

在线音乐平台在差异化竞争中寻找新路

掘金“耳朵经济带”

本报记者 余颖



左图：百度音乐准备推出的定制耳机。上图：不少用户的手里安装了多种音乐软件。右图：太合音乐策划的演唱会现场。

本报记者 余颖摄



继今年10月阿里宣布关闭天天动听之后，这两天在线音乐圈最大的新闻是阿里旗下的阿里星球彻底停止音乐服务，直接把用户引导进虾米音乐。怀旧的用户一边感叹跟天天动听一起消逝的青葱岁月，一边打开手机里的音乐APP，听时下最流行的歌手薛之谦、方大同的歌。

现实就是这样残酷。在BAT的布局下，百度音乐依托太合音乐集团的生态体系，在差异化竞争中寻找新路。阿里巴巴有了虾米，腾讯的QQ音乐与拥有酷我音乐、酷狗音乐的中国音乐集团抱团，再加上异军突起的网易云音乐，在线音乐圈格局初定，天天动听的生存现状早已无足轻重。然而，对于还在场上的选手们来说，这场围绕“耳朵经济带”的战斗仍在继续。

版权争夺进入平稳期

辛龙是名“80后”。从初中开始，他就使用百度MP3听歌。使用智能手机之后，他最先安装的音乐APP就是百度音乐。但是从去年开始，辛龙发现有些自己曾经听过的歌在百度音乐里“由于版权问题”变成了灰色，也无法下载。无奈之下，他又安装了虾米、网易云音乐，在三个软件中腾挪，总算把想听的歌都找齐了。

像辛龙这样的用户并非孤例。统计显示，2016年超过六成的中国手机音乐用户拥有2个至3个音乐APP。“百度音乐、QQ音乐、酷我、酷狗、虾米、网易云音乐，在这几个主要的平台上，大家如果想在某一个找到你想要的歌曲，基本上是不可能的。”百度音乐总经理王磊表示：“目前国内一线艺人的专辑版权费已经高达2000万元。哪个平台也无法把所有音乐版权全部买完。”

特别是2015年，国家版权局出台《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》《关于开展网络音乐版权重点监管工作的通知》以及《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》等文件，要求各网络音乐服务商于2015年7月31日前将未经授权传播的

音乐作品全部下架。随后，16家音乐服务商下线未经授权的音乐作品220余万首。高质量的音乐版权成为各家追逐的目标，价格水涨船高，导致能够在在线音乐市场立足的玩家越来越少。五年前，文化部统计将近有2600家音乐网站，到今年不足100家。

另一方面，当版权数量达到一定量级之后，单纯比拼版权数量意义已经不大。目前，QQ音乐手握内地、香港、韩国等地唱片公司如少城时代、YG、杰威尔，以及音乐行业三巨头之一华纳等独家版权，音乐综艺版权有《我是歌手》《中国好声音4》等，正版曲库1500万首；酷狗、酷我音乐版权2000万首，版权来自包括EMI、海蝶、索尼、环球、太合麦田等在内的40余家音乐与版权代理公司，音乐综艺版权有《蒙面歌王》；阿里音乐买下了滚石、相信音乐、华研、《中国好声音3》等版权。网易云音乐通过QQ音乐版权转授，获取到150万首歌曲，并通过与独立人的合作扩充资源，曲库数量达1000万。而太合音乐集团迄今已经与1000余位艺人歌手、词曲作者达成了各种方式的合作，自有+代理版权超过1800万，正版曲库业内最大。不久前，太合音乐集团还与全球最大的流行音乐曲库The Orchard达成中国地区的独家合作。“这一合作，对于太合音乐集团来说，是加速扩充版权池，也在一定程度上推动版权音乐的全球合作。”太合音乐集团市场总经理司颖说。

中国音像与数字出版协会音乐产业促进会发布的《2016音乐产业发展报告》也判断，数字音乐版权已经从“独家”走向“转授权”的共享新形式。

年轻人带来机会

《2016音乐产业发展报告》显示，2015年我国数字音乐用户达到5.01亿，其中移动互联网音乐用户为4.16亿，同比增长13.7%，占手机网民的67.2%。从整个互联网用户行为分析，5亿用户在很多行业是个无法超越的数字规模。对音乐平台来说，这“10亿只耳朵”的商业价值不言而喻。

