

唱片真的已死？

——原太合麦田CEO宋柯“转型”引发的思考

新华社记者 蒋 芳



宋柯与“黄金时代”的太合麦田

近日,原太合麦田CEO宋柯引退转卖起了烤鸭,并抛出了音乐已死、唱片已死的论断,引来行业内外热议一片。记者采访了解到,鼎盛时期曾占全国唱片销量20%的江苏市场如今已经全面萎缩,过去动辄几万甚至几十万张的销售数字如今已锐减至不足千张,超过80%的音像店由于经营难以为继,不得不关门大吉。

音乐产业是否已经穷途末路?还是在严冬中孕育着新的生机?记者对此进行了一番调查。

从曾经辉煌到无利可图

今年年初,宋柯宣布辞去太合麦田CEO一职,转而卖起了烤鸭。他所发表的“音乐已死”“唱片已死”的论调更是令无数音乐爱好者为之唏嘘。

唱片公司难以为继,作为产业终端的音像店更是步履维艰。

早在1992年就入行的江苏音乐人鲁伟告诉记者:“十几年前,引进版权的磁带9.8元一盒,内地歌手磁带6元一盒,不便宜但从来不愁卖。一个著名歌手的磁带发行量动辄上百万盒,1996年到2002年间,光靠任贤齐10张专辑,南京音像出版社利润就高达千万元。我曾经开玩笑说,卖磁带跟发扑克牌似的,嗖嗖的。”那段日子是鲁伟,也是音像业的“黄金时代”。

然而好景不长,2000年前后,盗版开始盛行。《心太软》火了后,大街小巷一天到晚播放,小摊小贩用的全是盗版。”鲁伟说。

没有网络的唱片年代,大众热衷于盗版,而随着网络日益普及,更是无人再为音乐买单。

“如果说盗版碟是偷,网络非法下载简直就是抢偷。”江苏省音像制品分销协会会长冯晶告诉记者

者,随着网络日益普及,各类数码产品如MP3风靡一时,几乎没人再掏钱购买正版音像制品。直至今日,全国音像制品的正版率仅为5%至10%。

盗版与下载带来的直接后果,就是唱片销售的节节败退。据了解,虽然唱片公司集中在北上广,但江苏一直是销售大省。鼎盛时期,音乐制品的销售量占全国20%,录像制品占10%左右。如今,即使在江苏,正版唱片的销售量已不足千张,超过80%的音像店关门大吉,余下的不足20%大多集中在大型超市,音像租赁店更是全军覆没。

“可以说,音乐唱片领域已经毫无利润可言。”冯晶感叹。

下游萎缩拖累上游原创

传统唱片的下滑并非中国独

有,而是全球范围内的普遍现象。但下游终端的不断萎缩,正在日益影响到上游原创。

“在数字音乐时代做唱片基本上是做一张赔一张,没有哪家公司敢大手笔推新人了,甚至知名歌手出新专辑都要反复地做市场论证。”十三月唱片总裁卢中强说。

归根究底,唱片难卖,直接制约了原创音乐的发展。许多音乐公司为了生存,只能让签约歌手不断地跑场子,赚出场费。

与传统唱片萎缩形成鲜明对比,销售却在数倍增长。其中战绩最为辉煌的苹果itunes下载模式,它付费下载和分给版权方70%收入的模式,创造了网络反哺音乐的最佳盈利模式。

音乐人敏群认为,虽然唱片业萎缩,但从大的产业来看,人们获得音乐的渠道正在变得更加丰

富,音乐产业的整体价值也在不断攀升。但苹果模式在中国难以复制,根本原因还在于我国对音乐著作权的法律保护太过欠缺。

“以江苏一个省为例,去年关于音像版权方面的维权案例就有近500件,其中光唱片维权案例就高达300件。但是,除了与KTV的集体收费诉讼能够赢得较为合理的赔偿外,其他案件尤其是涉及互联网的维权案件,最终判决的赔款甚至还不够取证费用,令我们非常尴尬。”冯晶说。

有关专家认为,近日《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》明确提出了将从政府投入保障政策、文化经济政策、文化贸易促进政策、版权保护政策、法制保障政策5个方面加大文化

