

通州音乐集聚区:新生态遭遇老困惑

近万名音乐从业者、429家数字音乐工作室、600家唱片公司及相关企业、3000首原创作品,2010北京九棵树数字音乐文化节以惊人的数字、庞大的规模落下帷幕。据悉,此次音乐节过后,通州也将把九棵树打造成为北京首个数字音乐集聚区。然而,就像本文开篇一位原创音乐人的困惑一样,数字音乐产业投入和产出的严重不成比例,盈利前景的极度不明晰,导致这种刚刚成立的音乐集聚区也要面临老问题。

一位原创音乐人的生存纪实

赵晔是北京现代音乐学院2006级作曲专业的学生,还有一年他将面临就业、父母“断粮”的现实问题。现在他过着“有可能一个月很多活儿,有可能几个月没活干”的状态。现在赵晔一月开销要五六千元,挣回来的钱只能解决一半的开支,另外一半则靠父母解决。在他身边,有很多师兄弟干了两三年就转行了,但赵晔却想要寻找一条音乐的可持续发展道路。

“80后”的赵晔打算继续自己的音乐梦想。如今他已租下了一套房间用于创作,又花几万元买了一套制作设备,虽然还没毕业,他已经开始积累自己的人脉,寻找谋生的办法。

经过身边的师友和一些经纪人介绍,他不定期地在外地电台录一些节目,推自己的歌曲。但却依旧无法参加北京电台的节目,因为经常是唱片公司在里面打榜推歌,费用大概要几万元一首。“我花不起”,赵晔无奈地说。

赵晔的另一个身份是“演员”,通过经纪人的介绍,他也获得了一些上娱乐节目的机会,但也属于个体散工。现在的电视台,除了名人出镜,也出现了一些“真人秀”式的电视娱乐节目,目标是针对有特殊经历或者职业的年轻一族,比如江苏台的《幸福晚点名》、山东卫视的《爱情来敲门》,这些节目嘉宾一部分会选演员,也有报名挑选的。“我想有发展,多认识一些人。”《爱情来敲门》是档配对节目,赵晔参加的那一期,他的原创歌曲被作为了节目的结尾曲。后来有家唱片公司找到他,但只是曲目的合作,并不想签他。

“现在的唱片公司不会做没有名的新人。所有公司基本不愿意再花钱做CD,港台公司发片也经常只发EP。现在成名歌手的专辑卖上几千张就是很不错的成绩了。”赵晔说,现在通过“快男”、“超女”平台包装出来的新人,很多公司在抢,因为这些人已经拥有了市场的初步检验,有了自己的粉丝群,唱片公司也会选择没有风险的投资。如果一个个体歌手“平白无故”地想去好公司,那么收益就得对半分,甚至有的唱片包装费都得自己掏。

“我现在渴望的是能找到个好点的经纪人,或者签个好点的公司吧。”要想继续音乐创作,在赵晔看来确实挺困难的,身边很多人都是坚持了两三年就转行了,赵晔感觉他现在发展还可以,起码还有露面的机会,至于成名,“靠命吧”。几年以后,如果挣的不够谋生的话转行也是必然的,但想到从小学习的吉他,七八年练习到学院里的专业熏陶,要放弃确实心里比较难受。赵晔决定用演出和音乐创作互相支持,甚至还想做自己的服装品牌,正在进行这方面的积累。

作为本次数字音乐节的承办方,北音邀请了诸多业内前辈召开论坛,结论是“现在的音乐本身没问题,不景气的原因是没有找到好的营销模式”。这次数字音乐节虽然跟音乐产业链的各个环节都搭上了线,北京等地已经出现了数字音乐



“复苏”的新生态,但老问题仍然存在,版权是根本的薄弱环节。

学院、政府力量挑战市场病态

国际唱片协会日前发布的2010年数字音乐报告中提到,全世界音乐产业有超过1/4的收入来自数字音乐,2009年全球音乐的利润上升了12%,达到42亿美元,并喷式增长的数字音乐市场是有待整合的产业金矿。然而,据中投顾问发布的《2010-2015年中国数字音乐市场投资分析及前景预测报告》显示,2009年中国数字音乐的市场规模是18亿元,目前只有5%的消费者消费合法数字音乐,如果版权问题能得到解决,按比例估算,中国数字音乐市场有300亿元的规模,无疑,这中间是市场的巨大亏空。

此次音乐节是由文化部世界民族文化交流促进会及北京市通州区委宣传部主办,北京通州区梨园镇政府、北京现代音乐学院承办,以“构建中国最大的数字音乐产业聚集地”、“打造北京最大的数字音乐交易中心”为目标。旨在依托北京现代音乐学院的音乐教育平台、原创优势力量,汇聚通州九棵树地区优势音乐资源,为数字音乐文化的发展树立新地标。据北音负责人介绍,北音正在和通州区政府洽谈数字音乐基地的授牌问题,明年之前,北京九棵树地区应该会挂上区级文化创意产业集聚区的牌子。如果不出意料,这将会是通州音乐产业集聚区“零”的突破。

主办方之所以选择北京现代音乐学院承办,是因为北音拥有17年的优势教育资源,是全国最大的现代音乐专业学府和音乐传媒教育基地,北京90%以上的录音棚、工作室、80%以上的大型影视剧配乐、录音等工作都有北音学子的身影,北音还拥有丰富的组织策划大型文化交流和展示活动的经验,并拥有大量的包括作品和原创者在内的原创音乐资源以及产、学、研协同创新优势。另外,这里还矗立着林林总总的数字音乐工作室及众多专业录音棚。

歌曲拍卖“百里挑一”

