

独立音乐联盟能走多远

受制于缺乏资金、资源等问题而面临市场狭窄甚至生存艰难的独立音乐，似乎要迎来了春天。12月3日，太合音乐集团联合众多独立音乐厂牌与独立音乐人共同成立独立音乐厂牌联盟“独立音乐联合体(Indie Works)”，欲集合各方力量发展独立音乐。那么，在联盟下的独立音乐又能否摆脱当下的困境，并实现进一步发展呢？



行动

首批厂牌成员近40个集结

独立音乐，顾名思义，音乐的整个创作过程均由音乐家独立完成，不再依仗唱片公司。由于在音乐领域中有别于主流商业唱片厂牌或其子公司的音乐存在，因此独立音乐往往被人们贴上“小众”的标签，但此次成立的Indie Works在阵容上不可小觑。

截至目前，Indie Works的组成成员已包括麦田音乐、兵马司、赤瞳、在水星、D.O.G、太合乐人等来自中国内地、香港和台湾地区的数十个独立音乐厂牌，首批厂牌成员近40个，覆盖近600组独立音乐人。且未来Indie Works的联盟成员还将陆续扩展至日本、韩国等其他国家和地区。

按照太合音乐集团的规划，Indie Works的愿景是在尊重并保持各个厂牌绝对的音乐自主前提下，联合传播、发行、商业化开发，从而实现独立音乐厂牌和音乐人的共生与繁荣，并从服务厂牌、行业用户的to b到服务音乐人和消费者的to c布局，以互联网化的运作思路，践行“一站式服务”的理念。

具体来看，成立后Indie Works将依托太合音乐集团的资金、资源优势和行业布局，孵化与扶植独立音乐厂牌和音乐人，计划通过资源的整合和横向纵

向联动，为独立厂牌和音乐人争取最大利益，为独立音乐发展提供更多维的解决方案，以谋求健康、可持续的增量价值为共同目标，促进独立音乐的发展。其中在执行层面上，Indie Works则计划本着尊重的原则，在音乐内容上，主张联盟成员掌握完全的创作自主权（企划、制作完全自主），在资源投入和商业化变现上通过集中推广、发行和商业运作，以互联网的思路改造传统音乐市场中各自为战、效率低下的现状，实现“1+1+1+……> N”的效果。

太合音乐集团总裁暨CEO徐毅表示，以增量市场和增值空间为核心着眼点，Indie Works承载着独立音乐厂牌对更广阔市场的预期和对健康良性环境的期待，有望改善音乐市场中诸多陋习，从而推动独立音乐在更多地区、更主流市场、更广泛人群的发展、发酵、变现，而健康发展的独立音乐也将在相对固化成型的音乐消费市场起到新的引擎作用”。

背后 音乐人生存艰难

此次Indie Works的成立，也让外界将目光再次聚焦在独立音乐身上。经过20多年的发展，尤其是近五年，随着互联网的发展，也给了独立音乐更大的发展空间，并有人将2014年称为独立音乐井喷的一年，将2015年视为独立音乐

真正走向大众视野的一年。如今，独立音乐已在国内主流音乐消费市场扮演着重要角色。不仅独立音乐人成为音乐节和演出市场的重要力量，其作品和价值观同样受到众多乐迷的追捧；而在音乐流媒体平台，独立音乐播放占比不断攀升早已引发业内关注。

然而，这一系列发展的背后，仍有不少独立音乐人或独立音乐厂牌面临着生存艰难的处境。据网易云音乐此前曾发布的《中国独立音乐人生存现状报告》显示，独立音乐存在音乐成果展现不充分、推广渠道相对缺乏、在音乐上获得的收入较低等问题。

具体到数字层面，该报告显示，有近一半的音乐人还没有发行过录音室作品，全职音乐人中发行过EP或专辑的也仅为41%；此外，68.8%的音乐人在音乐上获得的平均月收入低于1000元，并主要以演出收入为主，而平均月收入在5000元以上的只有12%左右。

在业内人士看来，传统的独立音乐模式下，受制于资金、资源、团队、环境等问题，独立音乐厂牌往往面临着市场小、品牌知名度、商业化开发能力不足、市场狭窄、效率较低等困境，甚至维系厂牌存活已然是并不轻松的课题。

“相较于主流音乐，独立音乐较为小众，而一段时期里音乐人与厂牌又大多以现场演出为主要收入，小众的特征

使得演出收入也较为有限”，乐评人刘明洋表示；“最近几年，不少海外独立音乐人相继在北京等地演出，这又将国内规模相对有限的独立音乐受众吸引过去，难免会在一定程度上影响了国内独立音乐人的演出情况。但好的一方面是，随着版权等方面的规定，独立音乐人在演出之外也能通过线上音乐的播放、下载实现一定收入。”

方向

借品牌化运营扩大影响力

面对独立音乐的发展现状，由太合音乐集团发起成立的Indie Works又能带来多大改变引发人们的讨论。

太合音乐集团副总裁胡译友表示，在主流市场狂飙突进的同时，其实太合音乐集团旗下单是独立音乐厂牌就接近两位数，论独立音乐人和作品数量，太合音乐早已跻身内地独立音乐第一阵营，再加上公司的全产业链布局，以及基于全链条的艺人服务，则是太合音乐集团的差异化优势。

有声音认为，Indie Works究竟能为独立音乐带来何种改变，关键还在于该联盟如何调动旗下成员，将各方优质资源汇集至一处集中发力，帮助独立音乐人及相关厂牌开拓出更大的发展空间。假若相关成员并未能就此达成一致，只是表面上的联盟，实则还是各成一派，那么联盟也难以起到更大的作用。

实际上现阶段国内市场已有不少平台或公司在推动独立音乐的发展。公开资料显示，目前包括腾讯音乐娱乐集团、网易云音乐、虾米音乐等在线音乐平台，以及陌陌、抖音等直播、短视频平台，都已相继推出各自的“独立音乐人”扶持计划，一方面是在为自身进行内容储备，另一方面也推动市场的发展。

在乐评人杨磊看来，如果Indie Works想实现更大的市场影响力，可以根据旗下厂牌成员与音乐人的实际情况，孵化推出一个现场演出品牌，音乐节、演唱会等形式均可，并调动联盟内的音乐人进行驻场演出、全国巡演等，将各自的观众集合起来，形成一个较大的观众群体，同时在演出过程中利用优质、有市场影响力的独立音乐人带动其他人的发展，共同培育这一市场。

北京商报记者 卢扬 郑蕊