

移动互联背景下,国家相关部门对音乐版权越来越重视。“最严令”的发布,将会改善网络音乐秩序混乱的状态

网络音乐“正版付费”时代即将到来

■本报记者 徐 潘

从磁带到CD光盘,再到数字时代,音乐也经历了从收费到免费的过程。如今,互联网浪潮下,音乐或视频的版权、收费成为新时代音乐发展不可避免的问题。

作为文化软实力的重要组成部分,公开数据显示:我国2015年音乐产业市场总规模或将突破3000亿元。

然而,在庞大的音乐市场规模中,中国音乐著作权协会的版权收益却不足百分之一,而这一数字在欧美、日本等音乐产业发达地区所占比高达70%以上。

事实上,我国音乐版权问题由来已久,一直是我国音乐产业发展的薄弱环节。近年来,国内音乐产业的各利益相关方对于盗版问题的危害逐渐有了深刻认识和切身体会,开始自发加入维护正版音乐利益的行列,但效果平平。

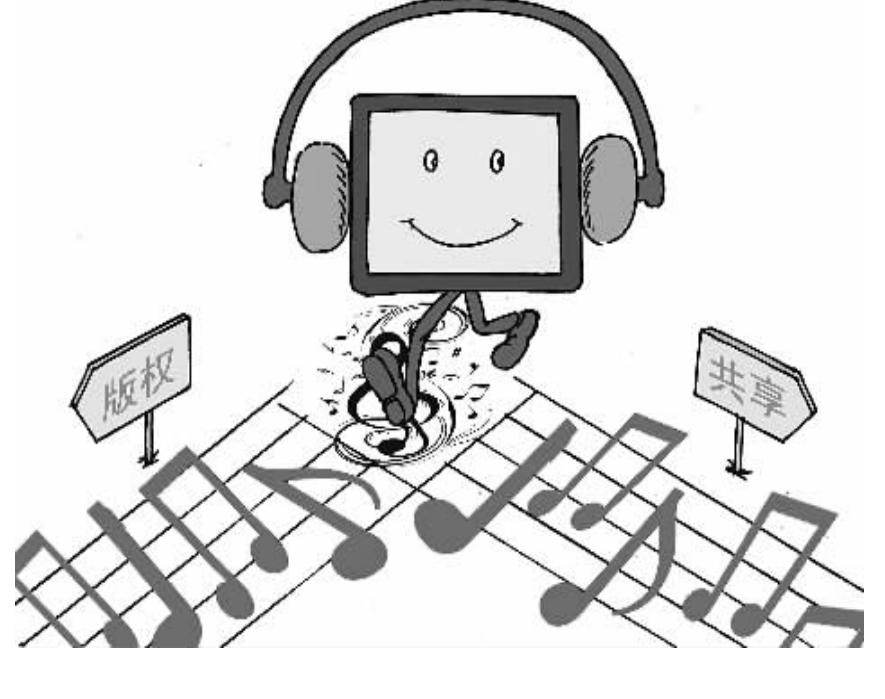
据国家版权局统计,去年年底以来,网易云音乐、QQ音乐、虾米音乐、酷狗、阿里音乐等平台相互之间版权之争不断发生,光网易云音乐这一家状告酷狗音乐侵权就多达37起案件。

在此背景下,国家文化部在《2014网络音乐报告》中指出,2014年中国网络音乐市场中,在线音乐市场规模仅为51.2亿元。网络音乐、视频播放业务在商业模式方面依然没有获得突破,曾经抱以期望的高品质音乐付费下载服务(或称VIP会员服务)并没有得到市场的热烈回应,用户付费率低使其难以成为核心商业模式。

改变中国音乐产业生态

音乐产业面对的是一个较为典型的长尾市场。听众需求多样,为独立音乐人的提供差异化产品提供了市场空间。很多高水平的原创产品,在互联网平台的分享过程中火爆起来后,才签约进入主流唱片市场。

