

## **Инструменты продвижения в музыкальных стриминговых сервисах Китая (на примере NetEase Cloud Music)**

*Симакова Ксения Максимовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: Kseniasimakova27@yandex.ru*

Китайский стриминговый сервис NetEase Cloud Music - одна из наиболее активно развивающихся платформ на рынке цифровой музыки в Китае. Выручка компании в третьем квартале 2022 года составила 2,36 млрд юаней (около 331 млн долларов), что на 22,5% больше по сравнению с аналогичным периодом в 2021 году. На июнь 2022 года количество активных пользователей в месяц составило 181,9 млн, из которых 37,6 млн пользовались сервисом по подписке (против 26,1 млн в 2021 году). [2]

Цель данного исследования заключалась в выявлении способов продвижения на NetEase Cloud Music. Мы рассмотрели особенности платформы на уровне ее интерфейса, формирования повестки и характеристик аудитории.

Чтобы оценить распространенность и эффективность инструментов продвижения, следует проанализировать контент, связанный с продвижением различных музыкальных продуктов.

### **Интерфейс и функциональные особенности**

#### *Основные разделы*

Главное меню приложения включает в себя вкладки «Обнаружение», «Подкасты», «Моя музыка», «Новости», «Сообщество». На основной вкладке «Обнаружение» сверху располагаются лаконичные иконки «Ежедневная рекомендация», «Мое радио», «Плейлисты», «Чарты», «Прямые трансляции», «Цифровые альбомы»; в ленте пользователю также предлагаются «Самые обсуждаемые темы». Вкладка меню «Новости» позволяет просматривать обновления артистов и других пользователей внутри социальной платформы, получившей название «Облачная деревня».

#### *Система рекомендаций и область комментариев*

NetEase Cloud Music имеет разнообразную и персонализированную функцию музыкальных рекомендаций, а также возможность перейти в режим караоке: записать и опубликовать свою версию, послушать записанные версии других пользователей. Важно отметить, что NetEase Cloud Music стала первой платформой с возможностью комментирования песен. В них пользователи делятся своими эмоциями, что вызывает более глубокую привязанность к музыкальному продукту. Сейчас NetEase Cloud Music насчитывает миллионы комментариев, получивших более 999 отметок «Нравится». Пользователи могут комментировать любой тип контента. [4]

### **Специфика музыкальной повестки**

### *Характеристика аудитории*

Более 90% активных пользователей NetEase Cloud Music родились в 90-е годы и позднее, и это самая популярная музыкальная онлайн-платформа для пользователей данной возрастной категории. Здесь также сосредоточены пользователи городов 1 и 2 уровня, то есть наиболее платежеспособная аудитория. Молодая аудитория предпочитает разнообразие стилей, благодаря чему на платформе становятся популярны произведения разных жанров. [1]

### *Виды контента*

Музыкальная повестка NetEase Cloud Music складывается из сочетания автоматизированных рекомендаций, профессионального контента редакции платформы, контента авторов-блогеров, музыкантов и самих пользователей. Публикации включают текст, фото, видео и аудиоконтент. Музыканты могут публиковать как официальные видеоклипы, так и блоги, а также проводить прямые трансляции. Руководство платформы делает большой упор на развитие UGC и повышение активности пользователей. В первой половине 2022 года среди всех комментариев насчитывалось около 300 000 комментариев с более чем 100 ответами. [2]

## **Продвижение музыкального продукта**

### *Создание имиджа и взаимодействие с аудиторией*

Помимо аватара и фонового баннера, профиль артиста включает каталог цифровых продуктов и сопутствующих товаров, биографическую информацию, популярные песни, блог и видеоконтент. В 2022 году на платформе появилось «Музыкальное фан-сообщество», направленное на укрепление связи между артистами и пользователями. За активность (прослушивание песен, комментарии, репосты) пользователь получает баллы и продвигается вверх в рейтинге всех поклонников.

В рамках продвижения музыкант может использовать таргетированные push-уведомления, то есть оповещать пользователей о новых песнях. Чтобы привлечь внимание к своему посту в пользовательской ленте, музыкант использует функцию «Продвижение новости среди фанатов», благодаря чему контент закрепляется в ленте у каждого подписчика. Артист также может отвечать на комментарии, что повышает интерес и доверие аудитории.

### *Продвижение при поддержке платформы*

Netease Cloud Music насчитывает более 570 000 независимых музыкантов и по данному показателю занимает первое место среди всех стриминговых сервисов Китая. [5] Исполнителям предлагается зарегистрироваться на платформе NetEase Musician, с помощью которой можно запустить автоматизированное продвижение песни. Использование этой функции возможно при оплате с помощью Yunbei - валюты, которая функционирует внутри сервиса. Кроме того, артист получает возможность участвовать в чарте оригинальных песен Netease Cloud Music, получать подарки от пользователей и зарабатывать дополнительный трафик для продвижения видеоконтента. Чтобы предоставить инди-артистам дополнительные рекламные ресурсы, Netease Cloud Music регулярно проводит онлайн-фестивали и конкурсы, такие как «Stone Project», «Star Collection», «1W+ Rap New Blood» и «Rhythm Player».

Сочетание онлайн- и офлайн-форматов проводимых концертов, продажа физических товаров во встроенном онлайн-магазине, розыгрыш в комментариях и возможность дарить

виртуальные подарки во время трансляции - все эти возможности продвижения на NetEase Cloud Music способствуют тому, чтобы музыкальный контент стал неотъемлемой частью повседневной жизни людей.

### Источники и литература

- 1) Jie Cai, Ruiqi Shen, Starr Roxanne Hiltz. Choice of Social Music Systems in China: A Study of NetEase Cloud Music // MobileHCI '21 Adjunct, № 7. France: Toulouse & Virtual, 2021. – p. 3
- 2) Music Business Worldwide: <https://www.musicbusinessworldwide.com/netease-cloud-music-revenues-reach-331m-in-q3-up-22-5-yoy1/>
- 3) NetEase Musician: <https://music.163.com/st/musician>
- 4) new.qq.com: <https://new.qq.com/rain/a/20221222A04Z2W00>
- 5) Sina Online: <https://news.sina.com.cn/sx/2022-11-18/detail-imqqsmrp6650134.shtml>