

网络音乐付费下载时间难定

高品质的音乐和服务是付费前提

罗杰

在线听音乐全部收费存在时间进度计划的说法被否定。前不久,北京市版权局有关负责人表示:“目前数字音乐还不会采用全部收费的方式,但付费下载可以成为音乐网站经营服务的方式之一,版权部门将支持这种方式的建立。”

实际上,在为听众提供音乐服务方面,一些企业在盈利模式上已经有了新的探索。目前,多米音乐的付费服务分为包月和单曲收费两种方式,豆瓣FMPRO以包月的形式为消费者提供无广告收听和高音质下载服务,而QQ音乐也采取用户付费成为绿钻之后享受类似服务的模式。虽然收费较低廉,但已经是现在消费者从免费收听、下载音乐向收费阶段过渡时期所能承受的较高收费水平了。

然而,对于在线听音乐收费一事,很多业内人士并不十分关心。他们关心的仍是如何做好自己的产品,以满足更多听众的需求。正如某业内人士所言:“移动互联网时代,做好产品体验,为用户提供优质服务,积累更多的黏性用户是当前网络音乐厂商们最应该做的事情”。

需要完善的产业链

过去几年,关于网络音乐收费的问题屡屡被各方谈及。在去年12月举办的2012音乐版权保护与产业发展论坛上,中国音像协会唱片工作委员会秘书长卢建曾表示,探索付费模式是未来我国音乐发展的唯一道路,如果再不建立合理有效的商业模式,整

个中国音乐产业将面临崩溃。

实际上,近年来,音乐制作方、唱片公司、网络音乐内容平台商都在为数字音乐收费努力。从网络音乐内容平台商来看,2012年10月以来,以百度、腾讯、酷我、酷狗、多米、虾米为首的的网络音乐企业相继推出以正版付费音乐为目标的产品整合和战略布局,希望通过多家企业共同努力搭建一个良好的中国网络音乐用户付费的行业环境。

据了解,目前网络音乐企业变现的方式主要有以下几种,第一种是以QQ音乐、多米音乐、豆瓣FMPRO为代表的会员增值包月收费模式;第二种是以酷我音乐、酷狗音乐为代表的网页游戏联运变现模式;第三种是以百度音乐为代表的广告收入变现模式。

不过,在互联网时代,人们已经习惯了免费在网上收听、下载各种音乐,很少有人顾及这些音乐来源是正版还是盗版。从收听效果上看,盗版和正版的音质也相差不多,这也是用户习惯免费的原因。“从这个角度看,对于网络音乐,用户可以‘买单’也可以‘不买单’,而买不买只是取决于用户的付费意识,这种建立在意识上的商业模式和一棵建在沙滩上的房子有什么区别?”在近日一场有关网络音乐产业的交流活动中,知名媒体人胡思客发表了这样的看法。在他看来,我国的网络音乐产业链条目前还没有打通。

胡思客所说的产业链没有打通是指过去几年音乐的内容方、渠道方和硬件设备供应商始终处

于各自为政的局面。比如说,过去卖音响的厂商只管卖音响,不会理会消费者拿它是听流行音乐还是古典音乐,但实际上这两者是相互依存的关系;内容的消费带来音响等硬件设备的消费,硬件设备的普及又带来内容市场的繁荣。此外,产业链上的其他各方也仅仅是从各自立场和利益出发。“单纯‘听’音乐的需求在互联网上已经消化完毕,如果还想在音乐领域有所作为,应该致力于提供比‘听’更好的音乐体验,而在产业链条没有打通之前,收费将是无源之水。”胡思客说。

在不少业内人士看来,在当前的市场环境下,收费下载或者付费订阅所能产生的价值远远不足以支撑整个产业的发展,更不能指望从这一次的“收费”里获得什么裨益。

移动互联网带来的巨大机遇

纵观我国音乐产业走过的历程,从黑胶唱片到磁带,从磁带到CD,从CD到网络音乐,实际上,每一次音乐源形式的变化都会带来音乐制造业的革命,每一次革命都蕴藏着巨大机遇,而当前的移动互联网时代,各种机遇接踵而来。

根据文化部最新发布的《2012中国网络音乐市场年度报告》显示,截至2012年底,我国在线音乐市场和无线音乐市场的用户规模已分别达到了4.3亿和7.5亿。并且,很多用户已经开始直接通过手机下载音乐,而且也乐于尝试付费行为。除了价格不贵的因素外,能够获得高品质的视听

享受是这些用户愿意付费的重要原因。

今年初开始试水付费下载的多米音乐就尝到了甜头。多米音乐总裁石建平表示:“手机音乐能够成为网络音乐收费的突破口,但需要增强手机音乐的社交化功能,让用户有更多的交流分享,加深用户的音乐体验感,用户才有可能为适合个人需求的音乐内容或服务付费。”

