

廿一世紀的歌曲行銷法

隨著音樂產業調適融入數位世界之際，曲核公司大獲成功

03-03

隨著傳統音樂公司的營收持續直線下滑，音樂產業也許不免埋怨當前時局的艱困，但這種話可別對傑夫·普萊斯說。

從曲核公司總裁普萊斯的觀點來看，生意可是再好不過了（譯註：vantage point 指有利的位置，用在 from someone's vantage point 時，指從某人的觀點來看）。

「單位銷售量在上揚，而非下滑，」普萊斯指出：「這代表大眾購買音樂（產品的數量）愈來愈多，而非愈來愈少。」

這種現象對曲核而言有如悅耳的音樂，因為這家公司的賺錢之道，就是協助（音樂創作者）將音樂作品發行至各線上商家，例如蘋果公司的 iTunes、亞馬遜公司的 MP3 商店和微軟公司的 Zune，再藉此向（創作者）收取費用。

若以發行歌曲的數量為衡量標準，普萊斯推出這項服務不到五年，曲核就已成爲全世界規模最大的音樂發行者。這家位於紐約的公司每週大量推出一萬五千至三萬首新歌，比多數大唱片公司一年推出的歌曲還多；而且曲核還不必像傳統音樂製作公司那樣必須物色藝人及與藝人簽約，也不必經營錄音室或發動行銷與宣傳攻勢。

服務更多，收費更少

對於普萊斯而言，他的大難臨頭之日降臨於 2005 年 10 月（譯註：day of reckoning 原指最後審判日，引申為算總帳的日子，用在負面的情況時，也可指大難臨頭之日）。當時他在紐約成立的小型唱片公司旋轉藝術唱片面臨破產。在痛苦煎熬之下，他資遣了員工，並且向旗下藝人坦承自己無力支付他們的酬勞。

幾個星期後，一名友人請普萊斯幫他把他的歌曲放上 iTunes 銷售，因為 iTunes 不直接與藝人交易，其數位商店裡的音樂都是透過發行商上架。普萊斯後來發現，他為朋友免費幫的這個忙，如果交由那些公司處理，那麼藝人每賣出一份專輯的數位版，發行商就會收取專輯銷售的百分之十到十五的費用。唱片公司也會以數位方式發行旗下藝人的音樂作品，但同樣會從銷售金額中抽成，而不是收取定額費用（譯註：或稱固定費用）。

03-04

音樂界的公平貿易（譯註：或譯公平交易）

「身為音樂人，我自己錄製所有的音樂作品，還要開車跋涉好幾百哩舉行演唱會，常常只吃拉麵果腹，晚上就睡在地板上；而這些公司只不過是把一個檔案從一部伺服器傳送到另一部伺服器，就要從我的銷售額當中永久收取高達百分之十五的費用，」普萊斯說：「想到大家遭到這樣的剝削，我就實在很反感。」

於是他成立了一個網站，只向藝人收取一筆定額費用就幫他們發行歌曲。這代表任何人若想把音樂作品刊登在 iTunes 上，不論是傑斯，還是某個在郊區車庫錄製音樂的無名之輩（譯註：somebody 原指某人，此指名字不為人所知的某個人，引申為無名之輩），都只需要支付相同的費用。曲核在 2006 年 1 月成立之後，從此打破了依據銷售額抽成的傳統慣例。對於大牌藝人來說，一首歌的抽成金額就可能高達好幾千美元。

曲核雖然不會像唱片公司那樣預付酬勞或行銷樂團，但其所提供的服務乃是一種目前發展迅速的數位工具組，可讓藝人更能自給自足。

獨立藝人的生命線

曲核並不是唯一為藝人發行數位音樂的公司。像 CD 寶貝、獨立線上發行聯盟與果園等公司也都為自製音樂的音樂人提供發行服務，但曲核可能是這類公司中最知名的一家。

曲核能夠獲得今日的成功，並不只是和已成名的藝人合作，也和（沒沒無聞的）樂手合作，而戴夫·德斯就是一例，這位十九歲的流行樂手，沒有和任何唱片公司簽約。

德斯在 YouTube 上行銷自己的音樂。他利用曲核的服務，光是在 iTunes 就已經賣出了廿五萬首單曲。iTunes 每售出一首歌曲就抽取百分之三十的費用，曲核卻每年只收一筆固定費用，不論一件作品賣出多少份，也不論藝人選擇將作品發行至多少家線上商店，曲核都只收取一首歌 9.99 美元或一張專輯 19.99 美元的金額。此外，曲核也代表音樂人匯集 iTunes 及其他通路的銷售收入，隨時可供藝人提領，不必額外付費。

03-05

「曲核是讓我得以靠當音樂人維生的因素之一，」德斯說：「我把歌曲上傳（到網路）後，就可以讓全世界的人購買。」

六月間，德斯賣出了兩萬八千八百四十五首歌，一首售價約 99 美分。扣除 iTunes 抽取的百分之三十及其他各種費用後，德斯淨賺兩萬美元出頭。

持續成長

去年，曲核支付了三千萬美元給合作藝人。普萊斯預測今年的數字將達到六千五百萬至七千五百萬美元之間。他旗下許多營收最高的藝人都不是排行榜前四十名的樂團，而是像德斯這樣自製音樂的音樂人。

正因如此，曲核正立足於音樂界少數正向成長的一項主流當中——亦即數位發行。

研究集團尼爾森 SoundScan 公司指出，過去五年來，專輯發行量成長了一倍以上，從 2004 年的四萬四千五百張飆增到 2009 年的九萬七千八百張。而且，僅發行數位版的專輯所佔的比例也愈來愈高——2004 年只有 10%，到了 2009 年已有 56%。

數位版本的發行量愈多，代表曲核的收入就愈高。據估計，曲核的年營收介於一千萬至兩千萬美元之間。

曲核的規模當然並非和（大唱片公司）如華納音樂集團同等級，華納在 2009 會計年度公布的營收就高達 32 億美元。但話說回來，曲核去年也沒有華納那樣損失了 1 億美元。曲核雖然還沒開始獲利（譯註：投資出去的金錢開始從營收中逐步回收，投資全數回收後才算開始獲利），但兩年前募集的七百萬美元創投資金也還沒耗盡。

「世界上有無數組了樂團的人，都想透過曲核這樣的公司而把自己的音樂作品放到 iTunes 上銷售，使自己的音樂被人所認可接受，」一家線上媒體衡量公司的執行長艾瑞克·葛蘭德表示：「只要世上還有人懷抱著音樂志向，傑夫的企業前景就將會一片光明。就像是一條源源不絕的河流，不斷向他挹注十美元的鈔票。」