平台花大价钱购买音乐版权，原本希望能够借此发展会员付费、数字专辑。不过，习惯免费互联网服务的用户对此并不买账。QQ音乐、酷狗音乐均宣布付费用户达1000万，在其数亿用户中只占极小比例，大多数音乐平台都是赔本赚吆喝。

转变发生在最严版权令之后。如果要听到某些歌，必须成为会员才行。“90后”和“00后”并不吝每月数元的会员费。在网易云音乐《听歌多元化时代到来——网易云音乐2016上半年用户行为大数据》的报告中，可以看到“90后”占据了音乐用户半壁江山，比例高达59%。QQ音乐总经理侯德洋分享的数据显示，在购买数字专辑1000万的用户数量中，“80后”、“90后”占比将近92%，以青少年为主要用户群体的QQ音乐也成为首个盈利的音乐平台。“这说明年轻一代的消费习惯真的变了。”侯德洋说，“我们只要提供好的内容、好的服务，就会有新的商业模式”。

看到了盈利模式，又无需再打版权大战，接下来就看谁能黏住用户，并开发出更多更好的商业模式。“据统计，国人经常听的歌曲大概5万首左右，百度音乐已经覆盖超过90%，各个大音乐APP都差不多。”王磊说，“在这样的情况下，就看谁能够给用户最好体验”。

因此，曾经一手打造了网易云音乐的王磊加盟百度音乐后，将改善用户体验放在首位。在他的推动下，百度音乐已经从播放器工具跨入多功能平台，最新推出的版本里加入了UGC内容，用户可以发布动态。会员中心也经过了全新改造，与百度旗下产品打通。百度的人工智能也将用于用户个人曲库的分析推荐，最终实现千人千面的音乐供给，让每个人都能听到最想听的音乐。

网易云音乐、虾米、QQ音乐同样在个性化方面下功夫。2013年才成立的网易云音乐依靠个性化的评论和建歌单功能，迅速得到了文艺青年们喜爱，用户数已突破2亿。QQ音乐推出听歌识曲、音乐弹幕、歌词海报等功能，最新发布的7.0版本还增加了跑步电台、那年今日、歌手写真、明星语音问候等功能，稳坐

App Store音乐榜首位。

产业链上寻找契机

迄今为止，盈利的在线音乐平台只是极个别的例子。付费音乐的诗和远方，显然解决不了当下的柴米油盐。因此，各大在线音乐平台纷纷涉足智能硬件、音乐电商、音乐社交，试图在更长的产业链上寻找机会。

关闭天天动听之后，阿里星球完全转变为粉丝经济的平台，各种歌星直播、粉丝见面会、演唱会频繁上线。今年8月，阿里星球发起持续数周的“阿里星球之战”，通过跟广告商合作，拿到包括全国49个高铁站和21个机场的3000余块广告牌、北上广20家商场大屏幕在内的数千万元广告资源，号召粉丝加入位于阿里星球的粉丝圈，人气越高，就能帮助偶像抢夺越多的广告资源和应援资金。数百家粉丝团应战，最终许魏洲的粉丝团募得3000万粉丝投票，成为冠军。

相比而言，O2O演艺是最被看好的模式，因为线下演出市场在惨淡的音乐产业中一直是摇钱树。《2016音乐产业发展报告》显示，2015年音乐类演出市场规模达到150亿元，同比增长4.8%。票房总收入为45.55亿元。其中各类大中型演唱会票房总收入29.72亿元，音乐节票房总收入3.48亿元，Livehouse票房总收入6341万元，剧院音乐类演出票房总收入11.72亿元。大型演唱会仍然占据音乐类演出市场最大份额，但小型场馆的演出开始受到重视和青睐。

太合音乐集团的前身为太合麦田、海蝶音乐、大石版权，曾经是华语音乐圈里响当当的名字。借助太合音乐集团的全产业链音乐生态体系，百度音乐成为唯一拥有上游艺人资源的在线音乐平台。当前很火的歌手薛之谦、方大同都是太合音乐集团服务的艺人，他们的音乐可以在百度音乐独家首发。

互联网观察家葛甲坦言：“在线音乐的商业模式要想找到突破口，只能从整个音乐产业中想办法，这也是为何越来越多的平台把目光投向演出市场、粉丝经济等形式的原因。”

产业大树需要版权净土

若瑜

广电总局进行了一轮盗版网站清理行动，对伊甸园等111家视听节目网站服务进行关闭。此后，广电总局还要求视频网站传播的境外影视剧必须依法取得电影片公映许可证或电视剧发行许可证，并联合网信办等部门每年开展打击互联网盗版侵权的“剑网行动”。之后，各个视频网站开始清理盗版版权，购买正版视频。

