**数字实体之争 看音乐产业未来之变**

（2012-2-3 南方网）

最近，业内人士纷纷议论“唱片已死”、苹果iTunes在数字音乐独占鳌头等话题，以上的种种是否表示实体音乐的寒冬已经来临、数字音乐将会迎来春天？对于目前变革中的音乐产业，业内资深人士表示：音乐界“消费产业链”目前正发生了巨变。

　　从美国音乐市场销售情况来看，记者发现，2011年美国数字音乐销量占市场份额的50.3%，首次超过了实体唱片销量。这意味着唱片产业从2011年起开始正式交棒给数字音乐，而唱片业的“数字实体之争”则在2011年出现了“分水岭”。

　　近年来，实体音乐面临着诸多问题。而中国流行音乐界的重要人物宋柯认为，实体音乐衰退的最大原因是上游的内容方和下游的渠道方所占的利益分配比例比较低，中间的批发方占了大部分利润。他举例说90年代唱片体系能达到8%到12%，就是卖一盒10块钱的卡带，唱片公司能拿走8毛到1块，而如今的内容商大概只能拿到不到2%.他认为如果一个内容商从商业体系中得到的收益比例，达不到40%的话，这个行业一定是不健康的。同时他认为，音乐行业的衰落，除了分配比例问题之外，跟这个领域的技术更新问题也息息相关。

　　随着互联网及移动互联网时代的到来，对传统音乐行业造成了强大的冲击，旧的模式纷纷被打破，业内更为重新思考数字技术对传统音乐模式的冲击，传统音乐也正在积极适应转变。与此同时，数字音乐领域也一直在加快步伐，不断探索寻找新的商业模式，更好的推动市场环境的改善。

　　对此，A8音乐主席兼CEO刘晓松对记者表示，“当音乐遇到移动互联网，音乐的春天将越来越近！”目前选择加大A8音乐在数字音乐产业链的整合发展力度，试图打造全新的商业模式。务必要扎实做好上游内容。对音乐内容方面进行了强有力的扶持，去年一年相继推出“创作人计划”和“大学生电台联盟”等一系列音乐内容扶持计划，利用UGC平台收歌，并为歌手、创作人搭起桥梁，为他们出版专辑并通过自身良好的渠道给予大力宣传，从而真正实现了整个音乐产业链从创作到发行到推广的贯通。

　　如今，在移动互联网的新语境下，用户希望随时随地、跨终端聆听高品质音乐的需求已越发显著，云音乐服务的价值将能够最大化地体现出来。对于传统唱片公司，移动音乐技术的确是个不小的难题。而A8音乐在在未来将覆盖大部分手机平台以及PC、电视、汽车等客户端，实现跨设备的多元化音乐云服务，满足用户的多样需求。

　　目前，新兴的互联网音乐公司正在逐步替代传统，唱片公司在移动互联网下积极寻找的生存机会，试图重塑数字音乐商业模式，这或许会促使因盗版、免费模式等问题造成的产业链的再一次新变，也将是另一场全球音乐产业的革命。

网络链接：http://it.southcn.com/9/2012-02/03/content\_37230406.htm