

中国音乐产业发展研究报告——数字篇

2020年



海量行研报告免费读

研究范围：界定为音乐产业核心层中数字音乐板块

从内容形式来讲，数字音乐是指以数字格式存储，以互联网为平台进行传输的音乐。从产业研究视角出发，在原国家新闻出版广电总局相关部门的指导下，中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会和中国传媒大学曾联合对音乐产业进行划分与界定。其中核心层中数字音乐版块由数字音乐平台国家广播电视总局（原国家、移动K歌（在线K歌）、短视频、泛娱乐直播构成数字音乐娱乐体验的主战场（亦包含电信音乐增值）。本篇报告研究范围承接上述界定标准，囊括**数字音乐、在线K歌、短视频以及泛娱乐直播**市场，展开对中国音乐产业——数字篇的探讨研究。所产出的市场规模口径亦为互联网平台通过提供与数字音乐相关的功能服务所获得的营业收入，商业模式包含用户付费、广告收入及版权运营（不包含电信音乐增值*）。

中国音乐产业类别划分



音乐图书与音像

音乐演出

音乐版权经纪与管理

数字音乐



乐器

音乐教育培训

专业音响



广播电视音乐

卡拉OK

影视、游戏、动漫音乐

- ✓ 数字音乐（狭义）
- ✓ 在线K歌
- ✓ 短视频
- ✓ 泛娱乐直播

注释：本次研究范围不包含电信运营商或手机厂商所提供的数字音乐相关增值业务，如电话彩铃和手机铃声等。由于电信运营商的信息终端层级高于移动互联网内容平台，其数字音乐增值业务属于依据公用电信网资源及其他通信设备而开发的附加通信业务，与数字音乐、在线K歌、短视频及泛娱乐直播等内容平台有着根本形式上的不同，故不纳入本次研究范畴。
来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

国际音乐产业与中国音乐产业概览

全球录制音乐市场回暖，流媒体成为收入增长核心来源

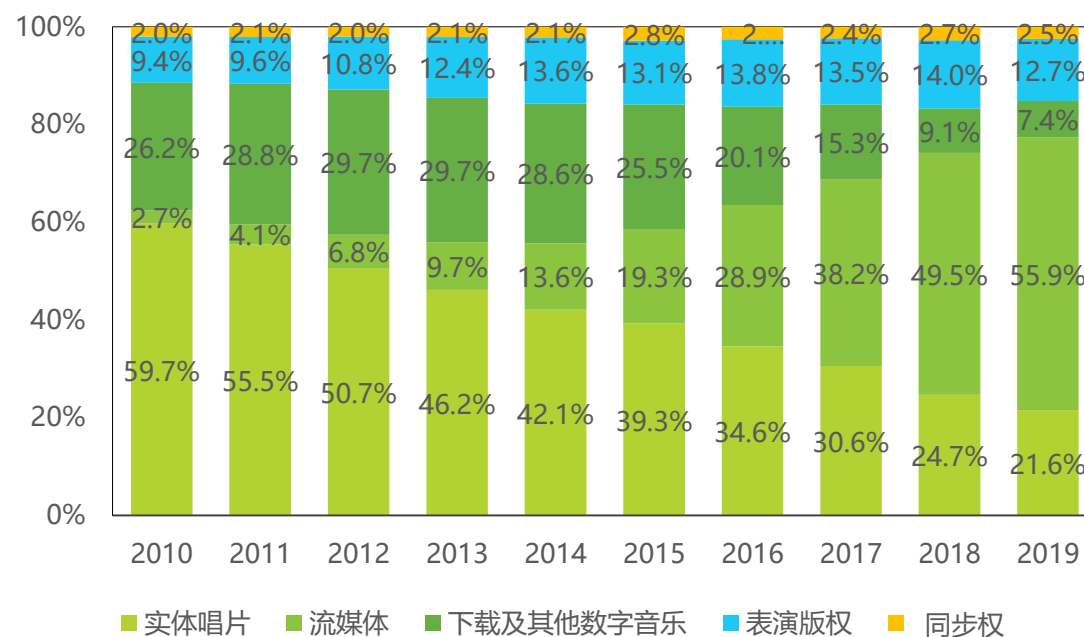
根据国际唱片协会（IFPI）所发布的《2020年全球音乐产业报告》显示，2019年全球音乐产业市场规模收入已达到202亿美元，较去年增长了8.0%，这是自1997年IFPI开始连续第五年增长且涨幅依旧居高。从占比结构来看，流媒体收入增长态势凸显，在2019年收入贡献占比首次突破50%。预计未来以流媒体为主导的数字音乐将继续成为音乐产业的重要支柱，激发音乐产业焕发新生机。

