

## **Transmit China, syyskuu 14-16, Peking**

### **1. Matkan tavoitteet**

- 1.1 Raportoida Transmit China tapahtuma
- 1.2 Tavata musiikin live-sektorin toimijoita, kartoittaa promoottoreita/festivaaleja sekä selvittää markkinoiden tarpeita ja yhteistyömahdollisuuksia. Selvittää showcase-yhteistyön mahdollisuutta alueen merkittävien festivaalien kanssa.
- 1.3 Selvittää paikallista markkinatilannetta julkaisujen suhteen. Löytää mahdollisia jakelukumppaneita suomalaisille toimijoille sekä tulevia Kiinaan suuntautuvia hankkeita varten
- 1.4 Selvittää ja raportoida paikallisten ja kansainvälisten toimijoiden näkemyksiä Kiinan markkinoiden kehityksestä. Selvittää ja raportoida uusia ideoita & best practices.
- 1.5 Selvittää kysyntää mahdollisille co-writing ja co-management hankkeille

### **2. Tulokset**

#### 2.1 Transmit China

Transmit China järjestettiin Kiinan muurin kupeessa Commune -nimisessä hotellikompleksissa kaupungin ulkopuolella n. tunnin ajomatkan päässä Pekingistä. Puitteet olivat erinomaiset ja järjestelyt toimivat moitteetta.

Järjestäjien omasta mielestä nyt neljättä vuotta järjestetty Transmit China oli vihdoin saavuttanut alkuperäisen Vancouverissa järjestettävän Transmission - tapahtuman tason.

Transmit Chinassa oli useita kiinnostavia keynote puheenvuoroja mm. Si Shen / PapayaMobile menestyneestä paikallisesta mobiilipeliyrityksestä ja Larry Namer / Metan Development Groupista joka tuottaa TV-sarjoja Yhdysvaltojen lisäksi Kiinan markkinoille.

Workshop –sessiot pienryhmissä toimivat hyvin. Sponsoreille (mm. Blackberry, British Columbia, Sonos) oli rakennettu omia sisältösuuksia jotka istuivat luontevasti muuhun ohjelmaan. Osallistujamäärä kuten alkuperäisessä Transmissionissa on pyritty pitämään pienenä n.200 henkeä, joka helpotti osallistujiin tutustumista.

Miinusta oli, että osallistajat olivat suurimmaksi osaksi Pohjois-Amerikasta Kanadasta ja Yhdysvalloista. Paikalliset osallistajat olivat pääasiassa Kiinassa toimivia ulkomaalaisia ja kiinalaiset olivat vähemmistönä.

Live-sektorin toimijoita festivaaleja/promoottoreita yms. ei ollut myöskään paikalla muutamaa lukuun ottamatta.

Tapahtumassa ei järjestetty ulkomaisten artistien showcase -konsertteja. Showcase-osuutta korvasi mm. paikallisten artistien esiintymisistä koostuva klubi-ilta D22-klubilla sekä mahdollisuus osallistua yksipäiväiseen Black Rabbit –festivaaliin, jossa pääesiintyjinä olivat mm. 30 Seconds to Mars, Ludacris, Gold Panda ja Grandmaster Flash.

Kiinalaisten suhteellisesta vähydestä huolimatta paikalla oli kuitenkin merkittävien Kiinalaisten yritysten edustajia kuten Googlen kiinalainen vastike Baidu, maan suurin puhelinoperaattori China Mobile, video- ja musiikkisisältöä mobiili ja internetpalveluihin tuottava valtionyritys CNLive, musiikin verkkopalvelu Xiami etc.

## 2.2 Konsertit

Tapaamiset konserttijärjestäjien kanssa oli sovittava pääasiassa Transmit China -tapahtuman ulkopuolelle, koska varsinainen tapahtuma ei houkuttanut konserttijärjestäjiä.

Konserttijärjestäjien mukaan konserttitoiminta Kiinassa lisääntyy edelleen vauhdilla. Festivaalien määrä on noussut muutamassa vuodessa muutamista satoihin.

Sytä on monia: varallisuuden kasvu, internet-käyttäjien lisääntyminen ja sitä kautta tiedon ulkomaalaisesta ja kotimaisesta musiikista helpompi saatavuus, kulutustottumusten muutos yksilöllisempään suuntaan sekä sponsoroinnin kasvu.