而这种独立音乐的存在,对保持音乐产业的多样性和创造力至关重要。遗憾的是,盗版产品对于这种线上独立音乐的冲击较唱片



移动互联背景下,国家相关部门对音乐版权的越来越重视,也给我国网络音乐实现“正版付费”带来了机遇。

赵国品/CFP

公司模式更大。唱片公司因为兼营经纪业务,在与盗版音乐的斗争中也有一定的资源可以利用,不会完全坐以待毙。但独立音乐人在面对盗版产品时,往往束手无策。

与全球的音乐产业生态相似,中国的音乐产业在服务提供商环节同样分成音乐链、版权链、演出链三条子产业链。但因为受盗版问题的困扰,这三条子链的现状可谓冰火两重天。

音乐链至今仍在生死线上挣扎,版权链同样因为正版保护不力而一度难以维继。音乐演出链受版权问题冲击较小,成为目前支撑整个中国音乐产业的最主要盈利来源。

腾讯研究院发布的《2015年音乐产业发展报告》中指出,这种被改变的中国音乐产业

下线了未经授权音乐作品共计220万首。其中,百度音乐、一听音乐下线的侵权音乐作品,竟超过60万首。

由此可见,当前国内的网络音乐平台市场已近失控状态。

此次网络音乐版权市场的大清洗受到了音乐作品权利人和社会公众的广泛好评,网络音乐版权秩序明显好转。然而也有一些网民担心,此举是否意味着网络音乐全面收费的时代即将到来。

对此,国家版权局版权管理司相关负责人日前在接受记者采访时表示,加强网络音乐版权保护并不是要求网络音乐全面收费,而是要求网络音乐服务商不能以免费提供音乐为由,不经权利人许可就使用音乐作品。

业内普遍认为“最严令”的发布,在执法层面,为市场机制增添了一道防护,一定程度上将会改善网络音乐秩序混乱的状态。“此前大手笔揽入音乐版权的大型音乐平台,将尝到版权收割的甜头。”

事实上,在国家版权局出手之前,腾讯、海洋和阿里等大网络音乐服务商,已经自发建立起一种音乐版权的秩序。一方面通过大量收购版权,扩充和丰富自己的音乐库,并在国内市场做独家;另一方面通过这样的买断,确定自己在业内的影响力,清洗掉了一些中型的盗版音乐平台。

在此背景下,也有业内人士指出,单一靠版权局的禁令,以及各大音乐服务商不惜代价地收购版权,并不能解决所有的问题。中国音乐产业的现状,决定着中国网络音乐服务商有可能要走一条和美国数字音乐产业不一样的路。“最严令”对中国音乐产业来讲只是开始,并不代表万事大吉。

互联时代的机遇和出路

移动互联背景下,国家相关部门对音乐版权的越来越重视,也给我国网络音乐实现“正版付费”带来了机遇。

网络音乐市场混乱了多年之后,在国际大环境和国内政策环境的双重打压下,内地音乐平台也急于通过资金投入等措施洗白自

己的版权。

但如何在移动互联时代从技术层面、法律层面、全社会层面分析借鉴国际经验进行反盗版,促进我国音乐产业“规范化”发展,才是接下来急需探索的问题。

众所周知,欧美音乐产业的发达,是靠一套行之有效的版权制度维持的。一张唱片,从创作、录制到发行,涉及到各种各样的权利人,所以必须有一套制度来维护各方利益。

中国的唱片业不一样。从上世纪九十年代初最早的艺人包装开始算起,国内的商业音乐体系的发展不到十年,青春期都没到就一头撞上了互联网,不但没给版权发展留够足够时间,还把大量的问题留给了互联网时代。

近年来,得益于版权意识的觉醒,音乐行业从业者组织起来维护自己的利益,音乐版权的闭环逐渐成型。

2013年4月,北京市版权局推出《数字音乐版权收入倍增计划》,要让权利人的收入翻一倍,参加计划的企业或者唱片公司收入营利增加一倍,让原创音乐的作品增加一倍;2014年4月,首都版权联盟、百度联盟与国际唱片业协会中国代表处合作开展的“清源计划”,切断了盗版音乐网站的广告收入。