2010-2019年全球录制音乐产业总收入



来源：国际唱片协会（IFPI）。

2010-2019年全球录制音乐产业收入结构



来源：国际唱片协会（IFPI）。

中国录制音乐市场表现亮眼，有望跻身世界前列

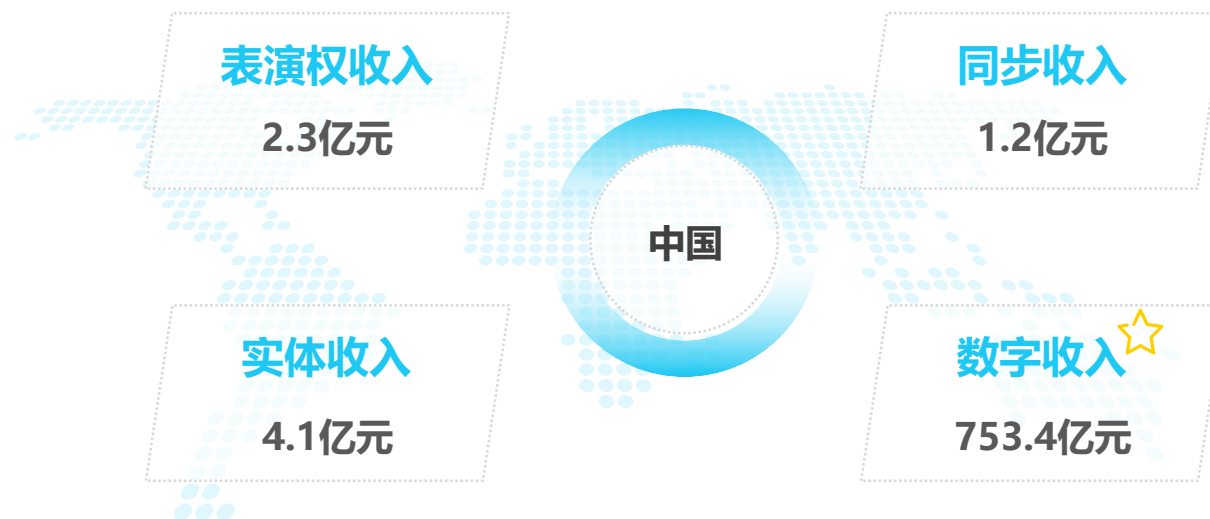
在全球音乐市场回暖的同时，中国音乐市场于2017年首次跻身世界前十位，于2018年攀升到了第七名的位置，实现了短时间内的高速增长。2019年继续维持高位，位次仅在流行乐盛行的韩国之后。

若沿用全球录制音乐收入结构，分别测算中国音乐市场中1) 表演权收入、2) 同步收入、3) 实体收入、4) 数字收入（含流媒体及下载等数字音乐）四个模块的收入情况，2019年其规模分别达到2.3亿元、1.2亿元、4.1亿元、和753.4亿元，加总合计为761.0亿元。

