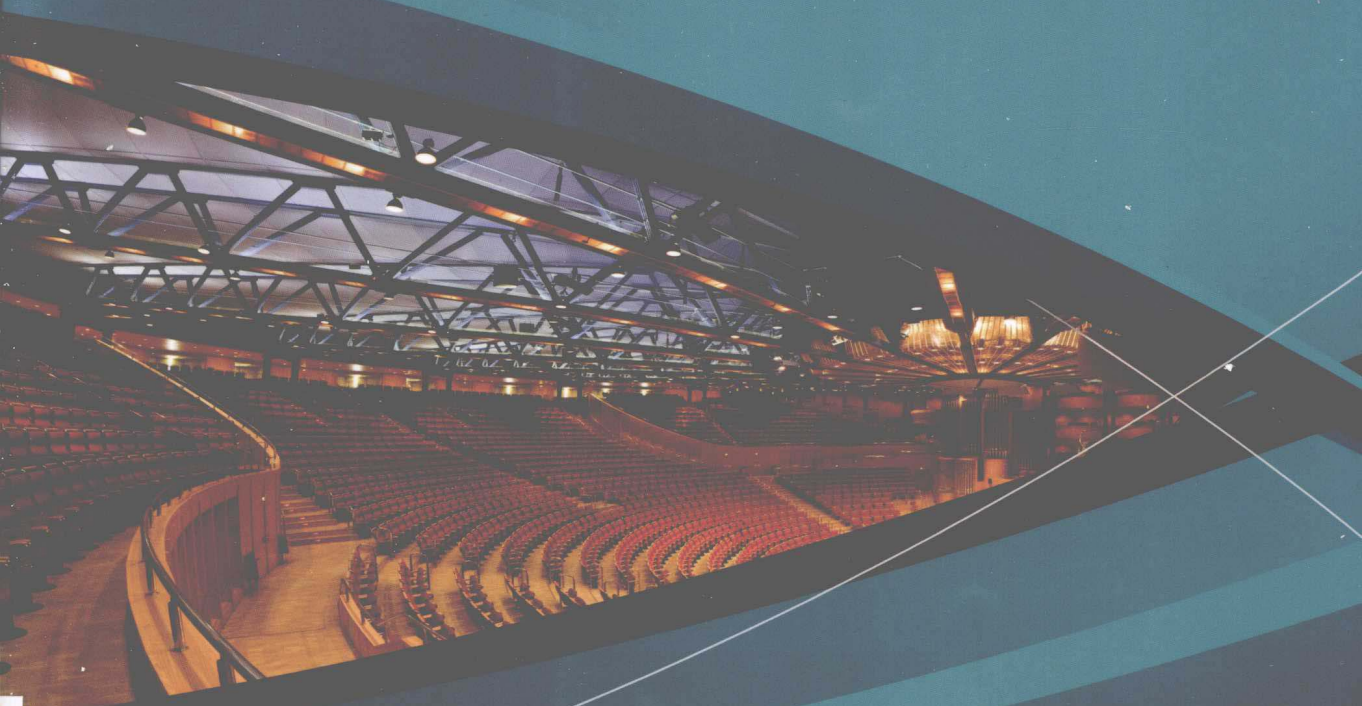


音乐商务项目 MUSIC BUSINESS PROJECTS PLANNING 策划教程

主编 张蓓荔



音乐商务项目

MUSIC BUSINESS PROJECTS PLANNING

策划教程

主编 张蓓荔



NLIC2970858664

 **SMPH**
上海音乐出版社
WWW.SMPH.CN

图书在版编目(CIP)数据

音乐商务项目策划教程 / 张蓓荔主编 - 上海: 上海音乐出版社,
2012.11

ISBN 978-7-5523-0083-3

I. 音… II. 张… III. 音乐 - 商务工作 - 项目管理 - 高等学校 -
教材 IV. J6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 236682 号

书 名: 音乐商务项目策划教程

主 编: 张蓓荔

出 品 人: 费维耀

责任编辑: 王亚平 吕沁融 (见习编辑)

