分账比例等问题”。

### 想说“收费”不容易

和其他内容服务商一样,国内网络音乐厂商同样面临着用户付费意愿不足的问题

音乐版权费用的上涨,必然会在成本上给网络音乐厂商带来更大压力。收费,这个老生常谈的话题再次浮出水面。和网络阅读一样,网络音乐向移动端的迁徙为收费创造了便利。网易云音乐负责人王磊表示,目前在网易云音乐的1亿用户中,有70%来自移动端。

腾讯QQ音乐高级产品总监计鸣钟向记者解释说,在PC时代,听音乐更多的是以文件传输的方式进行,但在移动端,大家慢慢收拢到几个头部的音乐应用中,很难把下载的音乐导出来。“而且手机端的支付方式更加灵活,因此在移动端变现的效率会提升很多”。

不过,仅仅拥有支付便利并不够。和其他内容服务商一样,国内网络音乐厂商同样面临着用户付费意愿不足的问题。来自文化部的一份“2014年网络音乐报告”显示,用户付费率低,使得付费下载难以成为网络音乐的核心商业模式。“要想让用户为音乐付费,就必须给他们一个充足的理由。”姚海凤表示。

记者了解到,几大网络音乐服务商的高品质付费下载包月价,目前价格基本都在10元左右,希望以性价比打动用户。网易云音乐更是在7月推出了每月只需3元的正版环球音乐唱片包。王磊表示:“愿意付费买包的是超过我个人预估的30多倍。市场需要培育,要给大家扭转意识的时间,要从花一点点的钱开始。”

更坚定的付费理由,来自粉丝的一片痴心。计鸣钟介绍,腾讯发现许多用户购买并非为了消费内容,而是希望通过自己的行动支持偶像。从去年开始,QQ音乐开始尝试为周杰伦、周笔畅、张学友等粉丝基础深厚的明星推出数字音乐专辑。“一年时间里,5元一张的周笔畅 MINI 数字音乐专辑卖了13万张,20元一张的周杰伦专辑卖了16万张,韩国乐队BIGBANG的三张专辑每张5元,7月总销量突破了100万张。”为了评估粉丝的“价值”,华谊创星甚至在上周与腾讯QQ联合发布了行业内首个关注粉丝细分行为的榜单“星影联盟明星粉丝指数”。华谊兄弟创星娱乐科技股份有限公司董事长胡明的话颇为直白:“我们计算了11088个明星粉丝的提升指数、活跃指数、忠诚指数和专业指数,

# 为草根原创音乐添把柴

安之

无论是对于粉丝经济的深挖,还是探索差异化经营的特色,纵观网络音乐厂商的种种创新,分析用户行为,把握用户心理是它们共同的诉求。但如何才能抓住用户的心?

想要用“新玩法”打动用户,前提就是必须先对用户细分画像,精准地推送给他们相关信息。大数据技术正在开始发挥威力。在腾讯采访时,记者发现,包括用户加入的QQ群,在QQ空间发表过相关内容,或者加入过某个明星的兴趣部落,或者给某个明星点过赞,或者在QQ音乐里听过某个人的歌,这些数据都可以被挖掘出来,判断出用户是否是某个明星的粉丝。这就意味着,背靠“大树”的在线音乐厂商,不仅可以依靠自己平台上积累的数据,还可以打破产品线,通过多个维度的数据整合,更精准地判断用户实际情况。拿演唱会票务来说,就需要结合用户的地理位置。

其次,让用户为单纯的音乐内容付费在短期内并不实际,因此也必须捕捉他们微妙的心理,加入更多主打情感需求的

增值元素。譬如,拿“数字音乐专辑”这件事来说,在国外,通过苹果在线音乐商店iTunes,每张数字专辑每个用户只能购买一次。但在国内,每张专辑用户可以购买多次,可以送给朋友,因为粉丝会希望更多人听到偶像的作品。此外,厂商们还会给数字音乐专辑附加明星独家照片、MV、签名等。

此外,要想抓住用户的心,还需开拓出新的音乐消费领域。对于网络音乐厂商来说,同样作为内容服务的网络视频行业的发展路径,显然可以作为参考。在经历了正版化和版权费用飞涨后,网络视频行业纷纷将目光投向自制内容,并将这些自制内容打造成紧握在自己手中的明星版权,甚至逆袭了传统渠道。暑期档票房过10亿元的喜剧电影《煎饼侠》,正脱胎于搜狐视频旗下的一档自制网络剧。

