

S //新生活

网络神曲进化史

“恶俗、山寨!”作为坚定的网络歌曲反对者,白领于小姐对盘旋于各大网站音乐排行榜上的网络歌曲嗤之以鼻。她早已不再参考排行榜,转而在豆瓣电台“遇见”自己喜欢的音乐。

不过,对于网络歌曲的生产者而言,“顽固”的于小姐们似乎没什么可担心的。在他们眼中,“红足10年”的网络歌曲已经成为代表一个时代的音乐产物,并仍不断创造着“神曲”奇迹。“正如日本有J-POP,韩国K-POP,网络歌曲让内地音乐有了自己明显的烙印。”



2003-2004 《东北人都是活雷锋》《老鼠爱大米》 数字化音乐有了新“玩法”

通力唱片推出的《伤不起》称得上去年乐坛最赚钱的歌曲。公司成立于网络歌曲兴起的2004年,公司总经理天理告诉记者,当时并不是奔着这个“新概念”去的,但很多人确实已经感受到变化在发生。

“上个世纪90年代,能播音乐节目的电视台很少,音乐作品也不多,所以播一个火一个。因为缺歌,电视台有时还会自己投资出歌,央视就曾经投20万给歌手做MV。”但是,从2000年到2002年,内地乐坛经历了一段混沌时期。“几乎没什么好歌出来。”天理说,2000年后,各种媒体雨后春笋一样快速出现。在此之前,一首歌的推广模式是非常“简易”的,发唱片寄带子到

电视台写新闻稿给记者电台打榜全国各地跑宣传。然而,随着媒体增多、内容增加,这种模式不再可行,资源和大众的注意力被极大地分散了。

2002年,百度开始有了音乐频道。这家互联网公司借助音乐搜索实现了跳跃式的成长。随后,“数字化”音乐也给无数音乐人启发。2003年他们开始换一种“玩法”。

天理认为,如果从音乐的本质上来划分,国内网络音乐的第一个典型代表是雪村的《东北人都是活雷锋》,“更直接,简单,不追求意境。”“草根”也由此成为网络歌曲的精神内核。

其传播也完全是网络化的。

2003年初,这首歌通过电子邮件在网络流传。由于曲调和歌词的诙谐、上口,一些大型网站及个人站点都把它放在下载专区里。此后,又有电脑动画爱好者将其做成FLASH文件,让“翠花,上酸菜”这句经典包袱真正地家喻户晓。

到了2004年,一首《老鼠爱大米》走红网络,彻底开启了网络歌曲的“黄金时代”。这个当年的网络“神曲”带来了丰厚的经济回报。有媒体报道,它的创作者杨臣刚从一个默默无闻的网络歌手成为众人瞩目的焦点,不仅以500万元人民币的身价加盟唱片公司,还接到了央视春晚、湖南卫视春晚等主流电视媒体抛出的橄榄枝。

2005-2006 《求佛》《香水有毒》《QQ爱》 商业成功与“烂名声”如影随形

2005年至2006年,可以算是网络歌曲“大繁荣、大发展”的时期了。无论在街边的服装店,还是公交、大巴上,总能听见循环播放的《求佛》《香水有毒》或者《QQ爱》。

人们享受音乐方式的多元化程度不断提高,互联网对消费者购买歌曲的方式也产生了革命性影响。“微交易”曾经是很多互联网专家并不看好的模式,他们不认为消费者会在网络上下载并非免费的歌曲。但是,无线音乐业务和网络相结合,打破了这种论调。人们发现,有一大批消费者愿意花上几毛钱甚至几块钱下载一首歌曲的彩铃。TOM音乐等平台一个月的增

长在当时达到了100%甚至200%。服务提供商用IT的方式做音乐,移动等运营商和唱片公司五五分账。

音乐渠道借助互联网快速拓展,需要大量的网络作品。为顺应潮流,一些音乐人甚至成名的歌手故意模仿网络歌曲的特点制作音乐,比如让作品听上去更加粗糙。但最终能火的永远是凤毛麟角。

