

拿下索尼音乐后Tik Tok还想要什么

互利双赢

在音乐版权方面,Tik Tok再下一城。当地时间11月2日,Tik Tok证实,已经与索尼音乐娱乐公司签署了新的授权协议。根据这份授权协议,所有Tik Tok用户将继续使用索尼唱片出版的歌曲,包括哥伦比亚唱片和美国广播唱片公司(RCA),供创作者在其平台上使用。

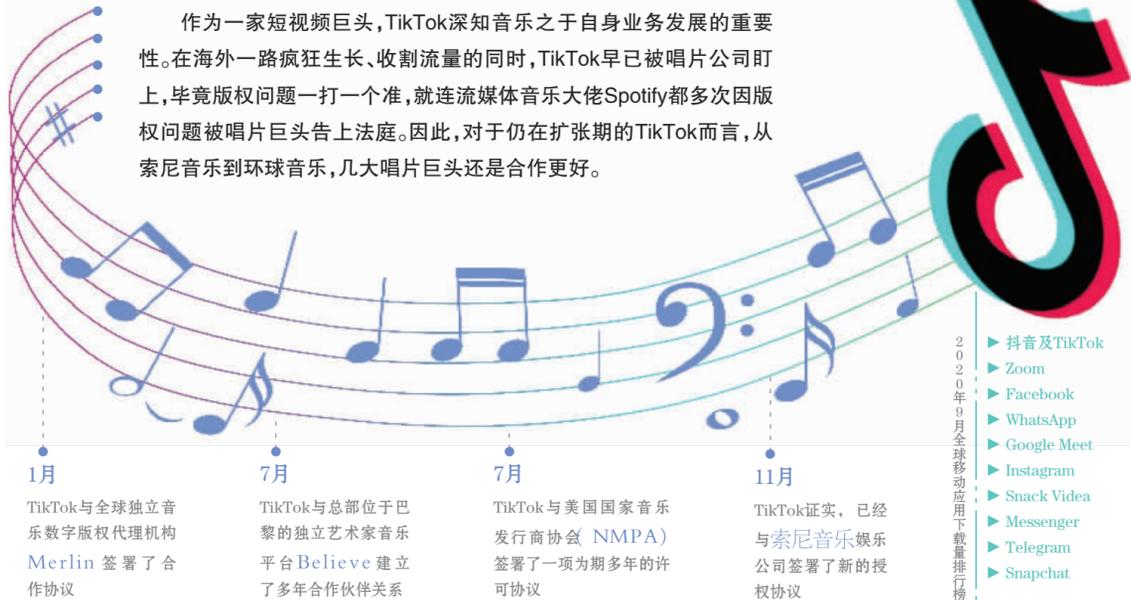
作为全球第二大音乐唱片巨头,索尼音乐的“力挺”对于Tik Tok的意义无疑是巨大的。在声明中,Tik Tok称,扩大后的授权协议将使Tik Tok的创作者社区能够获得索尼当前热门、新发行歌曲、经典曲目的声音片段,包括碧昂斯、马丁·盖瑞斯和哈里·斯泰尔斯等数千名音乐人的作品。

当然,要想获得索尼音乐的点头,Tik Tok也付出了不少。据一位熟悉该协议的人士透露,Tik Tok向索尼支付的版权费用比之前的协议有“大幅增加”,但两家公司拒绝就合同的任何细节进行评论。对于协议的更多具体内容,北京商报记者联系了Tik Tok方面,不过截至发稿,暂未收到具体回复。

除了Tik Tok可以从这一协议中获益之外,索尼音乐也有自己的打算。据了解,这份协议还要求该应用与索尼旗下的厂牌合作,开展营销旗下艺人和识别新兴人才的项目。简而言之,索尼音乐也将使用Tik Tok平台来推广自己的音乐人。

事实上,在Tik Tok的风靡过程中,不少音乐人以及唱片公司也从中尝到了甜头,如Lil Nas X的歌曲《Old Town Road》在该应用程序中大受欢迎,并与索尼音乐旗下的哥伦比亚唱片签约;而由索尼音乐发行的老歌《Break My Stride》也因为Tik Tok而再次翻红。