印务总监: 李霄云

上海音乐出版社出版、发行

地址: 上海市绍兴路 7 号 邮编: 200020

上海文艺出版(集团)有限公司: www.shwenyi.com

上海音乐出版社网址: www.smph.cn

上海音乐出版社论坛: BBS.smph.cn

上海音乐出版社电子信箱: editor_book@smph.cn

上海文艺音像电子出版社邮箱: editor_cd@smph.cn

印刷: 上海图宇印刷有限公司

开本: 787×1092 1/16 印张: 22.5 图、文: 360 面

2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1-3,000 册

ISBN 978-7-5523-0083-3/J · 0060

定价: 58.00 元

读者服务热线: (021) 64375066 印装质量热线: (021) 64310542

反盗版热线: (021) 64734302 (021) 64375066-241

郑重声明: 版权所有 翻印必究

编写说明

近年来,文化产业获得广泛而迅猛的发展,显现出巨大的社会影响和作用。随着经济社会发展的需要,2011年艺术学由一级学科提升为学科门类,并授予艺术学学位,这不但在学科设置上与国际接轨,而且也对衍生和发展包括艺术管理在内的新兴学科提供了坚实的支撑和发展平台。与此同时,艺术管理学科的快速发展和完善,也将会极大地推动整个艺术学科和产业实践的创新与发展。社会对文化产业人才质量的要求也越来越高,尤其是对既懂艺术又懂管理的复合型管理人才的需求更大。

在我国文化事业及文化产业持续快速发展的同时,文化艺术管理人才短缺问题显得尤为突出。随着文化事业及文化产业的蓬勃发展以及对文化产业人才的需求不断增加,不少高校相继开设了文化产业管理或者艺术管理专业,但高校传统的教学模式与文化艺术管理人才的培养和社会的需求有较大差距。其中一个主要问题是教育部还没有统一编制的文化产业管理(包括艺术管理)教材,各高校在教材的选用上也是各自为政,学生知识结构的完整性和系统性受到严重影响。在现阶段的教学环节中,更多的是用理论取代了操作环节,宏观知识讲得太多,严重脱离文化产业发展的实际,对学生的操作能力重视不够,学生缺乏独立思维和创意,而真正涉及到文化产业的创意、经营、管理,特别是资本运作环节,必须经过一段较长时间的工作实践和再培训才能完成。

目前业内已出版的一些相关艺术管理论著,有从宏观的政策、国际视野入手的《演艺业管理与运作》(谢大京、一丁著,上海音乐出版社出版,2007年8月版),也有基于欧美艺术管理原理和方法研究成果的《艺术管理学概论》(余丁编著,高等教育出版社,2008年1月版),案例详尽且丰富的《艺术管理概论——香港地区经验及国内外案例》(郑新文著,上海音乐出版社,2009年8月版),还有21世纪艺术管理专业系列教材之一《艺术市场调研概论》(李敏编著,东南大学出版社,2010年11月版)和《艺术管理学概论》(田川流主编,东南大学出版社,2011年9月版),以及前些年出版、目前又修订的《音乐市场营销及案例分析》(周洪雷编著,上海音乐学院出版社,2011年5月第2版)和《演出经营与管理》(张朝霞、金鑫、王琛著,上海音乐出版社,2004年9月版)等。

2001年,天津音乐学院把握时代主流,瞄准文化产业的迫切需求,在全国音乐院校中首创艺术管理系,目前已具有十年的办学历史。艺术管理系所设的音乐商务和音乐传媒专业方向是在音乐学专业基础上拓展起来的跨学科、交叉性和应用型专业方向,目的是培养复合型艺术管理人才。该专业方向经过十年的建设,已具备了良好的基础条件,形成了优势的教学

及管理团队,资源整合效果显著,对人才培养产生了突出的效果,受到社会普遍赞许。2006年,艺术管理学科被确立为天津音乐学院重点发展学科。2009年,在原有专业的基础上又建立了新的专业,即文化产业管理专业,并正式获得教育部批准。2010年,该专业又被天津市教委评为重点发展的品牌专业。

为了给全国高等艺术院校的艺术管理专业和文化艺术经营单位提供一本既系统又实用的音乐艺术项目策划教学用书,天津音乐学院艺术管理系编写了这本《音乐商务项目策划教程》。编者对教学和实践中的成功经验总结分析,梳理出具有典型性、指导性、实践性的理论和方法,结合业界其他成功案例和经典理论,集结成此书,奉献给从事艺术管理的学生、教师、艺术活动策划者、运作者,以及其他对于艺术管理、项目策划与运作充满好奇和兴趣的广大读者。