反观网络音乐,目前对草根原创的关注还不够多,即使有以独立音乐人为卖点的平台,这些音乐人同样以传统线下方式走红。他们和明星们并无明显区别,他们

粉丝经济已经是评估艺人价值的重要元素。”

粉丝对在线音乐的贡献不仅限于明星。YY语音和9158这样的网络直播表演平台和唱吧这样的线上KTV平台,还捧出了诸多草根主播,他们同样通过粉丝“打赏”的金币、花束等道具与平台分成获得收入。“粉丝经济是目前我们能看到的意愿最强的付费模式。”姚海凤表示。

### 差异化竞争的新价值

差异化竞争一方面来自于定位的区隔,另一方面来自于背靠集团的独特资源

赚钱尚需时日,竞争已迫在眉睫。“由于网络音乐的受众人群基本类似,需求也很相似,这就导致了服务商的同质化相当严重。从目前来看,差异化竞争的趋势正在变得明显,比如酷我有K歌、儿童歌曲专区,酷狗拥有比较成规模的用户,还有虾米主打独立音乐人。希望以自己的特色形成用户的黏性。在体验形式上,则以听为主向唱听看多管齐下发展。”姚海凤告诉记者。

对于背靠阿里、腾讯、百度、网易等互联网巨头的网络音乐厂商来说,差异化竞争一方面来自于定位的区隔,另一方面来自于背靠集团的独特资源。以从虾米音乐人升级而来的阿里音乐人为例,一方面这个项目继承了虾米对原创音乐的关注,另一方面则和阿里的电商资源对接,让音乐人自主开设淘宝店,从技术上实现结算由支付宝自动划账;让音乐人为电商卖家和电商品牌服务,提升曝光度,最大化实现商业价值。

对于网易云音乐来说,“社交”则被视为最核心功能。“如今,网易云音乐中围绕‘乐评’、‘歌单’的社交行为已经成为其区别于其他竞争产品的关键标签之一。在‘朋友’一栏,用户可以分享包含配有歌曲的或文字或图片的动态,也会被推荐收到自己喜欢歌曲的相关乐评,而且自己网易云音乐的好友有什么新动态,也会在这里呈现出来。”王磊介绍说。用户通过音乐社交形成原创内容,以此作为提升忠诚度的方式,这代表了网易云音乐的思路。

另一个相对集中的思路则是从听到看,将线下演出搬到线上。无论是QQ音乐的LIVE MUSIC,网易云音乐的“音乐大战”,还是阿里音乐的寻光计划,都寄托着对互联网音乐体验形式创新的期望。值得注意的是,这种线上演出并非简单地搬运。拿LIVE MUSIC来说,用户不仅可以在线购买鲜花道具,还可以与网友聊天,参与互动游戏等。在不久前举行的李易峰演唱会上,甚至由网友投票选出了歌手的10首现场演唱曲目。“音乐大战”也同样采取了线上实时投票的方式,由网友的支持率直接决定PK双方的胜负。“互动性是互联网的优势,在音乐领域同样适用。”计鸣钟表示。

的版权同样握在唱片公司手中。

如果抓住用户的心,独家优质内容将越来越有竞争力。扶植优质创作者,可以让网络音乐厂商从一开始就拥有更多话语权。从目前发展来看,包括动漫、网络文学等粉丝创作衍生品中,都有质量颇高的原创音乐,一些创作者和演唱者甚至还自带数量颇多的网上粉丝。网络音乐厂商需要的是挖掘这些人才,将他们以合适的方式推向市场。在这方面,背靠互联网巨头的网络音乐平台手中本来就拥有大量流量和充分的网络营销经验。不过,草根原创音乐的制作,通常是半路出家的“非职业选手”,网络音乐厂商也应该考虑,是否可以约请职业音乐人,对他们进行线上的专业培训,帮助他们提升创作技巧,创造出更好的音乐作品。

随着正版化的推进,网络音乐产业的马太效应将体现得更为明显,“烧钱”的速度也将大大加快。若要真正和用户实现良性互动,厂商们应该从一开始就为自己做好多手准备。

### 抓住用户的心,独家

优质内容将越来越有竞争力;扶植优质创作者,可以让网络音乐厂商拥有更多的话语权。若要真正和用户实现良性互动,厂商们应该从一开始就做好多手准备