天理认为,成功的网络歌曲大都具备两个特点:新和能够引发共鸣。“走原来的老路是会失败的,无论是创意、点子、模式都要新。比如去年苦情歌的路线火了,今年再出苦情歌不行,《伤不起》其实是电音舞曲路线,从有网络歌曲就没火过舞曲。”而为了找共鸣,网络歌曲大

都充满流行词汇和元素,比如《QQ爱》里就有曾经最有话题性的“网恋”概念。当然,最后决定成败的,绝大多数时候是运气。“我们曾经找来排行榜分析,发现真正能够火起来的歌也就5%到10%,一般都是没注意就火了。”

尽管获得了商业上的巨大成功,但是,这一时期的网络歌曲几乎没有获得过好的口碑和音乐价值上的肯定。对此,天理的看法是,“和所有东西一样,火面临的就是一直很烂,是臭遍街的名声,大家就会排斥。”但他也指出,媒体往往是掌握话语权的人,很多媒体却并不是音乐听众。

2009至今 《爱情买卖》《伤不起》《忐忑》 微博时代助推“神曲”诞生

由于受到地震、奥运会等大环境的影响,网络音乐在2008年前后有过一段低迷时期。但是,这一趋势并没有持续多久。《爱情买卖》《伤不起》等网络歌曲在此后继续创造着吸金神话。《伤不起》在百度排行榜上坐了半年的冠军,在前十的排位里待了一年半,去年一年赚了几千万。

与此同时,随着微博时代的到来,网络“神曲”的概念正式诞生了。

百度百科里关于“神曲”的词条是,“指一些歌词及曲调非常通俗的口水歌,它们流传于大街小

巷,轰炸得人‘听觉疲劳’,让人每次听着都感到有如‘神’助。”龚琳娜的《忐忑》是第一支被真正赋予“神曲”定义的音乐作品。这首歌在2010年爆红,和《江南style》一样,同样是视频形式在网上传播,本来只是小范围流传,但在得到王菲、陈奕迅等名人的点评和模仿之后,《忐忑》在短时间内成了“神曲”,引发了更大范围内的模仿、恶搞。更多的人又会想找来原作“看看”,因此走红也就成了必然。

不过,人们很容易发现,《忐忑》虽然被网络赋予了娱乐色彩,并借助网络实现了“病毒式”传播,

《爱情买卖》《伤不起》《忐忑》

它和传统意义上的网络歌曲似乎并不相同。这首带有浓厚探索意味的艺术歌曲,其实属于严肃音乐范畴。天理表示,网络歌曲的概念并不仅仅属于流行歌曲,其音乐类型也在不断拓展。

除了音乐本身外,更多的变革和挑战可能来自于推广环节。竞争日趋激烈、媒体的不断演进,让网络歌曲的推手们面临更复杂的局面,网络歌曲的成本也大大提高。对于一些网络歌曲而言,宣传费已经达到制作成本的10倍、20倍之多。

据《北京晨报》

S //网购

警惕! 网络碰瓷新骗局 “职业退货师”又来了

网上购物,“看”得见摸不着,店家累积起的“信誉度”成为顾客买东西的重要依据。就买卖双方而言,以前针对买家的诈骗案件较为高发。“职业差评师”前段时间备受关注,最近,“职业退货师”又引起网络卖家恐慌。

案例

网民“影影”经营一家双皇冠淘宝女装店,本月初收到两个一模一样的包裹,同样的寄货地址,同样的寄件人。拆开一看,都是要求退货的,而且连退货理由都一样:衣服上有个小口子,要退货,不承担来回运费。仔细检查才发现上面的包裹是寄给自己的,下面一个是寄给另一个卖家的,“估计快递看错了,都送我这儿来了。”经查询交易记录,该账户在1个月内有300多笔退货交易。

点评

看似平常的退货,其中却另藏猫腻——“职业退货师”通过退货赚取保险费。

今年,淘宝网推出“退货险”,只要在买东西的时候多支付几毛钱,一旦产生退货,保险公司就会自动支付退货的运费。但卖家不知道买家是否购买了退货险,一般都愿意承担退货费用。所以,这