对于艺术管理专业的学生来说,学习有关音乐商务项目策划的课程是极其重要的,目前国内外的多所艺术院校已把音乐商务项目策划列为艺术管理专业本科生或研究生的专业必修课程。同时,体现艺术管理专业特色的学科竞赛也在全国范围逐步兴起:2007年在上海音乐学院建院70周年之际,上海音乐学院艺术管理系举办了“观众拓展”创意策划比赛决赛活动;2009年第四届艺术管理教育年会举办了全国大学生“从创意到策划:艺术展演受众拓展方案设计大奖赛”;2010、2011年分别在第五和第六届中国艺术管理教育年会上举办了“全国大学生艺术项目创意策划大赛”;2012年6月由山东艺术学院艺术文化学院和《艺术百家》联合承办的全国艺术学学会艺术管理专业委员会第一届年会中同时举办“艺术管理类专业学生创意与策划方案大赛”;2012年10月上海音乐学院承办的第七届中国艺术管理教育年会上举办“全国大学生艺术管理项目创意策划大赛”。

本教程将以音乐商务项目策划为主体,对音乐商务项目运作的整个过程进行解析,从策划之初的项目产生背景和意义,到音乐产品及营利模式的设计、市场分析、营销战略及策略,再到项目团队和财务的管理、资金的筹措和运用、项目的风险和规避方法以及音乐商务项目策划中所涉及的法律法规问题等各个环节,以深度的理论讲解与鲜活的案例分析相结合,使本教程具有很强的系统性、指导性和实用性。此外,本书还将特别安排音乐商务项目计划策划书的撰写与答辩一章,讲解在项目招标竞争中应注意的事项,助项目策划与实施者一臂之力。

担任此教程编写的9名成员在职称、学历、专业、学缘、年龄等五个方面的结构比较合理。本教程的主编有着丰富的音乐演出实践经历、音乐学理论研究的学术成果以及十年来从事艺术管理教学的经验,特别是在带领并指导学生参加各类艺术商务项目的创意策划与实施中,积累了大量音乐商务项目策划的鲜活案例(2006年10月指导学生完成的商业计划书《京艺文化创新有限公司》荣获第五届“挑战杯”飞利浦中国大学生创业计划竞赛金奖。此次获

奖是艺术院校第一次在被誉为大学生创新创业精神奥林匹克竞赛的重要赛事中荣获此奖)。

教材的写作具体分工如下:

第一章绪论 张蓓荔;第二章 梁帅;第三章 陆涓;第四章 许多、王亚东;第五章 肖明霞;第六章 曲妍;第七章 赵良云;第八章 肖明霞;第九章 刘延明;第十章 张蓓荔。在此还要特别感谢研究生吴文静和祁艾同学,他们在文稿校对方面亦做了大量工作。

由于音乐商务项目策划是一门新兴学科,没有大量现成的资料可供参考,编者掌握的信息资料有限,书中肯定存在诸多疏漏和不足,诚请同行批评指正。

天津音乐学院艺术管理系
《音乐商务项目策划教程》编写小组
2012年5月28日

目 录 CONTENTS

编写说明	i
第一章 绪论	1
Introduction	
第一节 音乐商务项目策划的相关概念	1
Related concepts of music business projects planning	
一、音乐商务活动的项目特征及其特殊性	1
Project characteristics and particularity of music business activities	
二、音乐商务活动中的项目管理理论应用	4
Application of project management theory in music business activities	
三、音乐商务项目策划的特点	7
Characteristics of music business projects planning	
四、音乐商务项目策划的意义	10
Significance of music business projects planning	
第二节 音乐商务项目策划的特征与原则	14
Characteristics and principles of music business projects planning	
一、音乐商务项目策划的特征	14
Characteristics of music business projects planning	
二、音乐商务项目策划的原则	18
Principles of music business projects planning	
第三节 音乐商务项目策划的流程与体系	24
Process and system of music business projects planning	
一、音乐商务项目策划的流程	25
Process of music business projects planning	
二、音乐商务项目策划的体系	27
System of music business projects planning	

