

■曾经

## 宝丽金成为粤语经典代名词

宝丽金(PolyGram)是1999年以前世界上最著名、规模最大的唱片公司,也是到目前为止世界上最悠久的唱片公司,以拥有高知名度歌手、艺术家和高质量的音乐而闻名全球。过去半个世纪,宝丽金先后将邓丽君、许冠杰、张学友、谭咏麟、陈慧娴、黎明、张国荣等歌手揽入旗下,其唱片成为粤语经典的代名词,书写了一段华语流行音乐的传奇历史。对于很多70后、80后的歌迷来说,宝丽金的歌曲陪伴了他们的青春岁月,也治愈、温暖过他们的悠悠岁月。

■现在

## 致力于发掘本土唱作人/歌手加盟

在全新的运营架构下,各厂牌将独立运营,分别组建A&R(发掘、训练歌手的部门)和市场营销团队,独立开展艺人签约与企划、音乐制作宣发等业务。四大厂牌都将向环球音乐集团大中华区总裁兼首席执行官张松辉汇报工作。

据介绍,环球音乐旗下四大厂牌中——Republic唱片中国旗下会集了包括泰勒·斯威夫特、爱莉安娜·格兰德、德雷克、威肯、波兹·马龙等在全球范围内大获成功的流行歌手。Republic唱片可谓国际流行音乐领域的“顶流”,在过去十年Billboard的全球音乐厂牌排行榜上,Republic唱片7次名列第一。

环球音乐中国继续作为环球音乐的中国旗舰厂牌,会集了目前国内最受欢迎的流行音乐人,包括2020年取得亮眼成绩的两位新晋音乐人——陈立农和杨芸晴。此外,环球音乐的古典音乐和爵士乐分支也备受推崇,不仅拥有历史悠久的古典音乐厂牌德意志留声机和笛卡,还签约了多位中国本土的顶尖古典音乐人,包括郎朗、王羽佳、杨雪霏、吉娜·爱丽丝、蔡程昱、王弢等。

至于EMI唱片,拥有上百年历史,可以说见证了华语流行音乐的发展史。而宝丽金唱片在内地重启后,将致力于发掘本土唱作人/歌手加盟,与谭咏麟、陈慧娴、卢冠廷、陈慧琳等实力音乐人成为同门。

# 被“雪藏”20年后 宝丽金将重出江湖

8月16日,环球音乐集团宣布,公司在中国的运营架构迎来重大调整,推出全新的“多厂牌运营战略”——欧美乐坛“顶流”厂牌Republic唱片、见证华语流行音乐百年历史的EMI唱片、半个世纪以来粤语流行经典代名词宝丽金唱片,与环球音乐中国一起,以独立品牌运营。此举意味着,被收购20年后,众多乐迷心目中难以逾越的经典——宝丽金和EMI两个“老字号”,即将在中国内地市场重启。同时也意味着,在全球“三大”唱片公司中,环球音乐集团也成为首个在中国推行多厂牌的运营者。

■专访

## 中国音乐市场有着巨大潜力

**记者:**从过去15年来以单一的“环球音乐”品牌运营的模式,转型为四大厂牌并行的架构,是基于什么考虑?

**张松辉:**实施“多厂牌战略”,符合环球音乐在全球的运营策略,是音乐厂牌国际化的一次本土尝试。EMI、宝丽金这两个厂牌,最早是在外资唱片公司的全球布局下

得以进入华语流行音乐市场,并且在本土市场生根发芽,成为华语音乐历史上不可或缺的一部分。

在中国,环球音乐过去15年一直是以“环球音乐中国”这个单一的品牌运营。此次推出“多厂牌运营”战略,对环球音乐在中国市场而言,确实是一个非常重大的转型,我认为是面对快速发

展的中国市场的积极反馈和主动适应。

**记者:**当下中国流行音乐的发展在您看来有怎样的特征?

**张松辉:**根据国际唱片业协会2020年度报告,中国录制音乐市场位居全球第7,在全球排名前20的市场里,增长速度位居全球第2。其中,流媒体的收入规模已经

位列全球第4。毋庸置疑,中国音乐市场有着巨大的发展潜力。

另外,中国的音乐市场也呈现出一系列独有的特点,例如:互联网平台高度发达、正版化和用户付费习惯逐渐成熟,本土原创音乐作品数量井喷,音乐类综艺持续火爆,年轻人对音乐的消费需求巨大等。

■链接

## 宝丽金明星

1999年,美国环球唱片集团收购了宝丽金,此后基本没有再作为独立厂牌运作。最近一次的出现,是在2013年4月,歌手陈慧娴在香港宣布重新回归香港环球唱片,环球为陈慧娴特别重建“宝丽金”。

“宝丽金”的70年代:邓丽君、许冠杰、泰迪·罗宾、关菊英、陈秋霞

“宝丽金”的80年代:张学友、谭咏麟、陈慧娴、草蜢、达明一派

“宝丽金”的90年代:张学友、黎明、陈慧娴、周慧敏、关淑怡

“宝丽金”的另一块宝——新艺宝:王菲、张国荣、Beyond (据《北京青年报》)

## 启动“经典回潮”推广企划

**记者:**如何把握这样的市场机遇?未来环球的多厂牌运营将采取怎样的战略?

**张松辉:**如何把握这样的市场机遇,对我们而言最核心的就是加大对本土艺人和音乐内容的发掘、打造和推广。此次环球音乐全新发布的三个厂牌,都将以签约中国内地艺人为主。通过对运营架构的调整,我们将集结环球音乐的最强团队和国际化资源,以期为中国本土的优质音乐人们提供专业、全面和差异化的服务,希望更多的本土音乐人加入环球音乐旗下。

**记者:**宝丽金唱片和EMI唱片曾在华语流行音乐史上铸就了很多传奇和辉煌,在新时代背景下,这两大厂牌是否能再续传奇?

**张松辉:**在内地市场启动宝丽金和EMI两个经典的“老字号”,因为这两个厂牌都是众多乐迷心目中难以逾越的经典,这两个厂牌背后的那些传奇音乐人和经典曲库,比方说邓丽君、Beyond等,直到今天仍然在流媒体平台上被数以亿计的听众点播。

重新推出这两个经典厂牌,在我们看来更多地意味着

机会,不仅是如何复兴经典,更重要的寻找到年轻一代的音乐人,能够传承两个厂牌所代表的创造力和艺术性。

伴随这两个厂牌正式在内地市场落地,我们将会成立专职的A&R和市场营销团队,一方面两个唱片的团队将启动一系列“经典回潮”的推广企划,特别是面向年轻一代用户推广、介绍那些经典的曲库;另一方面,更重要的是发掘新人,寻找能够代表当下的全新音乐表达。这才是对两个经典厂牌最好的传承和发展。