2015-2019年中国录制音乐市场排名表现



2019年中国录制音乐市场规模



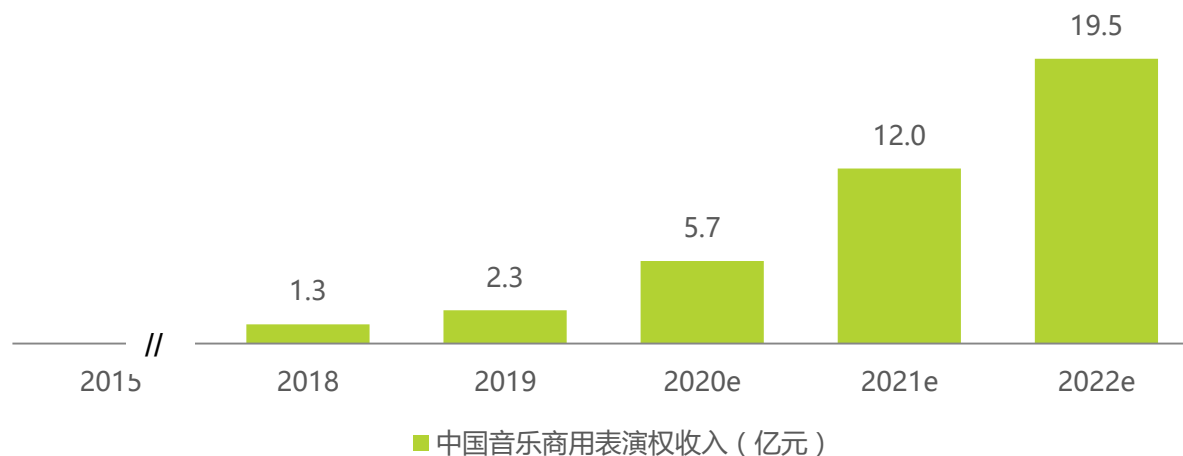
注释：中国录制音乐市场排位为与全球同一口径下的规模大小排序。本篇报告推算的中国音乐市场包含的表演权收入，同步权收入，实体收入和数字收入仅沿用了全球录制音乐收入结构，并非完全属于同一口径下的子集（后文详解）。

来源：中国录制音乐市场排名位次来自国际唱片协会（IFPI）。中国音乐市场表演权收入，同步权收入，实体收入和数字收入（含流媒体及下载等数字音乐）由艾瑞咨询结合公开资料及专家访谈，根据数据模型推算所得。

表演权收入：发展初期，在监管、运营、技术侧缺少部分支撑要素

在中国市场，表演权收入主要包含版权音乐售卖给商超、公播、线下演出以及音乐综艺使用授权所获得的企业收入。目前市场发展仍处于初期，玩家竞争格局尚未完全形成，市场规模较小，2019年规模达到2.3亿元。目前音乐商用表演权市场受到底层技术、中层运营、以及上层监管三个要素的影响：如权威的版权信息检索数据库的搭建；交易平台运营机制尚难以保障腰部以下音乐人收益；尚未出台体系化定价标准。除上述支撑要素的补足之外，未来市场规模增量仍需依靠商业版权运营企业持续渗透线下模块，由于线下场景较为固定，且需要较长时间培育市场认知，增长难以快速突围。