第二章 音乐商务项目策划中的项目概述·····	36
Project introduction in music business projects planning	
第一节 项目概述的内涵及撰写原则·····	36
Connotation and writing principles of project introduction	
一、项目概述的内涵·····	36
Connotation of project introduction	
二、项目概述的撰写原则·····	37
Writing principles of project introduction	
第二节 音乐商务项目的产生背景·····	38
Development background of music business projects	
一、天时·····	38
Chronicle period	
二、地利·····	43
Regional advantages	
三、人和·····	47
Human support	
第三节 音乐商务项目的意义和价值·····	51
Significance and value of music business projects	
一、社会效益·····	52
Social benefits	
二、经济效益·····	54
Economic benefits	
第四节 音乐商务项目的亮点与特色·····	57
Highlights and characteristics of music business projects	
一、音乐商务项目的创意设计特色·····	57
Creative design characteristics of music business projects	
二、音乐商务项目的盈利模式特色·····	58
Profit pattern characteristics of music business projects	
三、音乐商务项目的管理运营特色·····	59
Operational management characteristics of music business projects	
第三章 音乐商务项目策划中的产品设计·····	63
Product design in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目的产品设计概述·····	63

Introduction to product design in music business projects planning	
一、音乐产品设计的含义	63
Meaning of music product design	
二、音乐产品设计的内容	65
Content of music products design	
三、音乐产品设计的原则	66
Principles of music products design	
第二节 音乐商务项目策划的音乐产品市场定位	68
Market positioning of music product in music business projects planning	
一、音乐产品定位	68
Positioning of music product	
二、音乐产品定位的要素	71
Elements of music products positioning	
第三节 音乐商务项目策划的音乐产品创新设计	80
Innovative design of music products in music business projects planning	
一、内容创新设计方法	80
Design method of content innovation	
二、形式创新设计方法	82
Method of form innovation	
第四节 音乐商务项目策划的产品盈利模式设计	86
Product profit pattern design of music business projects planning	
一、现场表演类项目盈利模式	86
Profit pattern of live performance projects	
二、音乐出版类项目盈利模式	87
Profit pattern of music publication projects	
三、数字媒体类项目盈利模式	88
Profit pattern of digital media projects	
四、教育培训类项目盈利模式	90
Profit pattern of education and training projects	
五、音乐衍生产品类项目盈利模式	91
Profit pattern of music derivative product projects	
第四章 音乐商务项目策划中的市场分析	93
Market analysis in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目策划中的市场分析概述	93
Introduction of market analysis in music business projects planning	

一、音乐商务项目市场分析的相关概念	93
Related concepts of market analysis of music business projects	
二、音乐商务项目策划中市场分析的目的	94
Purposes of market analysis in music business projects planning	
三、音乐商务项目市场分析的作用	95
Functions of market analysis in music business projects	
第二节 音乐商务项目策划中市场分析的内容	97
Contents of market analysis in music business projects planning	
一、市场环境分析	97
Analysis of market environment	
二、音乐商务项目的市场细分与目标市场定位	108
Market segmentation and target market positioning of music business projects	
三、消费者行为分析	113
Analysis of consumer behavior	
第三节 音乐商务项目的市场调研	122
Market survey of music business projects	
一、音乐商务项目市场调研概述	122
Introduction to market survey of music business projects	
二、音乐商务项目市场调研的流程	124
Process of market survey in music business projects	
三、音乐商务项目市场调研的类型	128
Styles of market survey of music business projects	
四、音乐商务项目的市场调研方法	129
Methods of market survey of music business projects	
五、音乐商务项目市场调研的问卷设计	134
Questionnaire design of market survey of music business projects	
第五章 音乐商务项目策划中的营销战略及策略	141
Sales and Marketing strategy in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目策划中的营销战略	141
Marketing strategy in music business projects planning	
一、音乐产品定位的营销战略	142
Marketing strategy of music product positioning	
二、音乐产品的品牌营销战略	146
Brand marketing strategy of music products	

三、音乐产品价格营销战略	149
Price marketing strategy of music products	
第二节 音乐商务项目策划中的营销策略	151
Marketing strategy in music business projects planning	
一、音乐商务项目策划中的价格营销策略	151
Price marketing strategy in music business projects planning	
二、音乐商务项目策划中的渠道营销策略	157
Channel marketing strategy in music business projects planning	
三、音乐商务项目策划中的推广营销策略	158
Promotion strategy in music business projects planning	
第六章 音乐商务项目策划中的组织结构设计与人力资源管理设计	175
Organizational structure design and human resource management design in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目管理中的组织结构设计	175
Organizational structure design in music business projects management	
一、音乐商务项目的组织特点	176
Organization characteristics of music business projects	
二、音乐商务项目的组织结构考量	178
Organizational structure consideration of music business projects	
三、音乐商务项目的组织结构类型	180
Organizational structure styles of music business projects	
四、项目团队组织结构设计时应注意的问题	185
Potential problems in project team organizational structure design	
第二节 音乐商务项目策划中的人力资源管理设计	189
Human resource management design in music business projects planning	
一、音乐商务项目的人才特点	189
Human resource characteristics of music business projects	
二、核心成员的选择	191
Selection of core team members	
三、音乐商务项目的团队管理	192
Team management of music business projects	
四、音乐商务项目中的人力资源管理实务	197
Practice of human resource management in music business projects	

