

四川在线消息（记者
向宇）

5月27日，网易音乐人沙龙第三期在成都举办，主题为“音乐人的自我推广之道”。这是网易云音乐针对原创音乐人推出的培训交流活动。

本期网易音乐人沙龙邀请到网易云音乐运营总监黄俊，网易云音乐网易音乐人产品负责人刘欢，网易云音乐音乐人运营小粉，“阿修罗”乐队主唱泰然，明堂唱片主理人李天昊，电子音乐厂牌Pillz联合创始人王瑞，热门歌曲《纸短情长》作者、“烟把儿”乐队主唱言寺，网易音乐人崔开潮经纪人李江，电子音乐人LeeAlive，成都国际流行音乐电台主持人、乐评人赵晨等音乐行业代表来到现场进行分享交流，帮助音乐人更好实现自我推广。

据了解，本期网易音乐人沙龙不仅吸引上百位成都本地音乐人前往参加，更有不少音乐人从江苏、河南等地专程奔赴成都，希望在沙龙现场了解与自己息息相关的干货知识。

立体平台资源+多元音乐收入全方位助力音乐人自我传播推广

近年来，国内原创音乐得到快速发展，但传播推广问题依然是独立音乐人成长过程中的一个关键痛点。如何结合数字音乐时代的传播特点，最大化音乐人的自我推广效果，成为本期音乐人沙龙现场嘉宾们讨论的重点。

音乐人沙龙现场，网易云音乐运营总监黄俊首先以“网易云音乐：多维度助力音乐人传播推广”为主题进行了分享。黄俊结合多个音乐人自我推广的成功案例，系统介绍了音乐人如何借助数字音乐平台所提供的多维度资源，实现更好的自我推广效果。

据黄俊介绍，音乐人在网易云音乐可通过歌单、评论、电台、专栏、动态、视频、榜单和个性化推荐等多样化的传播手段，全方位进行自我推广。今年3月，网易云音乐5.0版本全新上线，其中不仅对视频页面进行升级，也扩大了个性化推荐在产品中的应用范围，为音乐人提供更多样化和精准化的传播渠道。

黄俊表示，网易云音乐也为原创音乐人提供多维度的平台扶持资源。网易云音乐发起的“石头计划”，七太子计划去年都已全面落地，“石头计划”第二季此前也已启动。今年5月，网易云音乐也全新推出“云梯计划”，扶持音乐人等内容创作者，帮助其与平台共享数字音乐发展成果。对于如何更好借助数字音乐平台的产品资源，并结合“云梯计划”等全新推出的扶持计划，助力自身作品推广，现场音乐人也都表现出了浓厚的兴趣。

随后，网易云音乐网易音乐人产品负责人刘欢对“云梯计划”具体内容及网易云音乐的相关产品服务做了详细解读。

刘欢首先对网易云音乐帮助音乐人进行自我推广及拓展收入的产品服务做了整体介绍，并为音乐人更好使用产品资源提供了具体的实操策略建议。随后，刘欢对“云梯计划”中音乐人广告分成、短视频全面激励、自助数字专辑售卖、虚拟货币云豆四方面的具体产品功能一一做了介绍。其中，据了解，在自助数字专辑售卖中，音乐人可自主确定专辑的售卖价格及售卖期。通过虚拟货币云豆，音乐人可兑换网易云音乐豪华会员、推广流量包、动态粉丝头条、定向个性私信、搜索推荐等多种推广资源。

音乐人定位、用户互动.....畅谈数字音乐时代音乐人自我推广之道

本期音乐人沙龙现场，多位优秀音乐人和业内人士，也在现场分享了自己在音乐作品传播推广过程中的实战经验。

曾经推出嘻哈音乐人Lu1的明堂唱片主理人李天泉及电子音乐厂牌Pillz联合创始人王瑞，从厂牌角度对音乐人推广策略做了分享。两位嘉宾都认为，音乐人传播推广需要基于音乐人自身特点，对其进行凸显，这对于音乐人拓展商业价值也很有帮助。电音音乐人LeeAlive同样认为，“突出自我”对音乐人的传播推广十分重要。

烟把儿乐队主唱言寺和成都代表性音乐人“阿修罗”乐队主唱泰然，对于在快速变化的外在环境中保持自我特质都深有体会。烟把儿乐队作品《纸短情长》获得大量歌迷热捧，网易云音乐评论量超过20万次。来到现场后，烟把儿乐队主唱言寺表示，自己是第一次以这样的形式和音乐人交流。言寺认为，一首作品的成功有偶然因素，但音乐人要想走得长远，必须要有自己的坚持。泰然表示，自己从98年开始做音乐，数字音乐时代推广方式发生了很大改变，例如，更高频地发布单曲就比低频发布专辑能获得更好传播效果。但他认为，不管媒介怎么变，音乐人自身的气质不能变，不符合音乐人定位的“新潮”推广方式弊大于利。

网易音乐人崔开潮的经纪人李江，现场分享了音乐人如何实现从0到1成长的真实经历。李江认为，音乐人在线上线下传播推广，需要结合自身作品特点进行，充分利用网易云音乐等平台扶持资源，同时，拥有“超级粉丝”十分重要，每个“超级粉丝”如同一个小的自媒体，对音乐人传播推广益处不小。

据了解，网易音乐人沙龙是专为原创音乐人服务的沙龙，邀请行业资深嘉宾分享干货、现场互动，为原创音乐人提供进阶培训与切实帮助。接下来，网易音乐人沙龙还将在西安、武汉等城市举办。