些“退货师”找几个卖家,在他们的店里各买一件商品,收到后,用剪刀开一个小口子,然后拍照申请退货,卖家就只好承担来回运费了。等到退款成功以后,“退货师”就可以收到保险公司赔给他的运费险。“退货师”认为,双皇冠卖家都比较忙,没有时间去和他纠缠邮费的事情,就这样,嫌疑人从中诈骗了运费保险金。

以案例中的数据粗略估算,如果每单保费以0.5元计算,退货运费以10元计算,那么,每次骗保的收入就是9.5元。300多笔交易,粗略估算,涉案金额已近3000元。

提醒

交易前,卖家们要保持高度警惕,分析买家的行为特点,比如,交易时买家是否足够重视商品的质量和价格,其账号是否为随意注册,是否在指定工具上聊天等等,以此来判断买家是否有恶意敲诈或诈骗行为。综合

S //App推荐

App用户最讨厌的6件事

手机软件使我们的生活变得越来越简单,它可以提醒我们的日程,给我们提供娱乐方式,甚至是与同事之间沟通更容易。但即便如此,手机软件的不足之处也够大家受的,就比如前段时间各大媒体报道的App不停推送消息的烦恼。最近有网络媒体罗列了N个App用户的抱怨,很多网友称,条条都中枪。

太多E-mail

有媒体称,有些人群每天需要花费28%的工作时间来处理E-mail,所以大家都不希望再多一些E-mail了,更别提收某某同学加入某社交网站的邮件……虽然这可以让你很高兴地知道你的大学校友加入这个社交网络有多晚,但这些通知确实也很恼人。

不相关的推送通知

是,我们中的很多都会把要好的朋友和家庭成员放进社交网站的列表中,这样我们可以随时了解他们发生了什么事情,他们的生活又出现了怎样的新鲜事。但是,有必要非得知道他们每一次的上传照片吗?

频繁“评价这个应用”的请求

在App Store中的正面评论确实可以推动其他用户的下载,但更多时候,我们都很忙,不希望被打扰,不时地发出“评价这个应用”请求会遭致更多反感的。所以,不要频繁地请求用户评价你的软件,如果可以不妨是在重大更新之后!

全屏广告

当你打开一个应用软件,一般免费的可能会弹出一个全屏的广告,这是很恼人的,所以你的第一反应是点击右上角的“×”,但是有时候总是不小心的进入了广告,而不是关闭。更恼人的事情来了,有时候应用跳转到了App Store,有时候则是开启了Safari浏览器。我们只能说,这种让人带着仇恨的情绪,是不能说用户去下载你的应用的。

不会换行的文本

不是所有人都能阅读10号的字体。如果用户放大缩小,你的文本应该进行换行,这样他就不需要在屏幕上拖拽来拖拽去的阅读每一个句子。自动响应设计是未来的发展方向,但我们希望现在就有。

请求你成为开发者的粉丝

App总是提醒你在社交网站上关注开发者,成为开发者的粉丝,这也是很恼人的。玩他的应用就够了,为什么还要关注他,喜欢他。综合

上周热门App 莫言App跟着火了

1.《one 一个》

《One 一个》是韩寒的编辑团队推出的首款手机杂志应用,该杂志图文并茂,每天仅一期,每期只有一张照片、一篇文章、一个问题及其答案。其编辑团队曾明确声明该杂志“是一个简单的小清新文艺读物”。

2.《Temple Run》神庙逃亡

“原来《Temple Run》是有终点的,最后主人公逃出森林,重返繁华大都市。终点需要跑到5亿分,世界上已经有上百人跑到了终点。”

上周,这条微博让《Temple Run》再次火了一把。经证实,该微博所言不实。据了解,该App

是一款跑酷游戏,游戏内容和大多数跑酷游戏都非常相似,越过重重障碍和陷阱,不断向前飞奔。

3.《Google Doodle》谷歌涂鸦

自1998年至今,谷歌首页已经展示出上千款涂鸦作品。近日,Google Doodle App上线,Google涂鸦的粉丝们可大饱眼福,它将为你重现这家搜索巨头首页上出现过的所有涂鸦插图。

4.《莫言小说精选》

莫言获诺奖,图书热卖。精明的App开发者立即推出一系列的莫言作品集App。目前App store中已有多款莫言小说作品集上架,下载火爆。