产业扶持力度,说明国家在政策层面上已经高度重视版权保护问题,下一步还应进一步完善版权立法,加强版权执法,尤其要

尽早赋予录音制作者广播权和表演权,同时进一步提高版权方在移动和网络市场中的收益分成比例。

在一些音乐人看来,寒冬中也并非没有生机。“除了不断呼吁保护音乐版权,作为音乐人,我们也应当与时俱进,不要继续拘泥于原有的经营模式,换一种新的眼光和思路来规划、经营音乐。”敏群说。

音乐产业亟须谋变

数字时代,难道人们就不需要音乐了吗?其实不然。唱片销售虽然下降,但同期数字音乐的销售却在数倍增长。其中战绩最为辉煌的苹果itunes下载模式,它付费下载和分给版权方70%收入

的模式,创造了网络反哺音乐的最佳盈利模式。

音乐人敏群认为,虽然唱片业萎缩,但从大的产业来看,人们获得音乐的渠道正在变得更加丰



有话就说

中国电影：蜕旧变新？

尹 鸿

一课题组发布的2011中国电影国际影响力全球调研数据显示

中国导演与演员海外认识度不高

本报讯 (记者于帆)2月22日,国内首个针对中国电影海外观众的实证调研在北京师范大学发布。该调查显示,国际上最具影响力的华裔导演是李安,演员则是成龙。《功夫片》是外国观众最青睐的中国电影类型,中国导演与演员在海外知名度不高。

“2011中国电影国际影响力全球调研数据”是由北京师范大学中国文化国际传播研究院的学术小组完成。通过对美国、英国、法国、德国、加拿大等9个国家、18个语种的1400名海外观众的问卷调查和访谈,对海外观众对中国电影的接触途径、偏好、文化价值认知等方面进行分析。报告显示,半数以上的海外观众对中国电影知之甚少,中国导演与演员在国外认识度不高。在接受调查的人群中,国外观众对于中国导演认可度排序,李安(55.2%)、王家卫(38%),张艺谋(30.5%),其他如陈凯歌、冯小刚、贾樟柯等基

本在8%左右。而演员当中,中国男演员排名前四的为成龙、李小龙、李连杰、周润发,而女演员影响力较小。

调研报告的第一作者、中国文化国际传播研究院院长黄会林教授表示,外国观众对中国电影总体接触情况不佳,“总体看,有1/3的外国观众对中国电影一点也不了解,近1/5的观众对中国电影多少有一点了解。可以说,中国电影在国外的影响力总体局势相当不好。”

据了解,外国观众认为视觉画面是观看中国电影时最容易接受的方面,而文化差异和对白是构成欣赏难度的主要因素。关于中国电影文化所带来的价值观认知,国外观众主要了解到的是爱国主义、英雄主义等传统的中国文化价值观念,多数受访者表示希望今后多看到中国都市文化和现代社会价值观的影片。

2011年,中国电影市场影院票房不出意外地突破130亿元新纪录,成为仅次于北美和日本的世界电影第三大市场,影院建设向一万块银幕的新纪录进发,3D银幕如雨后天春笋快速增加,电影黑马昭示着电影观众的成熟和分化……

在这些喜讯之外,中国电影市场似乎也显露出显而易见的危机:进口影片在种种调控措施的限制下,强烈冲击着国产影片保持良久的50%的市场份额;大投资的国产动作影片票房成绩大多远远没有达到预期;长期以来支撑内地市场票房的香港制造的电影越来越失去市场号召力;多达近600部的国产影片竟然难以有效填补影院空间满足电影市场的观众需求;新一代电影人的崛起没有能够完全接过去张艺谋、冯小刚、徐克等前辈们手中的枪;来自各级政府各个部门以及社会各种形形色色的非商业性投资和诉求深刻影响电影产业,导致电影市场多要素的供求关系错综复杂,甚至良币遭遇劣币驱逐……

当然,可以预期的是,2012年中国电影产量仍然会居高不下;中国电影市场还能保持20%以上的增长幅度,票房总额预期可以达到150至160亿元;中国电影企业的上市冲动还会继续保持,少数龙头企业将从影片的产品生产向企业的品牌经营升级;一批青年电影人主导的、与网络文化息息相关的中小成本电影会继续得到青年观众的支持;在电影生产仅仅拼钱多势众、头头大的倾向得到遏制的时候,电影的美学智慧和制作诚意将得到更大、更多的尊重;新媒体对视频内容的需求将大大拓展电影的生存空间,大电影产业可能通过互通互联的数字媒体得以

