



亚瑟小子



从华语音乐人宋柯一句“唱片已死”，到全球第四大唱片公司百代负债累累，对外招标出售；再到近日索尼旗下老牌唱片公司RCA关闭三家子公司，“唱片已死”的话题最近成为业界焦点。传统音乐产业模式的危机在2007年前后已经出现，目前更发展为全球性的危机——索尼关闭子唱片公司就是明证，而数字音乐和盗版，被认为是“杀死唱片”的两大杀手。

唱片已死 音乐永存

唱片公司纷纷倒闭折射传统音乐产业尴尬

本报记者 倪自放

唱片业的衰败是全球性的

“太合麦田从此不签歌手，转型做版权公司。”太合麦田老总宋柯近日的一句话，引起了业界不小的震动。要知道，成立7年的太合麦田可是内地规模最大的流行音乐公司，旗下曾拥有朴树、李宇春、满文军、张亚东、阿朵、麦田守望者以及沙宝亮等一

大批音乐人和歌手。

宋柯的话绝非危言耸听，在唱片业红火的本世纪初，朴树的专辑《生如夏花》卖了100万张，刀郎2004年的专辑《2002年的第一场雪》卖了400万张，刀郎创造的这一纪录几乎是华语唱片界最后的辉煌。2007年以后，即使

是华语音乐界最顶级的歌手，唱片发行第一个月能卖个几千张就算是好的，一般歌手的唱片只能卖数百张，“只是象征性的，算是为艺人宣传找个由头。”一家唱片发行公司的制作人称，“制作一张唱片基本需要100万元，现在很多歌手都是自己带资金

做唱片，这些歌手往往背后有人捧，不差钱，他们出唱片就是为了在音乐圈给自己办一张‘身份证’，毕竟大家多年来的观念是出了专辑才算真正的歌手。唱片已经没有什么市场意义。”

唱片产业缩水，隶属于索尼音乐旗下，成立于1901年的美国

老牌唱片公司RCA关闭三家子唱片公司——Jive、Arista以及J唱片，这三家唱片公司旗下的小甜甜布兰妮、后街男孩、吹牛老爹、亚瑟小子等大牌歌手都面临转会。负债累累的百代已对外招标出售，百年老牌也将易主。唱片业的衰败是全球性的。

数字音乐、盗版是“杀手”

在唱片业衰败的过程中，数字音乐与盗版的相互作用，被认为起了决定作用。

自数字音乐时代到来，其发展速度之快似乎决计要“革传统音乐的命”。盗版CD大行之时，已经让唱片公司寝食难

安，如何打击盗版，保护自己的版权成为重中之重。然而，互联网的普及，致使免费的数字音乐随处可见，更为可怕的是，除了发行方之外，任何人都能将下载的音乐传输给别人，专辑未发之时，盗版音乐

就已经被搬上台面，这种前所未有的威胁，对专辑发行量的影响是致命的，虽然唱片公司纷纷举起旗帜联合抵制，但所有的努力都无力回天，“免费音乐”已成主流，只有少部分人还愿意自己掏钱去买正版的CD。

作为传统唱片业的掘墓人，数字音乐在“杀死唱片”之后，有望确立自身新型音乐介质的地位。Arista唱片运营总监蒂姆柯森说：“唱片产业的缩水主要是现代人对于

‘听音乐’的需求发生了变化，他们希望更方便、更有选择性地听到自己喜欢的音乐，随时随地利用手机、电脑等听音乐。我们试图往数字化的方向转变，电子唱片就是其中一种。”

唱片已死，音乐还好吗？

唱片产业的衰败，不能不让人对其周边问题产生思考，这个时代，音乐还能存在吗？它将以怎样的形式发展？著名音乐人姚谦在接受采访时倒是信心十足，“虽然唱片死了，但音乐还活着。音乐是人们的需要，音乐带有情感的交流还有一些经验的交换。比如，你还没经历爱情，就在流行音乐中听到爱

情。还没失恋过，就在感受别人失恋的痛苦，这就是一种交流。而有一天，当你自己体验过这些，你还可以通过音乐来再次交换这些情感体验。文化都有它存在的价值，流行音乐也是。”

同样面临考验的还有歌手。之前唱片公司推出唱片，除了营销唱片本身，也是对歌手

本身的宣传与营销，在唱片业逐渐衰败的时候，歌手成名的途径虽已五花八门，但显然是路越走越窄。

选秀被认为是歌手成名的一个渠道，但选秀一直被诟病是“秀”，而不是歌。通过选秀出来目前能在一线的歌手只有李宇春、张靓颖，如今乐坛的骨干仍然是本世纪初唱片业兴盛时期

走红的歌手。

通过网络歌曲走红被认为是歌手的另一种走红途径。2009年10月，北漂数年的慕容晓晓推出《爱情买卖》。两个月后，当她在外地街头频频听到这首歌时才开始意识到，这首歌火了。2010年，这首歌的流传速度和范围不亚于当年的《老鼠爱大米》，手机、电视、网络、微博、商

场、餐厅……几乎无处不在，甚至连公园里的大爷大妈们也伴着这首歌的拍子跳舞。依照投入产出比来计算，慕容晓晓的走红几乎是“零成本”。显然慕容晓晓是被天上掉下来的大馅饼砸中了，而更多的歌手则完全没她那么幸运，在唱片衰败的背景下，歌手的成长面临着几乎无法破解的困局。