Festivaalien suurimpia sponsoreita ovat tällä hetkellä kaupunkien paikallishallinnot ja kiinteistöfirmat. Kaupungit, kaupunginosat ja

kiinteistökehityshankkeet tukevat mielellään festivaaleja tavoitteena oman alueensa brändääminen. Hyvän sponsoritilanteen johdosta suurimmat festivaalit tarjoavat jo kansainvälisesti kilpailukykyisiä palkkioita ulkomaisille pääesiintyjilleen. Festivaalien määrän nopeasta kasvusta huolimatta festivaalit tuntuvat keräävän kohtuullisesti myös yleisöä, joten kysyntää myös on.

Merkittävimmit festivaalijärjestäjät ovat Zebra Music, joka avaa ensi vuonna jo kuudennen festivaalinsa Kiinassa, MIDI jolla on festivaaleista pisin historia (2-3 festivaalia vuosittain) Modern Sky järjestää sekä Strawberry ja Modern Sky nimisiä festivaaleja (yhteensä 3-4 vuosittain). Shanghai JZ Festivaali on kasvanut myös huomattavasti ja suunnittelee avaavansa uusia festivaaleja mm. Pekingiin. Ulkomaisista toimijoista Live Nation aloitti ensimmäisen festivaalinsa Pin Gu Music Festivalin toukokuussa. Muita aloittelevia toimijoita on runsaasti, Pienempiin festivaalijärjestäjiin kuuluu mm. Split Works joka järjestää Black Rabbit ja Jue –festivaaleja Pekingissä ja Shanghaissa.

Kaupunkeja vertaillen konsertit Shanghaissa keräävät tällä hetkellä suurimman yleisön sekä klubi- että festivaalipuolella. Pekingissä on kuitenkin edelleen jonkin verran enemmän ulkomaisen musiikin tarjontaa sekä paikallisia yhtyeitä ja toimintaa huomattavasti enemmän. Kansainvälisiä artisteja kiertää maassa yhä enemmän ja laajemmalla alueella. mutta pääosa ulkomaisten artistien konserteista keskittyy edelleen Pekingiin ja Shanghaihin.

Modern Sky ja Zebra festivaalien johtajat olivat avoimia yhteistyölle Music Export Finlandin kanssa markkinoinnin ja showcase –yhteistyön suhteen. Keskustelua oli mm. mallista jossa artisteja olisi mahdollista promotoida pidemmällä aikajänteellä Kiinassa. Artistin tai artistien varsinaista festivaalikonserttia edeltäisi showcase -tapahtuma tai kiertue, joka toteutettaisiin festivaalikumppanin tuella hyvissä ajoin ennen festivaalia.

Artistien festivaaliesiintymisen pohjustaminen pienemmällä konsertilla / konserttikiertueella hyödyttäisi näin mahdollisesti sekä artisteja että myös festivaalien omaa markkinointia. Modern Sky oli kiinnostunut kytkemään myös Caoker –verkkopalvelunsa showcase-markkinointiin. Keskusteluja sovittiin jatkettavan Musiikki ja Mediassa Tampereella, jonne mm. Zebra, Modern Sky ja Live Nationin festivaalien edustajia on tulossa.

Metallipuolella Painkiller – Kiinan suurin metallilehti - piti vuoden 2010 Helfest –tapahtumaa yhtenä onnistuneimmista ja toivoi, että Japanin vuosittaisia Finland Fest showcasejä voisi jatkaa jatkossa myös Kiinaan.

### 2.3 Julkaisut

Kiinassa syntyy tällä hetkellä paljon uusia erilaisia musiikin mobiili- ja verkkopalveluja. Transmit China tapahtumassa oli läsnä useita uusia tai uudistuneita mobiili- ja verkkopalveluja Caoker, Xiami, Baidu, China Mobile, CNlive, Zebra, jotka kaikki olivat kiinnostuneita lisensoimaan ulkomaista

musiikkia/sisältöä. mm. China Mobilen ja Baidun edustajien mukaan kuitenkin online-palveluista syntyvä liiketoiminta on edelleen pientä. Toimivaa ratkaisua siihen miten lisääntyneestä musiikin kulutuksesta verkossa saadaan tuloja etsitään, mutta pääosa musiikkiteollisuuden digitaalisista markkinoista tulee Kiinassa edelleen puhelinten soittoäänistä (ringtones & ringbacktones).

Keskusteluissa Transmit Chinaan osallistuneiden ulkomaisten pääomasijoittajien kanssa kävi ilmi, että mobiili- ja verkkopuolen startup yrityksiä perustetaan Kiinassa paljon, mutta sijoittaminen uusiin yrityksiin Kiinassa on kilpaillumpaa ja kalliimpaa kuin muualla. Kiinassa on paljon kotimaista rahaa liikkeellä, joka etsii sijoituskohteita.