网易也在近期推出了云音乐产品杀入网络音乐市场。“移动互联网结合社交是音乐行业的一场变革,同时更是新机遇,将为用户提供前所未有的体验,形成新的音乐生态圈,孕育新的商业模式。”网易音乐高级总监王磊表示。音乐的传播、体验和消费方式正在发生革命性的变化。移动智能终端迅速成为音乐体验的主要方式,同时音乐的社交属性凸显,用户的互动性和创造性已成为核心要素。

业内评论人士张书乐认为,这些企业利用移动互联网打造的互动音乐社区,以社交为核心的K歌服务模式受到了很多用户的青睐。但最重要的是移动互联网创造了付费的可能。“在传统互联网上,网络文化产品如数字音乐不可避免地被盗版和山寨所困扰,而在移动互联网上,这些问题已经有破解之道了,且无论你的智能手机是否越狱,内容付费都会发生作用。”他说。

另据《2012中国网络音乐市场年度报告》显示,截至2012年底,我国在线音乐市场规模达到18.2亿元,比2011年的3.8亿元增长了379%。此外,无线音

乐市场规模也稳步增长,全年市场规模达到了27.2亿元,同比增长13.3%。

软硬结合是新方向

移动互联网时代,人们为了获得极致的音乐体验愿意付费,但要获得这种极致的音乐体验不光要有“高品质”的音乐,更要拥有较好的播放设备。“有没有可能制定一种行业认可的标准让大部分软件和硬件的提供者遵循,有没有一种既便携又能与手机共存的播放设备可以播放高品质的音乐内容?”而这正是网络音乐产业链各方目前正在努力的方向。大多数业内人士表示,软硬结合是网络音乐未来发展的趋势。

不过,对于如何软硬结合,目前大家还没有一个很清晰的方向,在近日举办的2013全球移动互联网大会的展览现场中,一家厂商展示的一款设备很受推崇,也许可以当成未来软硬结合的雏形:一个云端、管道、终端一体化的播放设备,该设备采用DRA格式将音乐源高保真压缩,以较小的内存还原最原始的音质;没有屏幕,联网后通过智能手机App来控制,从合作的几个云端音乐内容方获取音乐。

也许未来的网络音乐就是这样:通过软硬结合提供黑胶般的音乐源,并且在便携的硬件终端上展示出来,让消费者心甘情愿地为这种差异化的服务“买单”。不过这仍然需要市场培育,让听众明白“听”音乐和“欣赏”音乐是有差别的。

新华社发布《中国新兴媒体发展报告》,预计“十二五”期间

我国互联网服务业收入年均增长超25%

本报讯(记者周志军)《中国新兴媒体发展报告(2012—2013)》(以下简称《报告》)5月15日由新华社新媒体中心对外发布,近10万字的《报告》中详细阐述了2012年我国新媒体产业发展总体态势、发展特色,以及已制定出台的一系列产业扶持政策,并对2012年互联网、移动通信和数字技术在新媒体产业中的具体应用进行了分析和梳理。

《报告》指出,2012年,日益呈现出网络化、全球化、全民化、移动化、融合化、社会化发展的新兴媒体已经成为人类有史以来最强势的媒体,并深深“植入”中国政治、经济、文化和社会领域。首评、监督的方式日益多样,网络问政、微博反腐成为热点,党和政府也主动运用新兴媒体提高执政和服务社会的能力,积极开设微博、推行网络政务公开,新兴媒体深刻地改变着党的执政方式和人民大众参政议政的形式。其次,在经济领域,新兴媒体产业极为活跃,中国新媒体经济不断迈上新台阶。据统计,2012年我国电子产品进出口总额达到11868亿美元。中国物联网产业市场初具规模,移动数据和互联网业务发展迅猛。《报告》预计“十二五”期间,我国互联网服务业收入年均增长将超过25%,突破6000亿元人民币。在社会文化方面,新媒体带来了崭新的生活方式和文化平台,给人

们的社会生活带来了方便,并不断催生出的网络文化。此外,在新闻舆论传播领域,移动化的新媒体在传播理念、传播方式和传播内容上具有崭新的特征,在发展规模、传播功能等方面后来居上,呈现出融合和超越传统媒体之势。功能不断拓展的新兴媒体与社会的融合趋于深化,已成为全面推动中国社会成长的新力量。