第七章 音乐商务项目的财务计划	203
Financial plan of music business projects	
第一节 音乐商务项目财务计划概述	203
Introduction to financial plan of music business projects	
一、财务计划的内涵及目标	204
Connotation and goal of financial plan	
二、财务计划的分类	205
Classifications of financial plan	
三、财务计划的内容	205
Contents of financial plan	
四、财务计划的作用	205
Functions of financial plan	
五、财务计划的编制原则	206
Compiling principles of financial plan	
六、财务计划的编制应注意的问题	206
Potential problems in financial plan	
第二节 音乐商务项目策划的筹资计划	208
Financing plan in music business projects planning	
一、音乐商务项目的筹资原因	208
Reasons for financing in music business projects	
二、音乐商务项目的筹资渠道	209
Types of financing in music business projects	
三、音乐商务项目的资本结构	216
Capital structure of music business projects	
第三节 音乐商务项目策划中的投资决策	217
Investment decisions in music business projects planning	
一、货币时间价值	217
The time value of money	
二、投资决策方法	219
Methods of investment decisions	
第四节 音乐商务目的成本和税金	224
Cost and tax of music business projects	
一、音乐商务项目的成本	224
Cost of music business projects	

二、音乐商务项目的税金	226
Tax of music business projects	
第五节 音乐商务项目基础财务报表	231
Basic financial statements of music business projects	
一、资产负债表	231
Balance sheet	
二、损益表	234
Profit and loss statement	
三、现金流量表	237
Cash flow statement	
第六节 音乐商务项目财务分析	239
Financial analysis of music business projects	
一、音乐商务项目偿债能力分析	239
Solvency analysis of music business projects	
二、音乐商务项目运营能力分析	242
Operational capability analysis of music business projects	
三、音乐商务项目盈利能力分析	244
Profitability analysis of music business projects	
第八章 音乐商务项目策划中的风险规避	251
Risk aversion in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目风险的涵义及意义	251
Meaning and significance of the risks in music business projects	
一、音乐商务项目风险管理的基本概念	251
Basic concept of risk management for music business projects	
二、音乐商务项目风险管理的意义	251
Significance of risk management for music business projects	
第二节 音乐商务项目风险识别与分析	252
Recognition and analysis of the risks in music business projects	
一、音乐商务项目风险识别的任务和目的	252
Mission and objective of risk recognition for music business projects	
二、音乐商务项目的风险识别	252
Risk recognition for music business projects	
三、音乐商务项目的风险识别方法	261
Methods of risk recognition for music business projects	
第三节 音乐商务项目的风险规避办法	263
Methods of risk aversion for music business projects	

一、风险规避的含义	263
Meaning of risk aversion	
二、风险应对计划的依据	263
The basis of the risk response plan	
三、风险规避的几种解决方法	264
Several solutions in risk aversion	
四、演出项目风险规避计划	267
Risk aversion plan for performance projects	
五、项目风险监控	268
Project risk monitoring and control	
第九章 音乐商务项目策划中的法律问题	271
Legal issues in music business projects planning	
第一节 音乐商务项目策划法律问题概述	271
Introduction to legal issues in music business projects planning	
一、音乐商务策划中涉及到的法律问题	273
Related legal issues in music business planning	
二、与音乐产业有关的专门法律法规	274
Specialized laws and regulations associated with music industry	
第二节 与现场音乐表演相关的法律问题	277
Legal issues related to live music performance	
一、演出市场与《营业性演出管理条例》	277
Performance market and <i>Commercial performance management regulations</i>	
二、现场音乐表演中的“表演权”与“表演者权”	282
The “right of performance” versus the “right of performer” in live music performances	
三、现场音乐表演中的“假唱”问题	283
The problem of “Lip Syncing” in live music performances	
第三节 音乐出版中的法律问题	287
Legal issues in music publishing	
一、音像出版法律问题概述	287
Introduction to the legal issues in music publishing	
二、音像行业出版中的法律规定	288
Legal regulations of music publishing industry	
三、音像出版行业中音乐作品使用	290
Using musical works in audiovisual material publishing industry	

