



传媒互联网行业事件影响点评： 腾讯音乐人服务再升级 助力 中国原创音乐“一键出海”



事件：

四月底腾讯音乐娱乐集团旗下腾讯音乐人开放平台推出一键发行至海外功能，支持歌曲推送至超 150 家主流数字流媒体平台，覆盖全球 200 余个国家与地区，其作品最快 2 小时即可通过审核，并送达至主流国际平台，7 个工作日内实现上架。同时，TME 还免费提供 ISRC（国际标准音像制品编码），音乐人将享受作品在海外发行带来的收益，清晰明确的账单以及季度出账的保证。

评论：

1、腾讯音乐重视对原创音乐人的储备

腾讯音乐人平台持续鼓励音乐人创作原创作品，为他们提供包括国内外推广、表演资源、版权保护及职业培训等一系列一体化服务，截至四季度末，平台已吸引 30 万独立音乐人。自 2019 年起腾讯音乐陆续推出“音乐人广告计划”、“原力舞台计划”“亿元激励计划”“自制唱片模式”，不断为原创音乐人提供更完善的服务，维护音乐人的切实利益。同时，腾讯音乐还开展了“国风新潮”词曲创作营，向全网音乐人征集作品，同时首创“知行合一”模式，助力年轻音乐人自我表达。从年轻音乐人的培养与年轻力量的储备，到音乐人激励计划以及推广出海服务，腾讯音乐持续为音乐人打造完善的培养服务体系，为下一代音乐事业积蓄力量。同时，此次免费 ISRC 的提供保障了音乐人的收益，为吸引更多原创音乐人奠定基础。

2、平台持续加强原创音乐人激励体系是音乐流媒体平台未来发展趋势今年 3 月初，国外音乐流媒体巨头 Spotify 获取专利，能够在音乐流媒体环境中判断一位音乐人是否拥有“突破性”的可能，尽早发掘有潜力的音乐人合作；网易云音乐不断升级原创音乐人扶持计划，去年 11 月推出“云梯计划 2022”。

“平台-音乐人”模式省略了唱片公司的中间环节，一大程度上减少了平台的内容成本，也为音乐人带来了更多利益。国内短视频平台也为独立音乐人音乐推广也起到了重要作用，改变了以往传统唱片行业少数音乐人能够受益的局面。

音乐平台更趋向于原创音乐人将是未来大势所趋。

3、腾讯音乐人服务的升级有望进一步带动中国原创音乐的发展近年来腾讯音乐出海战略已有成效。2015 年腾讯在东南亚市场推出流媒体音乐产品 Joox；2017 年推出海外版全民 K 歌 WeSing；2020 年与 peermusic，MerlinNetwork 以及 TheRoyaltyNetwork 达成战略合作，同时将与 SPACESHOWER 的合作展开升级，国际化的多元音乐体验为腾讯音乐国际

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41371