在接受CNN采访时,《Break My Stride》的创作者Matthew Wilder坦言,随着Tik Tok的出现,曾经红极一时的歌曲得以迎来全新一代的乐迷,并且会引发多米诺骨牌效应,一首老歌只要在Tik Tok上火起来,其影响力会扩散至其他所有流媒体平台”。



未雨绸缪

在传播诱惑力面前,Tik Tok的确拿下了不少音乐公司的支持。根据Sensor Tower发布的最新报告显示,9月Tik Tok已获得了超过6110万次下载量,位列全球移动应用(非游戏)下载榜冠军,其中,美国是第二大下载量市场,占比为9%。

今年1月,Tik Tok与全球独立音乐数字版权代理机构Merlin签署了合作协议。作为全球顶级独立唱片公司数字版权代理机构之一,Merlin曾向Spotify、YouTube和SoundCloud等平台授予音乐版权许可,旗下的会员包括Mad Decent、Better Noise和AWAL等唱片公司。

之后7月,Tik Tok与Believe建立了多年合作伙伴关系,后者是总部位于巴黎的独立艺术家音乐平台,与全球诸多独立艺术家和唱片公司都有着合作关系。

而在与Believe签约的第二天,Tik Tok

又得到了美国国家音乐发行商协会(NMPA)的“绿灯”,双方签署了一项为期多年的许可协议。根据NMPA的说法,这笔交易解决了Tik Tok过去未经许可使用该协会音乐作品所产生的费用,并建立了“前瞻性合作伙伴关系”,即获得了该协会代理作品的授权许可,协议自2020年5月1日起追溯生效。据了解,NMPA成员包括三大主要音乐版权代理商,以及世界上最大的独立唱片公司。

对于Tik Tok的合作,Believe坦言,与Tik Tok的交易将为它提供对市场趋势的深入分析,并使Believe的艺术家和唱片公司受益于更大的市场营销覆盖面和更多的收入机会。

“Tik Tok是靠音乐视频起家的,拥有索尼的版权,许多热门的歌手和歌曲都能够正常使用,能够做大Tik Tok的日活,这是Tik Tok事业的最重要起点。”文渊智库创始人王超指出。

互联网分析师杨世界也表示,尤其是在国外,对版权特别重视,而Tik Tok作为一个

短视频App,背景音乐等都需要授权,因此索尼音乐对Tik Tok未来的长期发展是很有帮助的。

的确,音乐版权问题曾令不少互联网巨头头疼不已。以流媒体音乐平台Spotify为例,全球三大唱片公司掌握了全球绝大多数音乐的版权,Spotify每年需要支付的版税达到了公司营收的52%。为了反抗,Spotify曾与华纳音乐对簿公堂,直到今年年初才结束版权纠纷。

Tik Tok也曾饱受版权之困。在与Tik Tok握手言和之前,NMPA曾呼吁对Tik Tok进行“审查”,称这一视频社交平台“习惯性违反美国版权法,侵犯了歌曲作者和音乐发行人的权利”,甚至表示要起诉Tik Tok。

扩张之姿

“拿下索尼音乐版权对Tik Tok拓展全球市场也是有用的。”杨世界直言。在经历了之前的风雨飘摇之后,Tik Tok

似乎正在调整策略,重新开始了自己的扩张计划。10月27日,Tik Tok表示,该公司计划在美国、欧洲、加拿大和新加坡聘用约3000名工程师。

杨世界指出,Tik Tok现在在欧美市场的月活用户数基本均在1亿左右,所以Tik Tok对欧美市场还是比较看重的,包括把欧洲总部设在英国伦敦、在爱尔兰投资建立数据中心等,都能看出Tik Tok在扩张方面的野心。

扩张的背后,既有竞争的压力,也有持续汹涌的暗流。比如社交Snapchat已经释放出了信号,称很快会允许用户在他们录制的视频中添加音乐,从而对抗Tik Tok。与此类似,Facebook旗下的Instagram也适时推出了对标Tik Tok的短视频应用Instagram Reels,而在不久前Reels也开始测试购物功能了。

这无疑是对Tik Tok进军直播电商的又一次叫板。就在宣布扩张的同一天,总部位于加拿大的电商购物平台Shopify宣布,与短视频平台Tik Tok首度建立商务合作,使商家可以借助Tik Tok的“可购物”短视频广告吸引客户。