初步形成;年初《大闹天宫》3D版的热闹登场,预示着国产动画电影将继续凭借其市场链的长度和宽度扩展发展空间;3D电影在市场上的不俗表现,会促进国产电影的3D步伐迈得更快更大……从这个意义上说,深度改革10年以来,中国作为世界上增长速度最快的电影市场之一,2012年不是

末日而将是持续前行的一年。尽管如果没有进口电影的进一步放开,电影市场的增幅很难再达到过去的几年的成绩,但中国电影市场的继续扩大,应该是不争的事实。

从2012年进入市场的影片来说,除了来自大洋彼岸的《蜘蛛侠4》、《星际迷航2》、《暮光之城:破晓·下》、《冰河世纪:大陆漂移》等好莱坞大片仍然将成为中国电影市场的主力之外,冯小刚厚积薄发的《温故1942》、陈凯歌重振江湖的《搜索》、王安全姗姗来迟的《白鹿原》,还有乌尔善新作《画皮2》、陆川新作《王的盛宴》、宁浩新作《黄金大劫案》、李芳芳新作《无价之宝》以及王家卫的《一代宗师》等,加上这几年各种“黑马”电影,都注定2012年值得期待,中国电影品质的整体提升将出现良好势头。

当然,中国电影面临的挑战仍然严峻。各种动机不纯的资金流入电影制作行业带来的过度急功近利,甚至造成不少电影缺乏起码的电影常识和电影尊重;缺乏强力遏制和行业监管的各种商

业和政治诉求对电影市场的公平公正透明诚信造成肆意破坏;电影专业技术人才、创作人才、制片人才的匮乏带来中国电影整体制作水平的不足;曾经大出风头的香港电影人呈现出的强弩之末态势造成商业电影真空难以立即得到填补;越来越复杂的社会政治环境造成电影题材空间的狭小和电影创作自由的受限;社会主流价值的错位还会继续造成电影美学和电影表走向拜金主义、拜物主义、拜技主义的迷失……这一切,都将是2012年中国电影发展必然要回答的考题。答卷的好坏,影片才能给出答案,而越来越成熟的观众才能给出最后的评判。

过去10年,中国电影的高速发展带给了国产电影蓬勃的商业动力。同时,“身体走得太快,灵魂跟不上”也不仅是当今中国的社会现实,也是中国电影市场能力提升快于审美文化提升得现实写照。随着大制作古装动作片的失宠,香港制造的武打、搞笑、警匪等类型影片的逐渐老化,上一

年度一批“接地气”的中小制作都市电影的崛起,关怀现实人生的艺术影片逐渐丰富,年轻一代电影人崭露头角,中国电影期待已久的转型也许正在到来。当然,重装转型需要过程。这过程是否顺利,既依赖于电影创作的政治文化环境是否更加宽松,也依赖于电影生产的市场环境是否更加良性,更依赖于电影人对过去10年电影产业化道路的经验教训的反省是否自觉。技术进步与人文价值的融合、艺术创作水平与商业运作能力的同步、现实关怀与视听娱乐的统一、传统资源与普适价值的交融、艺术想象力与工艺执行力的互动,都将决定着中国电影蜕旧变新仅仅是一个开始,“故事才刚刚登场”。

影视人语

钱建平：“航母”助力“中国风”

作为中国规模最大的美术电影制片基地,上海美术电影制片厂素有“中国动画梦工厂”之称。近日,上海美影厂厂长钱建平仔细了解了“东方梦工厂”的合作方式、业务领域后,表示自己感觉“东方梦工厂”的成立正好契合中国动画这两年的发展需求。这些年,包括美影厂在内的中国动画界,刚认识到动漫产业应该怎么走,而“东方梦工厂”几乎一举囊括整个产业的方方面面,“梦工厂是航空母舰一样的企业,产业方面比较齐全,这次的合作很全面,前段有技术研发、动画影视制作,后段有衍生产品、演艺娱乐,还有主题乐园等,应该说是汇集了动画产业比较成功、成熟的模式。”他表示,去年中国动画已经达到了20多万分钟的制作量,但总体来说缺乏市场

