

Три песни группы «Триумф» были полностью готовы через два дня.

Последние два дня Ло Кай и Лао Хэй провели в студии звукозаписи, контролируя процесс.

Студия Пань Юннзя была очень достойного уровня, их звукорежиссёры и специалисты по сведению обладали высоким профессионализмом. В сочетании с усилиями Ло Кая, автора песен и продюсера, конечный продукт получился весьма привлекательным.

По словам Пань Юннзя, при снижении требований, эти песни можно было бы выпустить даже в качестве сингл-альбома.

— Приятно было сотрудничать! — заплатив 6 500 юаней за услуги студии, Ло Кай пожал руку Пань Юннзю на прощание.

За три дня непродолжительного сотрудничества владелец студии произвёл на Ло Кая глубокое впечатление. Он не только разбирался в музыке и технологиях, но и обладал похвальным чувством ответственности.

6 500 юаней за 3 песни — немалая сумма, но и не такая уж большая. Пань Юннзя не только лично контролировал процесс записи, но и оказал большую поддержку на этапе сведения.

— Взаимно...

Ло Кай был хорошего мнения о Пань Юннзе, а Пань Юннзя был ещё больше впечатлен Ло Каем.

Он повидал на своём веку немало людей, но таких, как Ло Кай, встречал нечасто.

В мире шоу-бизнеса, а точнее в мире поп-музыки, Ло Кай и группа «Триумф» были никому не известными новичками.

Но у них были свои песни, очень хорошие песни, и безграничное будущее.

Особенно его поразил Ло Кай. Пань Юннзя чувствовал в нём скрытый потенциал.

Ло Кай был вокалистом и душой группы «Триумф». Он обладал невероятным талантом к написанию песен. «Каким ты был», «Моё небо» и «Друзья» — эти три оригинальные композиции восхитили даже опытных сотрудников Пань Юннзя.

К тому же, Ло Кай был очень красив.

Обычно рок- или фолк-группы делали ставку на мастерство, а не на внешность. Солисты нескольких известных отечественных рок-групп выглядели чуть лучше, чем прохожие, или, скажем так, обладали индивидуальностью.

Но Ло Кай был по-настоящему красив.

Его красота не была похожа на популярную в шоу-бизнесе смазливость, так называемую «милоту». У него было высокое мужественное телосложение, чёткие черты лица и ярко выраженные скулы. Иными словами, он был очень мужественным, стальным красавцем.

Стальные красавцы тоже неплохо смотрелись в шоу-бизнесе, ведь на вкус и цвет товарищей нет.

Например, девушка на ресепшне в компании Пань Юннзя каждый раз при виде Ло Кая начинала светиться от счастья.

Ей нравились такие.

Талантливый, красивый, с отличными вокальными данными — Ло Каю, похоже, не хватало только шанса.

Пань Юннзя был бы рад предоставить ему этот шанс, но у Ло Кая были свои амбиции, он создал собственную студию.

Пань Юннзя очень об этом сожалел.

Однако, он умел держать себя в руках:

— Учитель Ло, желаю вашей группе больших продаж!

Он знал, что группа «Триумф» собирается выложить свои песни на музыкальных сайтах. Это был обычный выбор для многих начинающих и не очень популярных исполнителей.

— Спасибо, — Ло Кай улыбнулся. — Надеюсь на дальнейшее сотрудничество.

Внезапно Пань Юннзя осенила мысль:

— Учитель Ло, а каковы ваши расценки?

Ло Кай опешил, но тут же понял, что тот имеет в виду, и усмехнулся:

— Об этом поговорим позже. Если у вас есть интерес, мы всегда можем обсудить.

Пань Юннзя с непроницаемым видом кивнул:

— Хорошо.

Он понял, что имел в виду Ло Кай. Слово «позже» было очень уместным.

500 000 юаней за песню — это, конечно, заоблачная цена. Сейчас у Ло Кая не могло быть такого гонорара, но что будет потом?

Это «потом» было не так уж далеко. Как только группа «Триумф» докажет свой рыночный потенциал, наверняка найдутся те, кто рискнёт сделать ставку.

«Нужно поддерживать хорошие отношения», — подумал Пань Юннзя.

Покинув студию звукозаписи, Ло Кай и Чжан Бо вернулись домой в деревню Сицзяо.

Теперь этот сельский дом был одновременно и логовом группы «Триумф», и общежитием для всех её участников, и зарегистрированным офисом студии «Триумф».

Вот только места было маловато. У Чжан Бо, генерального директора студии, даже не было своего кабинета, и пока ему приходилось делить кабинет с Ло Каем в главном доме.

Усевшись, Чжан Бо открыл свой ноутбук.

Пока Ло Кай и остальные работали в студии, он тоже не сидел сложа руки. Его основной

задачей был анализ и сравнение крупных музыкальных сайтов.

История развития музыкальных сайтов в Китае была недолгой. В связи с бурным развитием индустрии развлечений появилось несколько сотен специализированных музыкальных сайтов, но большинство из них пали жертвами жестокой рыночной конкуренции.