Pekingissä toimii myös ainakin yksi indie levy-yhtiö ja management yritys Maybe Mars , jotka toimii jo viidettä vuotta pääomasijoittajien sijoitusten turvin.

Pekingissä paikalla olleilla merkittävillä ulkomaisilla toimijoilla kuten IODA, Beggars Group oli vahva usko, että Kiinan musiikkimarkkinat tulevat muuttumaan parempaan lähivuosina.

Yritykset ovat tehneet jo useita sopimuksia Kiinaan. Näistä sopimuksista syntyvä liiketoiminta oli toistaiseksi erittäin pientä, mutta yritykset pitivät tärkeänä olla läsnä ja kehittää liiketoimintaa markkinoiden tässä kehitysvaiheessa.

Beggars Group oli mm. palkannut pysyvän edustajan Pekingiin, jonka tehtävänä on kehittää levy-yhtiön brändiä Kiinassa. Yritykselle oli luotu kiinankielinen nimi ja logo. Beggars Groupin strategiana on tuoda ja esitellä artistejaan Kiinassa, mutta sen sijaan että yritys keskittyisi rakentamaan yksittäisille artisteille uraa on sen painopiste Beggars Groupin oman tunnettuuden kehittämisessä. Strategiana on, että kun markkinatilanne myöhemmin paranee ja kysyntää ulkomaiselle musiikille syntyy enemmän, on Beggars Group silloin vahvemmassa asemassa kuin ulkomaiset kilpailijansa.

#### 2.4 Co-writing ja co-management

Co-writing hankkeiden toteuttamista Kiinassa ei koettu hyödylliseksi. Kiinassa sävellyksiä ostetaan jonkun verran, mutta musiikista saa kiinteän korvauksen ja suhteellisen pienen sellaisen. Transmit Chinassa paikalla ollut shanghaiainen mainostoimisto nimeltä BBH oli kiinnostunut suomalaisista biisinkirjoittajista ja ilmoitti käyttävänsä ulkomaisia kirjoittajia kampanjoissaan. Samoin Pekingissä toimiva Outdustry oli välittänyt ulkomaisten kirjoittajien musiikkia kiinalaisille kustantajille.

Sen sijaan idea co-management hankkeesta sai paikallisilta toimijoilta hyvää palautetta. Kiinassa on syntynyt artisteille lyhyen ajan sisällä huomattavasti kysyntää konserttitoiminnan nopean kasvun myötä. Myös sponsorisopimukset ovat kasvussa esim. artistien esiintyminen mainoksissa tai säveltäminen mainoksiin. Saman aikaisesti kuitenkin paikalliset tunnetutkin artistit pääosin edustavat itse itseään ja ammattimaisia managereita tai agenteja on vähän tai jos

ollenkaan.

Vaikka useat kiinalaiset yhtyeet ovat jo vierailleet ulkomailla, ei ulkomailla ole tehty pitkäjänteistä promootiota ja vakituiset yhteistyökumppanit puuttuvat. Ongelmat ovat näin ollen osittain samoja kuin kansainvälisillä artisteilla Kiinassa.

Co-management hankkeen perusajatus on, että hankkeessa suomalaiset managerit auttavat kiinalaisia (tai laajemmin aasialaisia) artisteja euroopassa ja kiinalaiset (aasialaiset) managerit vastavuoroisesti edustaisivat suomalaisia artisteja omalla markkinallaan. Kiinalaiset oppisivat alan kansainvälisiä toimintatapoja ja saisivat artisteilleen kansainvälistä näkyvyyttä joka hyödyttäisi artisteja myös nopeasti kasvavilla kotimarkkinoilla. Suomalaiset taas saisivat Kiinasta alan parhaat yhteistyökumppanit sekä artisteilleen pitkäjänteistä promootiota nopeasti kasvavilta suurilta markkinoilta ilman suuria suoria taloudellisia investointeja. Samalla suomalaisille kertyisi asiantuntemusta ja tuloksia Aasiasta jota voisivat hyödyntää Euroopassa.

Tässä useat yhtiöiden edustajat kuten Maybe Mars, Live Nation, 8633 Link, Painkiller, Outdustry kokivat, että manageritason vaihdolle ja yhteistyölle olisi periaatteessa paljonkin tilausta, mutta hanke kaipaa vielä yksityiskohtaisempaa kehittelyä.