对此,王超分析称,Tik Tok全球拥有的用户仅次于Facebook,其用户又非常年轻,对直播电商接受度更高。当然,全球看来,直播电商还要看当地的产业链发展,比如电商、物流、支付的发展程度。不过,这些问题竞争对手也要面对,Tik Tok的难题不会比对手更多,相反,因为有中国的成功经验,所以解决这些问题相对更加容易一些。

在杨世界看来,Tik Tok与Shopify合作做直播电商可能只是前期测试。Tik Tok肯定是想要做直播电商的,它的优势是流量比较大,而且辐射的全球市场范围比较广,但在供应链、售后服务等方面仍然存在不确定性,因此Tik Tok与Shopify的合作也是一种前期的探索,包括这些链条是否能跑通。

当然,在新领域扩张的Tik Tok,也仍将面临着巨头的压力。除了Facebook的对标之外,亚马逊也推出了Amazon Live,在Amazon Live中,直播者演示产品,而在视频下方,会有专门的窗口引导消费者购买商品。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜

聚焦 Focus

利润减半大幅关店 星巴克“渡劫”

在疫情的持续打击下,星巴克又踏上了关店自救的路。当地时间11月2日,星巴克宣布将在美国和加拿大地区再度关闭200家门店,以削减运营成本。受关店消息的影响,截至美东时间周一收盘,星巴克公司股价以1.14%收跌,最新报85.97美元/股,总市值为1004.99亿美元。

“我们距离美国业绩完全恢复还有一段路要走,整体运营环境还有些不明朗。”星巴克财务长葛瑞斯莫这样说道。

相较于星巴克当前的处境,这番话明显弱化了压力感。星巴克刚发布的财报数据显示,在截至今年9月的第四财季,星巴克总营收为62.03亿美元,同比下降8.1%;净利润3.93亿美元,同比下降了51.1%,相比于去年同期,利润可谓被“腰斩”。

而在运营数据方面,星巴克的全球同店销售额也大跌了9%。就地域来看,在美国市场,同店销售额下跌9%;而在中国市场,星巴克同店销售额仅下跌3%。

虽然相较于上个季度,已经出现了环比超40%的增幅,但这并不意味着星巴克已经“渡劫”成功。在上个季度,星巴克遭遇了自上市以来最惨的一个财季,营收大跳水,也经历了罕见的净亏损。本季度随着线下场所的逐步恢复营业,星巴克在全球的线下门店也在逐步恢复营业。

星巴克的处境不过是美国餐饮业的一个缩影。根据全美餐饮业协会统计数据,受新冠疫情影响,餐饮业成为“受灾”较为严重的行业之一,近1/6的餐馆意味着近10万家餐厅)倒闭或长期关闭;近300

万员工仍在失业;到年底,该行业的销售额预计将损失2400亿美元。

星巴克的业务竞争对手唐恩都乐也在持续关闭门店。唐恩都乐1950年在美国成立,目前已在全球拥有12000家门店,是美国最大的连锁咖啡甜品店之一。截至今年第三季度末,唐恩都乐在美国共关闭了687家门店,并计划在年底前共计关闭800家门店。

与此类似,美国快餐连锁巨头麦当劳宣布,今年将关停在美200家店面。此外,美国耶尔普公司的数据显示,截至7月10日,美国已有26160家餐厅停业,其中约有60%企业永久性倒闭。

在此情况下,星巴克频繁的关店计划也不足为奇了。早在今年6月,星巴克就曾表示,未来18个月将关闭美洲地区近400家门店,而原计划在美国新开的门店数量也会减少近一半。数据显示,作为咖啡连锁巨头,星巴克全球范围内有近21300家分店。

对于关店,星巴克方面表示,更多的关闭将主要发生在“密集的都市贸易区”。首席执行官Kevin Johnson表示:“总的来说,我们看到美国的交易从密集的地铁中心转移到郊区,从咖啡馆转移到免下车服务,从清晨转移至上午晚些时候,周末的复苏速度也更快。”

原本在当前财年,星巴克计划在全球新开2150家门店,其中美洲地区约850家。但受到疫情影响,星巴克不得不调整扩张策略进行调整,根据星巴克方面的说法,若将关闭的门店计算在内,本财年将在美