2015-2022年中国音乐商用表演权市场收入规模

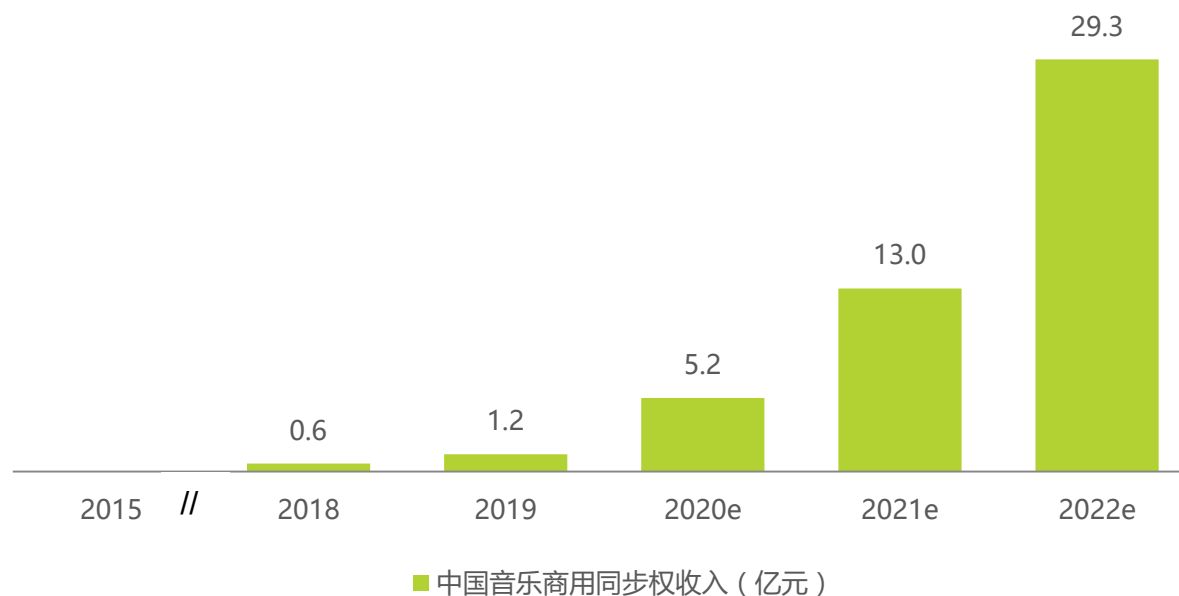


来源：结合公开资料及专家访谈，由艾瑞咨询统计模型推算得出。

同步收入：与海外相比具有更丰富的音乐内容分发渠道亟待挖掘

相比海外，中国音乐商用同步权收入具有更加多元化的分发渠道，包括广告营销、影视/游戏OST等，以及直播、短视频、在线K歌等线上平台。尤其在短视频及直播领域，相关平台快速发展，诞生了引领全球的重要产业，为中国音乐商用同步权市场带来更广阔的市场需求。同时值得注意的是，随着音乐商用版权交易平台的持续完善和中小企业不断建立正版化意识，在广告营销领域会有更多广告主为音乐商用版权付费。此外随着商用音乐版权运营企业与短视频企业的联动更加紧密，市场规模也将进入增长快车道。

2015-2022年中国音乐商用同步权市场收入规模

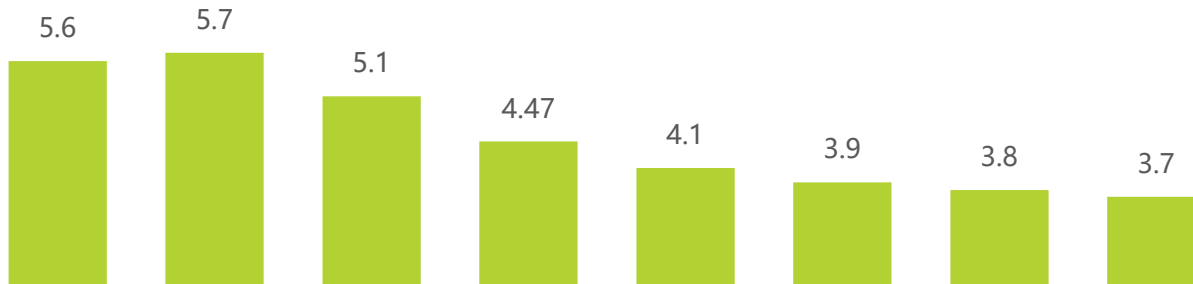


来源：结合公开资料及专家访谈，由艾瑞咨询统计模型推算得出。

实体收入：实体辉煌难再续，收藏价值大于消费意义

受到数字存储方式的转变和数字音乐的传播便利性的冲击，从2016年以来，实体唱片行业市场规模出现持续下滑的现象，相继有音像制品零售商巨头关闭线下零售店铺。2019年中国实体唱片行业市场规模跌至4.1亿元，尽管近年有部分高溢价实体唱片带动市场关注度回潮，但往往是有价无市，杯水车薪。预计未来随着用户需求的不断衰减，实体唱片的销售收入难以有明显二次增长。

2015-2022年中国实体唱片行业市场规模



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20838