与此同时,在有了唱片业发展的惨痛教训后,近年来我国内容提供商越发注重对版权内容的保护,音乐行业内领先企业已经开始拿起法律武器保护自己和内容提供商的合法权益。例如,QQ音乐控告网易音乐、环球音乐对天天动听网易和虾米侵权发出警告、酷狗起诉网易云音乐等。

这一浪潮已经不再限于音频领域,在网络视频方面,打击盗版的浪潮正在形成。2013年11月,优酷土豆、搜狐视频、腾讯视频等十多家网站发布了“中国网络视频反盗版联合行动宣言”,并对快播公司和百度公司起诉。2014年4月和12月,快播公司分别面临着来自盛大网络和深圳市市场监督管理局的天价罚款。2014年11月,射手网和人人影视被关闭。

一系列行动都预示着我国打击盗版内容的决心,盗版的成本正在被拔高。未来的中国音乐市场“规范化”将是市场发展的硬要求。

互联网保险上半年收入逼近去年全年水平

据新华社电 中国保险行业协会(中保协)17日发布消息,2015年上半年我国通过互联网渠道销售的保险累计保费收入816亿元,是上年同期的2.6倍,占行业总保费4.7%,这一收入已逼近去年互联网保险全年保费水平。

中国保险行业协会17日在北京举行新闻发布会,对外发布了《2014互联网保险行业发展报告》。报告显示,互联网保险已成为拉动我国保费增长的重要驱动力。

中保协透露,今年上半年互联网销售的保险产品中,互联网财产保险保费收入363.2亿元,同比增长69%,占险种累计原保费收入的8.5%;互联网人身保险保费收入452.8亿元,首次超越互联网财产保险,对互联网保险保费增长的贡献率突破70%。

山东压缩煤炭产能 推动煤矿“机器换人”

据新华社电 (记者陈灏)面对煤炭市场低迷的行情和煤炭企业大面积亏损,山东省近期提出实施煤炭生产总量控制,将山东省今年的煤炭产量限制在1.46亿吨以内。

近十年来,山东省原煤产量一直稳定在1.5亿吨左右,去年产量为1.48亿吨。近期,山东省煤炭工业局提出,监督煤炭企业严格按照核定能力组织生产,严禁超能力、超强度开采。

此外,为推动更多煤矿实现安全生产“零死亡”目标,山东煤矿安监局与山东省煤炭工业局联合提出,推进煤矿开展“机械化换人、自动化减人”科技强安专项行动。通过调整系统和推行煤矿综采工作面,井下辅助运输、生产保障系统智能监测控制等领域的机械化、自动化,到2018年6月底,实现高危作业场所作业人员减少30%以上,从而大幅提高煤矿安全生产水平。

新一代全球卫星通信网络将提升传输速率

据新华社电 (记者张家伟)经过数月部署后,美国卫星通信企业国际海事卫星组织17日宣布,将在8月底发射其“全球宽带网络”(GX)的第三颗组网卫星,构建新一代移动通信服务,其传输速率比上一代系统快约100倍。

据这家公司介绍,GX系统的组网卫星都是由美国波音公司制造,前两颗卫星目前已发射入轨。如果第三颗组网卫星发射成功,国际海事卫星组织预计最快在2015年年底“全球宽带网络”就可以开始提供通信服务。

宋河基金会资助贫困生上大学

本报讯 8月16日,河南省宋河老子国学教育基金会“传递爱,让梦想飞”2015年百万助学活动在河南郑州举行,203名贫困大学生新生得到该基金会每人一万元的助学金。

据悉,宋河教育基金会成立于2010年7月,是由宋河酒业有限公司独家出资组建的一家非公募基金会组织。五年来,致力于弘扬国学、资助教育。资助家境贫困大学生1023名;向全省40多所小学赠送新华字典15万多本,其它图书8万多册;向郑州大学等103所河南省内高校捐赠价值200多万元的国学图书6万余册;帮助三所中小学校修建教学楼、图书馆;给2800多名农村中小学生每人资助600至2000元不等的午餐费、生活费。

