

NHẠC TRỰC TUYẾN ĐẨY LÙI DOANH SỐ BÁN ĐĨA

Tại Mỹ, doanh số bán đĩa CD đã giảm 4,2% trong nửa đầu năm nay, tuy nhiên, lợi nhuận thu được từ nhạc trực tuyến lại tăng 77%. Sự phát triển của hình thức kinh doanh nhạc online làm cho các công ty đĩa hát vừa mừng vừa lo. Tổng doanh thu từ album nhạc từ đĩa CD tới băng cassette và

Tại Mỹ, doanh số bán đĩa CD đã giảm 4,2% trong nửa đầu năm nay, tuy nhiên, lợi nhuận thu được từ nhạc trực tuyến lại tăng 77%. Sự phát triển của hình thức kinh doanh nhạc online làm cho các công ty đĩa hát vừa mừng vừa lo. Tổng doanh thu từ album nhạc từ đĩa CD tới băng cassette và các dạng khác trong 6 tháng đầu năm tại Mỹ mới đạt 270,6 triệu USD, so với 282,6 triệu cùng kỳ năm ngoái. Album bán chạy nhất cho tới giờ là nhạc phim High School Musical của Disney Channel (2,6 triệu bản). Album của Rascal Flatts, James Blunt, Mary J. Blige và Carrie Underwood đứng thứ 5. Sự suy giảm nói trên đã ảnh hưởng đến cả lượng đĩa bán ra của Mariah Carey và 50 Cent, hai ca sĩ đã đạt giải đĩa hát bạch kim năm ngoái. Về các dòng nhạc, R&B tỏ ra vẫn thống thế với 53.806 bản được bán, trong khi vẫn giảm 22,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Nhạc đồng quê thì tăng 17,7%. Trong khi đĩa CD vẫn là định dạng ưa thích của các ca sĩ khi ra album trong 5 năm trở lại đây, thì người hâm mộ lại đang chuyển dần sang download các bài hát đơn lẻ hay toàn bộ album từ các trang dịch vụ trực tuyến. Từ 2/1 cho tới ngày 2/7, gần 281 triệu bản nhạc số đã được tải, so với con số 158,8 triệu năm ngoái thì quả thực thị trường này đang rất tiềm năng. Trong 6 tháng đầu năm, có tới 14 triệu album được bán bằng hình thức này, gấp đôi so với năm 2005. Sự phát triển của dịch vụ nhạc trực tuyến đang làm cho các công ty đĩa hát vừa mừng vừa lo. Mừng vì có thêm một kênh kinh doanh mới, lo vì chính đó mà doanh thu từ đĩa CD giảm hẳn. Trong số 4 công ty đĩa hát lớn thì Universal Music Group có thị phần lớn nhất (31,66%), tiếp theo là Sony BMG Music Entertainment (26,25%), Warner Music Group (19,30%) và EMI Music của Anh (10%). Đức Thanh