四、唱片制作与销售中的法律问题	292
Legal issues of record production and sales	
五、盗版音像制品中的法律问题	294
Legal problems in pirated audiovisual products	
六、音乐版权合同与境外音乐版权贸易	295
Copyright contract of music and foreign music copyright trade	
第四节 数字媒体中的法律问题	297
Legal issues in digital media	
一、数字媒体侵权与信息网络传播权	297
Digital media infringement and the right to network dissemination of information	
二、网络链接中的音乐法律问题	298
Music legal issues in Internet links	
三、Web2.0网站中的音乐法律问题	299
Music legal issues on Web2.0 websites	
四、搜索引擎中的音乐法律问题	300
Music legal issues in search engines	
五、手机中的音乐法律问题	302
Music legal issues in mobile phone ringtones	
第十章 音乐项目商务计划书的撰写与答辩	305
The Writing and Oral Defense Of the Music Business Planning Proposal	
第一节 音乐商务项目策划书概述	305
Introduction to the music business projects planning proposal	
一、认识音乐商务项目策划书	305
Understanding the music business projects planning proposal	
二、音乐商务项目策划书的作用	307
Functions of the music business projects planning proposal	
三、音乐商务项目策划书的基本框架	308
Basic framework of the music business projects planning proposal	
第二节 音乐商务项目策划书的撰写要求	321
Requirements in writing the music business projects planning proposal	
一、音乐商务项目策划书的内容要求	321
Content of the music business projects planning proposal	
二、音乐商务项目策划书的文体要求	325
Stylistic requirements of the music business projects planning proposal	
三、音乐商务项目策划书的格式要求	327
Format of the music business projects planning proposal	

四、音乐商务项目策划书关注的要点	329
Main focuses of the music business projects planning proposal	
第三节 音乐商务项目策划书的答辩	333
The oral defense of the music business projects planning proposal	
一、音乐商务项目策划答辩的准备	333
Preparation for the oral defense	
二、音乐商务项目策划答辩的PPT制作	338
Making the PowerPoint presentation for the oral defense	
三、音乐商务项目策划答辩的基本技巧	339
Basic skills of oral defense	
第十章 音乐商务项目策划书答辩技巧	340
The Writing and Oral Defense of the Music Business Planning Proposal	
第一节 音乐商务项目策划书答辩技巧	340
Introduction to the music business projects planning proposal	
一、音乐商务项目策划书答辩技巧	340
二、音乐商务项目策划书答辩技巧	340
三、音乐商务项目策划书答辩技巧	340
第二节 音乐商务项目策划书答辩技巧	340
Introduction to the music business projects planning proposal	
一、音乐商务项目策划书答辩技巧	340
二、音乐商务项目策划书答辩技巧	340
三、音乐商务项目策划书答辩技巧	340

第一章 绪 论

本章概要

- 音乐商务项目策划的相关概念
- 音乐商务项目策划的特征与原则
- 音乐商务项目策划的流程与体系

第一节 音乐商务项目策划的相关概念

本节学习的重点

- 了解音乐商务活动的项目特征及其特殊性和音乐商务活动中的项目管理理论应用。
- 重点掌握音乐商务项目策划的意义。明确音乐商务项目策划是一种科学化的知识成果，它对于音乐组织或企业的经济效益和无形资产的增值都有不可或缺的作用。

一、音乐商务活动的项目特征及其特殊性

（一）商务（business, commerce）的定义

1. 商务的广义概念，是指一切与买卖商品服务相关的商业事务。商务的狭义概念即指商业或贸易。

2. 商务活动，是指企业为实现生产经营目的而从事的各类有关资源、知识、信息交易等活动的总称。

（二）项目的定义

人类有组织的活动划分为两种类型：一类是连续不断、周而复始的活动，称之为运作（Operations），如音乐组织或企业的日常活动；另一类是临时性、一次性活动，称之为“项目”（Projects），如奥运会开幕式大型晚会、一场赈灾义演晚会等。

项目是指在一定的约束条件下（主要是限定时间、限定资源），具有明确目标的一次性