(一鸣)

90后高空舞者

本报讯 10秒钟,将平台准确升至铁路接线网旁,3分钟,一套承载铁路供电接触网的腕臂组装完成;8分钟,一个铁路区间内的分段绝缘器组装调整完毕,动作麻利干净。呼和浩特供电段南场接触网工区职工——90后年轻人陈龙在距轨面7米的高度上演绎出一名高空舞者的曼妙舞姿。陈龙4年间像猴子一样穿梭于接触网间,对他自己高标准严要求,很快成为接触网维护的骨干力量。

随着动车开行,陈龙所在的工区担负了包括线接触网161条公里、8组线岔、20组分段绝缘器的维修保养任务。他负责的作业组从未发生过漏检、漏探的问题,设备检修率和确诊率连续多年保持100%。

(唐者 刘锦波)

党员服务队送安全进社区

本报讯 8月10日,河南民权县供电公司营销支部共产党员服务队来到县城东区居民社区开展电力服务送安全活动,他们把夏季安全用电、节约用电的宣传手册送到居民手中。

进入盛夏以来,城乡居民家庭的空调、电风扇等家用电器暴增,特别是暑假期间,学生放假在家,家庭用电安全隐患不容忽视。民权县供电公司成立了两支共产党员服务队,主动担当起了义务安全用电宣传员的责任。共产党员服务队为城乡居民用户现场解答家用电器的常见问题和注意事项,为用户提供迎峰度夏时期安全用电、合理用电的方法和建议。他们深入到孤寡老人家中,细心检查他们家里的电灯、插座、开关等用电设备,对老化损坏的电力线路进行维修。

(宋璨)

坚守岗位维护乘车安全

本报讯 “小伙子们太辛苦了!”8月13时许,一名正在等待验票的维吾尔族大妈走上前为库尔勒火车站执勤民警送上矿泉水。今年夏季入伏以来,南疆地区气温节节攀升,白天最高温度达40摄氏度以上。驻守在沿线各火车站的铁警坚守岗位,维护着旅客乘车进站秩序。

据了解,自库尔勒至乌鲁木齐南站的K6724次、K6718次列车及阿克苏至乌鲁木齐南站的T9508次特快列车开行以来,旅客出行量与日俱增。库尔勒车站执勤铁警实行轮班制,每8小时进行一次轮换,高峰期日均检查过往旅客千余名,有力维护了乘车环境的安全稳定。

(孙婉茹)

上半年家电网购再创新高

同比增速高出全国网上零售平均增速25个百分点

本报讯 今年上半年,我国家电网市场增长强劲,市场规模再创历史新高。8月12日,在北京举办的“第五届中国家电网购高峰论坛”上发布的《2015年上半年中国家电网购分析报告》显示,2015年上半年,我国B2C家电网购市场(含移动终端)规模达到1361亿元,同比增长64%,高出全国网上零售平均增速25个百分点。

2015年上半年我国家电零售市场整体惨淡,线上市场可谓唯一增长点。此次发布家电网购报告显示,2015年上半年,我国B2C家电网购市场(含移动终端)中,大家电359亿元(平板电视151亿元、空调95亿元、冰箱64亿元、洗衣机49亿元),同比增长56%;小家电产品约252亿元,同比增长57%;手机等移动终端产品约750亿元,同比增长70.4%。

根据国家统计局公布的社会消费品零售数据,2015年1~6月我国家用电器和音像器材类产品零售额为3820.4亿元,以这一数据为基数,我国家电网购市场规模(不包括移动终端)在整体家电消费中占到16%,远高于其他消费品。

今年上半年,线上、线下家电市场继续“冰火两重天”。电视、冰箱、洗衣机、空调四大家电的线下销售量和销售额均出现了不同程度的下跌,而在线上市场则均有大幅度的增长。

(东升)

人造丝市场孕育“新丝路”之变

■本报记者 彭冰

通讯员 王宏 王佳

众所周知,“古丝绸之路”源起于我国西汉时期以丝绸为代表的对外贸易。而随着化纤工业的发展,如今人造丝在很多方面已可与天然丝绸相媲美。作为世界最大的人造丝生产国,眼下,我国人造丝行业正在悄然开启一条“新丝路”。