本次音乐节涵盖了八大活动,活动形式多种多样,“2010首届‘中国联通’原创音乐及多媒体作品交易会”、“首届‘中国联通’数字音乐及多媒体作品拍卖会”是本次文化节的两大创新之处。

交易会持续到5月28日结束,共有全国200多家唱片公司、录音棚、工作室汇聚这里,现场进行数字音乐作品、多媒体数字技术以及视频音频设备等交易。索

尼、BMG、环球、华纳中国四大唱片公司更是首度聚首。苦于没有机会的音乐创作人确实拥有了一个实现梦想的平台,拍卖更开启了音乐作品交易的新形式,争取按市场规则使“音乐商品”实现最大价值。

音乐节的拍卖活动争取到了与广东卫视“乐拍乐高”栏目的合作。参加拍卖的9首原创音乐作品进行展演,并由嘉宾进行现场竞拍和点评。据了解,参与“首届原创数字音乐作品拍卖推介会”的9首原创音乐作品均来自于“第十一届全国校园原创作品大赛”的优秀作品。最终,作品《油菜》和《Week up》以3.8万元的高价分别被中唱艺能和优酷收入囊中,这两首歌曲共同获得“最具商业价值”推介证书。《油菜》的词曲作者和演唱者赵浴晨是北京音乐传媒学院音乐制作系学生,他已经在今年“快男”的百度直通区比赛中顺利晋级前五,进入全国300强。另外几首歌曲的成交价也基本在1.5万元左右。

至于交易会的成果,目前组委会还没做统计,但他们认为活动效果很明显。现场共呈现3000多首原创作品进行交易,其中北音作品占大多数,他们从1995年开始每年都有原创音乐大赛积累歌曲资源。据北音负责人介绍,去年的冠军歌曲《说谎》已经卖给了华研国际,李双飞的《拆下你的美》也被卖了,另外,今年北音还有两三个学生签到了北京的唱片公司。

据了解,到场音乐节的通州个体音乐人大概有一百五六十人,然而在北京现代音乐学院的周边,汇集着成千上万才华横溢的音乐人才,再放大到整个北京流行音乐界,无数沉没在“地下”状态的音乐人和音乐资源,还没被市场有效发掘,类似此次音乐节这样的平台,实在是少之又少。

业内一位音乐评论人士指出,现在唱片公司的策略很保守,“买歌不买人”成了普遍现象,就算买下了人,也不代表着有出唱片的机会,一切都要看唱片公司的利润合计。唱片公司一是要挑经过市场初步检验的新人,二是要挑艺人型的新人,因为靠卖唱片已经挣了钱,许多公司的利润来源是整体的艺人经纪。

以此次拍卖会的合作方——国内惟一一档以原创音乐拍卖为内容的电视节目“乐拍乐高”

来说,“乐拍乐高”是国内惟一一档以展示原创新歌、好歌为内容,以明星无限接近真实竞价拍卖好歌为游戏形式、具有潮流意义所指的潮流原创音乐的娱乐节目。据悉,一些视频网站也开始在此栏目“猎取”好的曲目,然而版权维护意识本就薄弱的视频网站,会否把收益合理支付给唱作者,中间的利益怎么分配,本来就是一个谜团。

网络卖歌的“不靠谱”现状

本次音乐节的参会企业里,也包括了一些音乐类网站的身影,像最地带音乐网站、6165影视资源网、中华演出网等等,其中,原创北京网还宣布近期将开辟网上交易平台,为原创作品的交易提供全方位的交易服务,他们希望来现场选购到自己需要的音乐资源。

这些到场者也给音乐市场增添了一道亮丽的身影,它就是现在的一种新生态——音乐交易网站。浏览各类网站,叫卖歌曲就像叫卖白菜一样不在少数。然而业内人士指出,网络音乐交易,不光成交量有限,而且也是“陷阱密布”。

据了解,通过音乐交易网站出售音乐作品的,多为尚在“地下状态”的普通音乐制作人。那都是什么人会网购音乐作品呢?“前两年经营彩铃下载等业务的SP很火,他们会大量从网上买歌,然后放到中国移动等信息平台上。”十三月唱片公司老总卢中强说。言下之意,巨大的利润蛋糕中,唱作者分到的只是几乎可以忽略的部分。还有较多的一群购买人是已经成名的歌手,在网上找“枪手”。“近年来唱片公司对原创作品的需求量已经不大,唱片公司更倾向于和有名的音乐制作人合作。”卢中强说,“网上买卖音乐作品,更多是带有草根特征的民间商户交易,成交量比较有限”。

有网友评论道,发歌到网上的作者,一定要警惕没有版权保护的网站,因为一旦发了这些网上,连微薄的版权费可能也没了。看来,音乐网站卖歌的“靠谱”和“不靠谱”,关键还是在于对方版权保护力量够不够。

运营商筹划产业升级

在此次音乐节上,中国联通不光成为冠名赞助商,也大力推广了自己的iPhone战略。在其展区,体验iPhone的人流不断,iPhone手机销售结果也令他们很满意,展示当天就卖了几十部的手机和众多上网卡。“最重要的是,我们传播了品牌和一种新的营销方式。”中国联通北京通州分公司副局长赵武说。

此前,运营商在数字音乐领域的介入,是以手机彩铃为主的无线音乐。但其强势的分成比例,一直饱受内容商的诟病。此次中国联通和iPhone、乐Phone的合作,不仅表示退出网上交易分成,也表示了网上版权保护的决心,预示着运营商对数字音乐领域的极度重视。“数字音乐正在形成产业链,我们在传播中也要扮演应有的角色。”赵武表示。

商报记者 郑洁/文 图片为资料图片