В настоящее время на рынке сетевой музыки царил триумвират: три крупнейших музыкальных сайта — Фейсюнь, «Звёздное небо» и «Улей» — занимали большую часть рынка. У группы «Триумф» не было другого выбора, кроме как выбрать один из этих трёх сайтов.

Чжан Бо, ранее работавший агентом по поиску талантов, был мало знаком с ними, поэтому потратил много времени и сил на их изучение.

— Вообще-то, для выпуска сингла нам лучше всего подошел бы «Фейсюнь», — Чжан Бо указал на открытую на экране информацию. — «Фейсюнь» в настоящее время занимает около 35% рынка, опережая «Звёздное небо» на 7% и «Улей» на 10%. У него больше всего зарегистрированных и платных пользователей. Однако...

Ло Кай не удивился, услышав это слово:

— На «Фейсюнь» слишком высокая конкуренция, продвижение стоит дорого, а цены на рекламу на главной странице просто заоблачные. Мы не можем себе этого позволить.

— А без рекламы и продвижения наши песни вряд ли будут хорошо продаваться.

— Да.

Ло Кай не стал спорить и спросил:

— А что насчет «Звёздного неба» и «Улья»?

«Фейсюнь» входил в тройку ведущих интернет-компаний Китая с рыночной капитализацией более 200 миллиардов долларов. Сфера его деятельности охватывала обмен мгновенными сообщениями, игры, онлайн-покупки, фильмы, музыку и многое другое. Настоящий гигант.

«Музыка Фейсюнь» стартовала довольно поздно, но благодаря огромным ресурсам и финансовой мощи группы «Фейсюнь» всего за несколько лет стала лидером отрасли.

Конечно, все хотели бы сотрудничать с таким гигантом.

Но не всем это было по карману. Вроде бы порог входа на «Музыку Фейсюнь» был низким, любой желающий мог загрузить свои работы и подать заявку на размещение.

Но чтобы выделиться на фоне многочисленных конкурентов, приходилось платить.

«Звёздное небо» и «Улей» уступали «Фейсюнь» по доле рынка, но конкуренция на них царила не менее жёсткая, просто стоимость продвижения и рекламы была относительно ниже.

— Сначала я думал о «Звёздном небе», — в голосе Чжан Бо послышалось волнение, — но потом я обнаружил, что песни нашей группы были рекомендованы на форуме «Улей» и пользуются там большой популярностью!

Он открыл форум «Улей» и нашел в закладках нужный пост.

«Я думал, что китайский рок мёртв, но я ошибался!» — это был пост пользователя «Упрямый камень»!

Этот пост, хотя и ушёл с главной страницы, набрал более 100 000 просмотров, 30 000 комментариев и 50 000 лайков, став хитом.

Чжан Бо продолжил:

— Я подсчитал, что, если не считать бессмысленных сообщений, количество положительных комментариев превысило 90%. Многие зарегистрированные VIP-пользователи выразили желание скачать студийные версии песен, так что наш потенциал продаж на «Улье» намного выше, чем на «Звёздном небе». Я зарегистрировал аккаунты от имени студии на всех трех музыкальных сайтах и прошёл проверку, так что мы можем в любой момент загрузить песни и подать заявку на размещение. Но решать тебе, какой сайт выбрать.

Ло Кай спросил:

— А можно разместить на всех трёх сайтах одновременно?

Чжан Бо горько усмехнулся:

— Я бы рад, но я читал соглашения о продаже на сайтах, и во всех есть пункт об эксклюзивности.

Можно выбрать только один сайт, мечтать не вредно!

Ло Кай спросил просто так, поэтому не расстроился.

Чжан Бо продолжил:

— Процент отчислений от продаж на всех трёх сайтах одинаковый: 30% — сайту, 20% — налог с продаж, а нам достаётся 50%.

Не только процент отчислений, но и цены на музыку были практически одинаковыми. VIP-пользователи могли скачать одну оригинальную песню за 1 юань.

То есть за каждое скачивание группа «Триумф» получала 0,5 юаня дохода после уплаты налогов.

Таким образом, ключевым фактором становились продажи. 10 000 скачиваний принесут всего 5 000 юаней, чего не хватит даже на то, чтобы окупить расходы на запись.

А чтобы продавать больше, нужно покупать рекламу и продвижение, что, в свою очередь, увеличивает расходы.

Поэтому, хотя распространение музыки в Интернете было простым делом, оно обходилось недёшево. Многие известные исполнители и новички тратили десятки, а то и сотни тысяч юаней на продвижение.

Их не интересовали доходы от продаж, им нужна была популярность и известность.

— Тогда пусть будет «Улей», — решил Ло Кай. — Деньги на рекламу всё равно придется потратить. Узнай у них цены.

Так и было решено, что три сингла группы «Триумф» будут впервые опубликованы на музыкальном сайте «Улей».

<http://tl.rulate.ru/book/113398/4645743>