同时,《报告》指出,新兴媒体是一把“双刃剑”,在促进国家经济、政治、文化、社会发展等方面发展的同时,也给我国政治、文化、社会发展带来了严峻挑战。《报告》显示,2012年,全球互联网站数量已增长至6亿多个,平均每10人就拥有一个网站。数量庞大的网站形成了巨大的虚拟空间,深刻影响着现实社会。因此,当前,我国与新媒体发展相关的法律法规建设亟待跟进,加强互联网治理和规范新兴媒体产业,应该成为我国社会发展的重要内容。

《报告》建议,中国应坚持走有中国特色的新媒体发展之路,进一步从国家发展战略的高度重视新兴媒体建设,加大对企业的支持力度,加快发展宽带,着力推进互联网普及,加强城乡区域协调,抓住“宽带中国”战略机遇,大力发展新兴媒体应用,扶持北斗卫星导航系统、云计算、物联网的进一步商用,同时应进一步规范新兴媒体市场秩序,探索不断推进产业健康、可持续发展的新兴媒体治理之道。

起点中文网升级作者福利

本报讯(记者于帆)经过两个月的调整,5月14日,盛大文学旗下的起点中文网新管理层首次公开集体亮相,盛大文学副总裁崔嵬兼任起点中文网COO一职,上任后负责网站日常运营及总体管理。副总经理和常务副总编辑分别由周奕明、陈冲担任。

据盛大文学CEO侯小强介绍,近两个月来,起点作者、作品数不降反增,新注册作者数环比增长70.1%,新作品数环比增长62.1%。同时,起点中文网在11周年年庆之际推出新的福利计划,即在原有福利计划的基础上,针对不同网络原创作者的不同生存现状,对作者的基本收入保障、医疗保障、奖励制度、收益分成等方面都做了提升。该计划涵盖起点中文网全部作者群。

另据了解,起点中文网在4月成立了盛大文学编剧公司,5月与YY语音达成战略合作打造“美女读书”栏目,线上线下深入互动,在更多渠道上进行开拓。对此,有分析人士称,对于起点中文网而言,真正的创新和商业化刚刚开始,国内网络文学产业正迎来更多的机会。

近日,巨型二维码亮相安徽合肥森林公园。据了解,该二维码长宽均为80米,其中绿色区域为草坪,白色区域用石子铺就。游客使用智能手机和平板电脑扫描后,将能听到风声、雨声、鸟叫声等与森林有关的音乐。图为5月15日在合肥森林公园拍摄巨型二维码。

新华社发(王志强 摄)

3D打印:产业化尚远 概念股价飞天

何欣荣 叶锋

像电脑一样走进千家万户?

3D打印几乎颠覆了传统制造模式。那么,它将会给百姓的生活带来何种影响?

首届中国国际技术进出口交易会上,3D打印成为人气展区,现场展出了许多3D打印的玩具、工艺品等。据了解,这些玩具、工艺品等使用一台小型3D打印机就能完成,每台机器售价在6800元左右。

如果家庭里有这样一台小型3D打印机,让孩子们能随时把创作变为现实,对培养青少年的想象力显然大有好处。但事实不是这么简单,在现场我们看到一只3D打印的鞋子,看上去模样不错。但拿在手中才发现,这双鞋不是石膏材质的,只能看不能穿。这说明,3D打印一定程度上受到打印耗材的限制。据了解,目前的3D打印材料包括塑料、树脂、金属粉末和石膏粉等。如果用3D打印机打印一部手机,大致的模型可以打出来,但内部的集成电路还需外部购买。

此外,对付精度不高的创作,小型3D打印机足矣。但到

实际应用领域,可能需要一台大型3D打印机,其售价往往不菲。在交易会现场展出的部分美国、以色列产3D打印机,价格大都在40万至60万元人民币。

正是因为价格昂贵,所以3D打印机目前90%以上的客户是企业、私人购买很少。国内有企业推出3D打印在线服务平台,只要客户把三维模型传上去,对方就能帮你打出来。但据工程师介绍,这种打印服务按克收费,每克至少10元钱。也就是说,打印一个50克的小物件,至少要500元,显然价格还是偏高。

概念股价飞涨 或透支未来潜力

美国两大3D打印机巨头之一的Stratasys公司华南区经理吴家浩表示,目前该公司已在全球售出逾2万台3D打印机,下一步将大力开发亚太市场。在我国,3D打印已入选国家863计划。有专家预测,未来3年内我国3D打印市场规模将达到百亿元级别。

这样的发展前景,引来资本

市场的追捧。今年以来,A股的3D打印板块累计涨幅超过20%,而上证指数同期微跌。一些概念股如中航重机、海源机械,今年以来的涨幅分别达到90%和65%。堪称弱市中的风景线。

