

中国电子商务：太合麦田急速升值的背后 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_61374.htm 在北京东四环四惠桥西北角的褐黄色小楼里，一套在线音乐的商业模式正在实验。实验者是太乐网(太乐网数码技术有限公司)及其背后的太合麦田公司。他们所发现的目标，是近年来蓬勃兴起的在线音乐市场。他们的尝试和努力得到了资本市场的认可。太合麦田高层和亚洲软银公司的高层人士都已确认，软银已经注资太乐网和太合麦田，以1000万美元收购了两者30%的股份。传统音乐与在线音乐同为资本新宠 据太合麦田董事总经理宋柯透露,此次投资是太合麦田和太乐网一起打包与软银合作。宋柯表示,他本人也一直倡导CP(内容提供商)与SP(无线增值服务商)的结合，认为这将产生一种新的变革性的娱乐营销模式。最近一段时间，不止是太合麦田，国内音乐公司似乎纷纷成为了资本青睐的对象：掌上灵通收购九天音乐网；华友世纪与华谊兄弟合作，投资1000万美元；华友世纪以756万美元收购飞乐唱片60%股份；国内老牌唱片公司京文和IT企业无限艺能整体合并，第一轮融资1000万美元已完成；创盟音乐也是由SP和风险投资资金联合创立。筹备于2004年初、正式成立同年10月份的太乐网，同样看准了这个方向。在太乐网和太合麦田两家公司初创时，投入约为1000万元，20个月之后，根据软银的注资及其所占股份，两家公司的市场价值已经达到了2.5亿元。在线音乐成为资本新宠的背后，是国内传统音乐市场的积贫积弱。太乐网总经理陈伟接受《中国电子商务》记者采访时直言：“传统音乐市场的商业模式非常

单调和脆弱：CD、卡带市场，遭遇盗版冲击；演唱会收入，投入大，收获小，而且不稳定，难以有大作为。”音乐彩铃业务的崛起，似乎给音乐市场指明了一个方向。但业内人士认为，彩铃只是音乐的“小玩意儿”，不能算做是音乐本身，更不能成为未来音乐的主要出路。“就像把一个面包切成面包屑去卖，面包屑就不能说是真正意义上的面包”，陈伟打了这样一个比喻。陈伟看到了一个更大的机会。随着新技术的出现和应用，音乐公司和唱片业新的盈利模式呼之欲出：唱片的销售将由专辑销售向单曲销售转变，销售方式由原来传统的卡带、CD向更为多样化的彩铃、网络下载等多领域发展……由技术创新所带来的收入在音乐公司总收入中的比例正在逐步增加，在太麦公司这个比例已经达到50%以上。太乐网不是第一家看到这一机会的公司，更多的企业也都已经上路。押宝李宇春，探路新歌发行新渠道自创建以来，太合麦田先后汇集了包括宋柯、张璐、詹华、朴树、房祖名、满文军、李宗盛、张亚东等在内的音乐策划、制作与运营资源。同时，太合麦田还通过收购、代理等方式将包括红星、麦田、正大、星工场在内的版权资源整合到了自身曲库中。互联网对音乐究竟意味着什么？它可不可以作为音乐的发行平台？太乐网以自己的行业经历很快发现，如果互联网可以当音乐的发行平台，那么惟一的机会就是新歌，尤其是超一线歌手的最新热门歌曲。在陈伟眼里，最红的“超女”李宇春就是这样一位超一线歌手。这位太乐网刚刚签约的本土超级偶像，将承担在线音乐的先锋探索使命。据陈伟介绍，李宇春的首张专辑会在2005年的圣诞节前夕通过太乐网全球首发。太乐网借势李宇春探寻在线音乐商业模式的思路是这样

的：其首张专辑不会出版传统的CD或者VCD，而是通过互联网发行，想一饱耳福的消费者只有通过网络的付费下载才能实现，新曲3元/首。如果这条路能够走通，对音乐的内容生产商来说将不啻是一个天大的好消息。陈伟的信心来自于他对“李宇春现象”的分析。他认为，李宇春的出现是消费者文化自信心增强的体现，李是国内第一个超级平民偶像，是消费者自主选择出来的。以往对偶像的认可，更多的在于才艺和相貌，而李宇春则不同，她的相貌与以前的美艳明星相比并不占优势，但她的“中性美”、“正面的叛逆”则是社会所认可的，同时她不失女性的妩媚、温柔和善良。这种评价是一种全方位的认可。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com