很快，网友们发现无法再下载盗版资源，想看的影视剧在视频APP上又有现成的，很多人就转向拥有独家影视剧资源的网站，成为付费会员。而网站因为版权太贵，开始发展自制剧、自制大电影，这些自制的“独门武器”又构成新的吸引力。曾因为《太子妃升职记》聚拢一批会员的乐视，就是在大家对版权不在意时，用较低价格大规模购买版权，建立起自己的版权库。直到现在，乐视的版权分销也是其不多的盈利板块之一。

保护版权，为在线视频、在线音乐产业奠定了发展基础，让产业走上正轨。但是，我国的版权环境还没有到达理想状态。比如动画片热播后，街上的小朋友抱着的却是盗版玩偶；很多影片还没有上映，网上已经有资源传播，极大地影响了电影票房表现。最近动漫作家夏达与她非拉拉的版权之争，也说明保护版权的意识和力度有所欠缺。

这种欠缺继续影响着我国电影产业和动漫产业发展。当前我国电影产业票房收入约占总收入九成以上，衍生品开发几乎为零。动漫IP也被迫放弃衍生品开发，走上了做游戏、挣快钱的路子。

而在欧美日，衍生品收入才是版权收入大头，如美国衍生品收入高达电影总票房的70%。今年《星球大战7》上映前三个月，迪士尼就开展衍生品售卖，仅一个bb8机器人的销量就有望达到20亿美元，而星球大战系列衍生品累计收益

已超过270亿美元。这个机器人在中国售价1000多元，为什么这么贵呢？据说是由于中国的版权环境不好，海外IP衍生品的授权金额，国内是美国的三倍。

产业大树想要根深叶茂，必须有版权净土。这需要全社会共同努力。今年，我国先后出台《国务院关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》和《关于开展知识产权综合管理改革试点总体方案》，提出了提高知识产权侵权法定赔偿上限，完善知识产权快速维权机制、将故意侵犯知识产权行为纳入企业和个人信用记录等措施。近期国家版权局又下发通知，要求网盘服务商主动屏蔽移除侵权作品，切断了侵权盗版作品传播的主要渠道。

有理由相信，随着版权变现渠道畅通和维权机制完善，随着尊重版权、保护版权意识提高，未来还会有更多产业迎来转机，助推我国成为知识产权强国。

业内观察

河南

本报讯 在河南周口项城，愈来愈多的广场和社区文化让原先的“泥腿子”们流连忘返。农闲时节，农民有了更多适合自己的文化娱乐方式，总喜欢到村里的小广场内“赶赶场”。唱歌的、练武的、玩乐器的、打腰鼓的、练太极的、抖空竹的、扭秧歌的、唱戏的等等，应有尽有。

打造文化平台，让老百姓有“乐子”。项城将分散在群众身边的社区小广场纳入全区群众文化活动的组织管理中，由文化馆出面帮助协调解决活动场地、音响、灯光、用电等问题，形成了人民公园、滨河公园、各类小广场等一批文化小场所。

该市先后建成21个镇办文化中心、36个社区文化活动室。其中有1个中心、5个活动室被命名为全省先进文化活动中心(室)。今年该市新建1个中心和6个活动室。在近郊和农村，分四批先后建成146个农家书屋，并全部通过省市验收，实现全覆盖，解决农民看书难问题。

项城在杂技魔术、民间绝活、书法绘画、摄影舞蹈、器乐演奏、艺术欣赏、武术健身等方面有着浓厚的民间文化底蕴，有关部门从激活民间文化入手，通过挖掘民间传统文化，着力引导农村艺人在文化活动中展示才艺，宣传民间传统文化，并坚持易学、益智、互动原则，组织开展健康、向上、有益的民间文化活动。

搭建流动舞台，让文化得以延伸。围绕丰富基层农民文化文艺活动，推出“文艺轻骑下基层”“教你一招”“民间团体展演”“一场一精品评选”等活动，做到“月月有主题，周周有活动”。今年以来，该市组织文化进村演出活动近百场，节目300多个，组织电影免费放映1000余场，参与农民达8万多人次。该市还发挥南顿故城、汝阳刘笔业等文化品牌优势，培育和丰富农村文化市场。当地驻马店生态园正成为休闲娱乐的后花园，豫东民俗博物院已成为河南省最具民俗文化特色的体验旅游景区之一。汝阳刘笔业积极开展“书法名家、名笔进农村校园”等活动，既丰富了农村中小学生的学习生活，又促进了非遗传承。(邓秋贤)