预计未来5年,全球消费量可保持5%的增长

7月18日,吉林化纤集团本部,该公司1万吨/年人造丝细旦化升级改造项目正式开工建设。为这个项目,吉林化纤将投入真金白银逾4亿元。

作为中国化纤行业竞争力十强企业之一,吉林化纤生产粘胶长丝已有40年历史。不过,这家上市公司在当前“大手笔”上马万吨级粘胶长丝项目,却令人有些意外——自2012年3月开始,我国粘胶长丝曾出现长达一年多的持续跌价过程,近两年来,鉴于纺织行业下行压力加大,国内部分企业正陆续关

停粘胶长丝生产线,而在更早些时候,一些发达国家就已开始削减粘胶长丝产能。原因之一是,该产品的传统生产工艺对水、电、气消耗较高,对环境会产生一定影响。

粘胶长丝是替代真丝的最好纺织原料,事实上,100多年前粘胶长丝在法国面市时,被称为人造真丝。目前在欧洲,其多被用作生产高端男士西装的里料……”日前,在由中国化学纤维工业协会主办的“生物基人造丝全球产业链座谈会”上,瑞士FILOFIBRA公司的负责人丹尼兹介绍,在意大利、西班牙等国注册了自主品牌,内销产品也被评为广东省工业名牌产品。旺兴达建成“广东省工程技术研究中心及高等级专业无响实验室”,并在深圳设立了技术研发基地。

当地政府牵头组织了技术创新服务中心

求量都很大,而且,随着我国中等收入群体的壮大,人造丝在国内的消费需求也会越来越旺盛,“预计未来5年,全球消费量可保持5%左右的增长态势”。

一边是国内外消费需求不断看涨,一边是发达国家陆续缩减了产能,而作为人造丝最大生产国,2010年6月我国也开始严禁新建粘胶长丝项目,并对粘胶长丝改扩建项目的生产工艺、产能规模、资源消耗量等进行了严格规定,大大提高了行业准入与既有企业扩产的门槛。再加上当前国内部分企业的关停退出,为吉林化纤营造出了难得的新发展空间。

抓住时尚潮流、做强全产业链,方为制胜之道

“事实上,我们的第一个对手是涤纶长丝,即使其舒适性和品质与粘胶长丝没有可比性,但其价格却低3~4倍。关键在于,大的服装零售品牌,如玛莎百货、芒果、Zara、Desigual、GAP等,也会为降低成本、增加利润空间而使用涤纶丝。”用丹尼兹的话来说:“制造商还应在对终端客户的宣传上多下功夫,多宣传粘胶长丝原料不含石化产品,更

接近天然。”

而在韩国善公司董事长黄致爽看来,“紧紧抓住不断变化的时尚潮流”也必不可少。善公司是吉林化纤在韩国最大的经销商,在出席“生物基人造丝全球产业链座谈会”时,黄致爽指着她身上衬衫说:“这是所谓的意大利时尚奢侈品牌米索尼,由100%粘胶长丝制造,售价超过700美元,不包括设计和品牌价值,净成本将不到70美元。如果我们可以抓住世界流行时尚潮流,人造丝的用量将大幅提升,销售商也可以分享更大的利润。”

“真丝产量越来越低,作为最好的替代产品,人造丝虽已有近100年历史,但一直以来,产业链开发不成功,不成体系。我们组织这样一个‘跨界’座谈会,就是想通过加强各方面的沟通与交流,以‘联盟’的方式整合上下游资源,展开一体化运营,在此紧密合作中实现上下游企业的互惠共赢,促进整个纺织行业快速发展。”吉林化纤集团董事长宋德武说。

据了解,粘胶长丝的售价是普通纤维的3~4倍,目前约在3.5万~4.5万元/吨。而吉林化纤的目标,是要在未来2~3年,打造出全球最好的人造丝生产基地”。