但卢秉恒指出,当前我国的3D打印技术至少存在以下瓶颈:打印成本偏高,每克成本10元至100元;可用于新品研发,但大规模工业生产还不现实;打印效率偏低,每小时打印100至3000克;打印产品的精度不能令人满意,强度也有待论证。此外,针对美国已经制造出世界首支3D打印手枪的消息,有业内人士指出,如果不进行规范,恐怕会给社会安全带来隐患。如何规避这一技术的负面效应,是今后的重要话题。

基于种种约束,安信证券在一份最新的报告中指出,3D打印可能在五年后才有望广泛应用。目前一些布局3D打印的公司,短期象征意义大于实际效益。

“3D打印不是万能技术,也不会取代传统制造业。要以科学的态度、适当的期望值,来促进这个产业的健康发展。”卢秉恒说。

网络音频

当诗歌遇到网络

周骥

新媒体时代背景下,人们的阅读习惯越来越依赖于互联网与移动信息技术,各种电子设备移动终端的开发加速了技术对文学生态的改变。从诗歌专业网站、诗歌网络论坛、博客空间到微博、微信等网络互动工具上的诗歌相关内容,互联网上到处可以看到诗歌的身影。可以说,互联网的出现拓展了诗歌传播的空间,沟通快捷、海量信息库、便宜的访问、高效搜索功能以及迅猛的科技进步激发出的对新世界和未来的奇异想象,则改变了诗歌的生成与传播生态。与此同时,互联网也改变了诗歌的阅读和批评方式,在传统的文学场域之外,互联网既在诗人群体和学院批评之外另辟了一个新的空间阵地,又能够激发出一种自由穿行于现实和虚拟世界,或不如说是拟真与想象世界的新疆域。然而,重要的是,互联网与移动传媒正在用新技术悄然改变着我们的阅读基础。

作为诗人和批评家,我期待当代诗歌能够获得广泛传播,参与到现实的文化建设中来,成为汉语言文化在当代的积极能量,或批判或质疑或建构。但是,理论上的空谈是没有意义的,切实的行动要靠有资源、有魄力的“文学代理人”来实现。互联网不会自动产生出有助于诗歌传播的行动者,我们也不能对商人和读者说诗歌更适合这个时代的阅读,这不切合实际。我们只能不断呼吁诗人、出版人以及读者,本着对严肃文学的热爱和对促进文化发展的理想,不断加入到推动新媒体时代的诗歌传播的行动中来。(来源:人民网)

警惕App平台管理混乱吞噬移动网创新力

葛鑫

在移动互联网领域,一个已经被业内各方所看到的事实是:刚刚过去的3年间的移动网发展大潮起落中,只有手机游戏类App自始至终处于最创新、最耀眼的位置,成为了当下App经济的主体现金流贡献者,并且这种局面愈发明显。但与PC(个人电脑)时代迥异的App经济,由于作为主要现金流的游戏群体本身不适合做平台并且过于分散,因此,也导致了一些移动互联网生态中畸形病状的出现。其中最明显的就是App渠道平台的挟成自重与管理混乱,且有愈演愈烈之势。它如一股逆潮,正在吞噬着整个移动互联网的创新力,即使是手机游戏行业本身也正在被这股逆潮所吞噬。

有人说,属于创新和个人开发者的App平台沦陷了。它的严重后果是,时至今日,平地起家的游戏开发者已经基本不可能(除非有极佳的创新)成功,靠创新与深耕细作成功已经越来越难,规则苛刻的联合运营、刷榜单、前置付费点和题材雷同成为了这个本来最具创新领域中的“流行病”。但这些问题也并非App渠道平台自身有意为之,而是由于在近3年的发展过程中,整个产业的要素缺失与结构不合理所导致的非正向循环。(来源:新浪科技)

微博自由发言也应有度

何勇海

“你说的驴唇不对马嘴……你就是个狗汉奸……”北大教授孔庆东因在微博上说的一句话被网友告上法庭。近日,北京海淀法院一审判决其公开道歉并赔偿被告精神抚慰金200元,给付公证费1000元。近年来,随着博客、微博兴起,网上公然骂人现象频频发生。这些微博骂战现象,严重有损互联网健康环境。

事实上,抛开孔庆东被罚的判例不谈,微博用户(哪怕是名人明星)在网上自由发表言论时,都应该有个“度”,不得随意侵害他人名誉权等合法权益。但愿从孔庆东被罚开始,每个网民都能以一己之力规范微博文化,维护网络文明。微博对丰富我们的精神生活具有积极意义,每个网民都应该维护它,避免微博成为相互谩骂以泄私愤的空间,否则,人人都有可能被他人博文所伤害。(来源:新华网)

(木岩 整理)