加大金融扶持力度

江西萍乡推动文化产业发展

本报讯 江西萍乡历来有着深厚文化底蕴。近年来，该市立足丰富的文化资源，始终坚持文化强市战略，下气力健壮文化产业的根，不断延伸文化触角。例如，萍乡市精心打造的莲花采茶戏《有事找老杨》、湘东皮影戏《杨宗保破阵》、动漫电影《马小乐的玩具也疯狂》等一批优秀文艺作品受到市场欢迎。

在推动产业转型升级过程中，萍乡市不断加大金融对文化产业扶持力度。据了解，萍乡银监分局积极引导辖内银行业机构优化担保方式，加大金融创新力度，陆续推出了“税贷通”“结算贷”“产(版)权贷”等特色信贷产品，为文化企业引来“源头活水”。

目前，萍乡市依托“文化+”，协同推进旅游、体育、健康、创意、城建五大领域项目，释放文化产业新动能。去年，萍乡市文化产业主营收入312亿元，增幅16%。预计今年萍乡市文化产业将继续保持良好发展势头，继续成为经济快速发展重要“引擎”。(王麒麟)

中国民族画院举办2016书画展

本报讯 记者刘亮报道：中国民族画院日前在北京举办2016书画作品展，组织画家、书法家等艺术家展示一年来的创作成果。

中国民族画院倡导在创作过程中坚持文化自信，突出民族特色，用先进的理念和高尚的艺术情操，引领艺术创作和社会风尚。画院结合自身特点和实际，先后主办了多个主题展览。同时，画院还组织书画家深入基层写生，到工矿企业调研，到农村山区体验生活，送文化下乡，深受广大人民群众欢迎，收到了良好效果。据悉，本次活动由中国民族画院主办，人民书画、东交民巷艺术馆等单位承办。

中国古书画鉴定修复与保护论坛举行

本报讯 记者李哲报道：近日，由中国人民大学信息资源管理学院主办的“世界因遗产而璀璨——2016中国古书画鉴定修复与保护国际高峰论坛”在北京举行。本次论坛就中国古代书画鉴定、修复与保护问题进行了研讨，吸引了文博界、收藏界、书画界、档案界、鉴定界、修复界等方面关注。

此次论坛将中国古代书画的界定与范围，从中国本土性扩展到国际性，通过专家学者的深度挖掘，从中国传统修复技术和现代科学方法等角度，为中国古书画乃至中国文化提供了重量级成果，这对于文物领域发展具有重要意义。

洛阳师院特色学科促旅游产业发展

本报讯 旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标。洛阳师范学院围绕旅游业成为中原经济区建设先导产业的契机，着力打造旅游管理学科，并成功入选河南省特色学科B类学科(重点培育学科)。

据悉，入选重点培育学科一年来，洛阳师范学院围绕智慧旅游理论与实践、大数据与旅游电子商务、遗产旅游与华夏文明传承创新、旅游商品创意设计四个研究方向，建设国家级科技创新平台。建立了虚拟旅游实验室、智慧旅游展示体验中心、旅游学科资源数据库等，成功主办、承办“打造旅游发展升级版——洛阳论坛”等多个学术会议和论坛，其开发的“全景栾川”等乡村旅游网站与“孟津耍吧”乡村旅游APP也已投入运营，目前拥有用户10多万。(张永新)

本版编辑 梁剑箫



去年7月，国家版权局要求在线音乐平台限时下架没有版权的音乐时，很少有人预料到，这反而成了在线音乐产业健康发展的转机。

在此之前，在线音乐平台苦苦挣扎多年，各家平台同质化竞争严重。用户不需要花钱听歌，广告主不敢投放广告。盗版侵权歌曲被下架后，很多歌曲由用户无法再免费下载。此后，每家在线音乐平台都要付出不菲的版权费购买音乐，用户想要听到某个平台独家版权的歌曲，只能选择成为平台用户乃至付费用户，或者购买数字专辑。数亿忠实用户的聚集又吸引了广告商，现在打开每家音乐APP，几乎都能看到广告。打击侵权盗版，让在线音乐平台有了相对清晰的盈利模式，有些平台甚至实现了盈利。

同样的一幕也曾在线视频产业上演。2009年之前，我国所有的视频网站都存在侵权盗版现象。2009年11月，