认可的精品。梦工厂的成熟体系与中国元素相结合,无疑有助于中国动画走出去,走入美国好莱坞,让世界各国观众接受。“梦工厂之前也用过中国元素,效果很好,比如《功夫熊猫》。而对中国动画来说,很多元素都在我们自己家门口,要走出去,关键是表达,一是怎么讲故事,二是风格、影像系统怎么得到认可。这正是我们欠缺的。梦工厂若能带来先进技术,并启发创意,加上他们一整套体系,无疑能加快中国动画的发展壮大。”

同时,钱建平看好“东方梦工厂”的前景,并提到,美影厂在国际动画界被称作“中国动画学派”,在传统风格的中国动画方面预计会和“东方梦工厂”有很多合作,希望将动画“中国风”吹向世界。(来源:时光网)

姚建疆:视频网站版权混战阶段即将结束

近日,芭乐CEO姚建疆表示,视频网站版权混战阶段即将结束,将进入健康发展阶段。因此,新媒体进入内容将得到快速的发展,内容将更加细化以满足不同人群的观影需求。

“为此,我们将2012年定为战略年,将在各个细分领域继续发力,继续推动新媒体自制内容快速发展。”姚建疆称,根据市场和用户的需求,芭乐今年将推出四大类型、15部精彩大片,开启新媒体影视剧主题季,分别为幽默季、纯爱季、英雄季、悬疑季。

业内专家认为,目前芭乐

新媒体影视剧制作水平已经较高。基于互联网庞大的用户群为基础,新媒体影视剧比传统作品影响力更大。以《青春期》系列新媒体电影为例,目前播放量已经突破了7亿次,这个数字是传统院线无法想象的。此外,专家还表示,随着行业的发展和市场以及用户的需求,新媒体影视剧市场也将根据受众人群的不同而更加细化。姚建疆透露,2012年芭乐将深耕细分市场,推出在汽车、房地产、医药以及快速消费品等多个垂直领域的自制视频内容。(来源:和讯网)

迪特·科斯里克:华语片水平不稳定

第62届柏林电影节于柏林时间2月18日晚落幕。华语片《白鹿原》摘得摄影银熊奖。本届柏林国际电影节主席迪特·科斯里克在采访时表示,华语文艺片仍缺乏稳定性,并期待张艺谋能带新作品来参赛。

当记者问他如何看待中国电影近些年的发展,是否觉得过度商业化在吞没中国的艺术电影时,迪特·科斯里克认为,中国电影的商业化正在飞速发展,而柏林电影节很早就

在关注中国电影,并对中国电影的发展有着浓厚的兴趣。中

国导演张艺谋、王全安都获得过金熊奖,而他也希望看到中国出现更多的艺术电影来柏林参赛,更希望这些艺术片在中国国内受到关注。但现在中国的文艺片常常是一年好,一年坏,缺乏稳定的发展。“我想告诉大家的是,柏林电影节的大门将永远向中国电影开放,而且我们希望看到更多的年轻导演带着他们的文艺作品来到这里,柏林将是他们展现自我的舞台。”迪特·科斯里克说。

(来源:《扬子晚报》)(于 帆 整理)

▲第84届奥斯卡颁奖典礼将于美国当地时间2月26日晚(北京时间2月27日清晨)在洛杉矶柯达剧院举行。尽管本届奥斯卡因为提名影片的黯淡、北美本土势力的不济而备受业内人士奚落,但作为当前世界上影响力最大、历史最悠久的年度电影颁奖盛事,本届颁奖礼照例吸引到好莱坞及世界各地的大批电影明星出席。

在目前奥斯卡组委会已经确定的嘉宾名单中,迈克尔·道格拉斯、汤姆·克鲁斯、汤姆·汉克斯、安吉丽娜·朱莉等明星将作为颁奖嘉宾。而获得提名的乔治·克鲁尼、布拉德·皮特、梅丽尔·斯特里普等新老红星也都将盛装亮相。图为2月22日,在美国好莱坞,摄影师们拍摄为奥斯卡颁奖典礼准备的海报。

新华社发(赵汉荣 摄)