洲地区净开设50家新店。

值得一提的是,在欧美以外的市场,星巴克并没有停下扩张的脚步。就在宣布关店前,星巴克宣布,计划明年夏天前在老挝首都万象开首家分店,作为其亚太地区扩张战略的一部分。

据了解,星巴克在老挝万象的分店将由香港美心餐饮有限公司旗下的Coffee Concepts(Laos)经营。星巴克在一份声明中表示,打算利用其全球规模,在这个与泰国、缅甸、柬埔寨、越南和中国接壤的贫困内陆国家产生积极的影响,并带来就业机会。

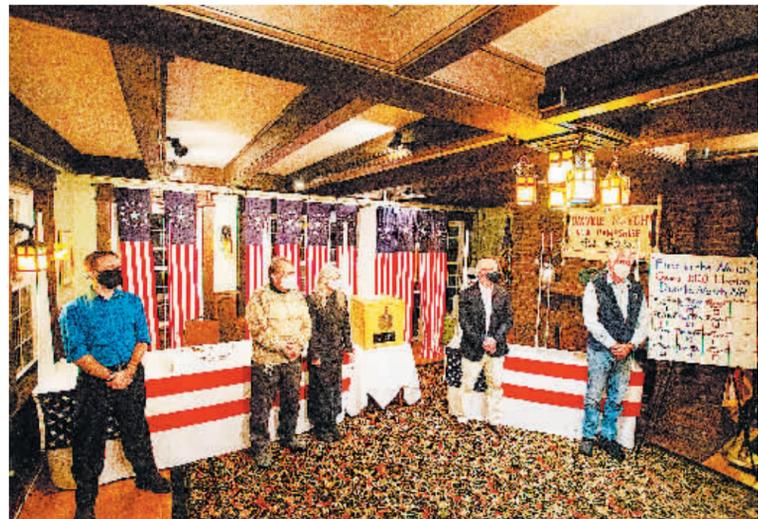
相较于还有余力扩张的星巴克,其竞争对手甚至已经走到了“卖身”的地步。即便是在关店之后,唐恩都乐也没能解救自己,只能求助于外界。上周,唐恩都乐母公司美国Dunkin'集团发布声明称,正在和Inspire Brands接洽,考虑将旗下的咖啡甜甜圈连锁唐恩都乐和冰淇淋连锁31冰淇淋(Baskin-Robbins)卖出。不过目前还未与Inspire Brands达成任何协议,出售计划可能出现变动。

当然,星巴克的未来也难言坦途。截至北京时间11月3日6时30分左右,美国累计确诊新冠肺炎病例9549011例,累计死亡236893例。与前一日6时30分数据相比,美国新增确诊病例83909例,新增死亡病例467例。在秋冬季节二次疫情的冲击下,美国本土市场线下门店恢复营业的状态能够维持多长时间,目前来看仍是未知数。

北京商报综合报道

· 图片新闻 ·

美国大选选举日投票正式开始



3日,美国新罕布什尔州迪克斯维尔山口,当地五位选民投票后站在一起。CFP/图

当地时间11月3日,美国迎来四年一度的大选,谋求连任的现任总统、共和党总统候选人特朗普和民主党总统候选人、前副总统拜登角逐白宫。

迪克斯维尔山口村是美国新罕布什尔州一个只有12名居民的村庄,由于这里比其他地方早几个小时,这使得这里成为媒体和观察人士的首选地点。当地选民在午夜钟声敲响时投票,从而拉开了2020年美国大选选举日的帷幕。

按照传统,午夜投票开始后,所有合格选民都会聚集在迪克斯维尔山口巴拉萨姆度假村著名的“投票室”进行无记名投票。每一张选票投完后,就会清点选票并公布结果。

按照美国大选安排,除零时前后开启投

票的部分小镇外,美国东海岸大部分投票站将在当地时间3日早上6时或7时(北京时间今晚7时或8时)向选民开放,投票将持续全天。考虑到新冠疫情蔓延、经济复苏乏力等原因,美国人今年参与大选投票的热情空前高涨,截至11月1日,已有超9000万人即占美国总人口1/4以上的人提前通过亲自投票或邮寄选票的方式投票。

这一数据是2016年提前投票总人数(4700万人)的近两倍,也打破了美国大选提前投票的历史纪录。据报道,民主党选民预先投票的比例高于共和党,根据20个已公布数据的州的情况,提前投票的民主党选民比共和党选民多690万人。

北京商报综合报道