

中国音乐产业发展报告

2014



中国传媒大学出版社

中国音乐产业发展报告

2014



中国音乐出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国音乐产业发展报告 2014/赵志安主编.—北京:中国传媒大学出版社,2015.3
ISBN 978-7-5657-1286-9

I. ①2… II. ①赵… III. ①音乐—文化产业—产业发展—
研究报告—中国—2014 IV. ①J692

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 028998 号

中国音乐产业发展报告 2014

主 编 赵志安
责任编辑 张 笛
责任印制 阳金洲
封面设计 郭 琳
出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 三河市东方印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 20.5
版 次 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1286-9/J·1286 定 价 128.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

《中国音乐产业发展报告2014》编委会

编委会主任

朱启会（国家新闻出版广电总局出版管理司巡视员）

编委会副主任

许正明（国家新闻出版广电总局出版管理司副司长）

廖祥忠（中国传媒大学副校长兼艺术学部学部长）

徐沛东（中国文联副主席、中国传媒大学艺术学部音乐与录音艺术学院院长）

王 炬（中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长）

编委会委员（按姓氏笔画）

马继超 马 楠 王 玮 王 珏 毛凤昆 刘 平 朱 泓

张 帆 汪京京 邵 军 陈守正 周建潮 郑加可 赵志安

莫蕴慧 臧彦彬

编写组

主 编

赵志安（中国传媒大学艺术学部音乐与录音艺术学院教授、副院长）

编写组主要成员（按姓氏笔画）

王 珏 刘晓飞 刘聪明 朱星辰 朱 敏 佟雪娜 宋 迪

张丰艳 张 谦 李晓莹 杨 杰 彭凯涵 谢 涛

前 言

音乐是大众喜闻乐见的艺术形态,音乐产业因其产业链长、关联产业多、渗透性强、影响面广,在文化产业中具有基础和核心地位,是拉动文化产业发展的重要引擎。当前,音乐产业随着数字新媒体的崛起,生产方式、制作方式、传播方式和消费方式都发生了深刻的变化,中国的音乐产业正经历着一场变革。面对前所未有的发展机遇和更加复杂的发展环境,急需从全局高度、战略层面分析和思考当前中国音乐产业发展的现状和存在的问题,以找出解决问题的方法和对策。

正是基于这样的背景和形势,在国家新闻出版广电总局出版管理司的指导下,中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会在2014年3月着手组织《中国音乐产业发展报告2014》的编制工作,并选定中国传媒大学作为该报告的具体撰写单位。中国传媒大学音乐与录音艺术学院和文化发展研究院30余位教师和研究生组成项目组,经过近一年的辛勤工作,通过文献收集、问卷调查、电话采访和实地走访,调研了近百个骨干企事业单位、行业协会组织和政府机构部门,搜集整理了大量的第一手数据和资料,并运用文献资料、定量和定性相结合等方法,顺利完成了《中国音乐产业发展报告2014》,并于2014年11月6日正式对外发布,受到社会各界特别是音乐行业的高度关注,中央电视台、人民日报、光明日报、经济日报等媒体也纷纷予以报道。

《中国音乐产业发展报告2014》由总报告和实体唱片、音乐演出、音乐版权经纪与管理、数字音乐、音乐图书、乐器、音乐教育与培训、音响、广播电视音乐、卡拉OK、音乐评奖和排行榜、国家音乐产业基地以及音乐对外交流等13个分报告组成。报告既从微观层面,对音乐产业的创作、表演、生产、出版、发行、营销等产业链的各环节进行数据调查统计和定量剖析;也从宏观层面系统、全面地分析和研究当代中国音乐产业的发展状况、发展态势及其政策建议。它是我国首份在政府相关部门和行业协会指导和支持下,由高等科研院校专业项目组完成的音乐产业年度发展报告。既填补我国音乐产业无年度报告的空白,也为音乐产业相关的学术机构、企事业单位提供权威研究

资料和市场信息,为政府部门相关产业政策和发展规划的制订提供重要的参考。

在这次报告的撰写过程中,我们得到了相关政府部门和北京、上海、广东、成都四大国家音乐产业基地各园区的大力支持,得到了相关行业组织和企事业单位的大力配合和无偿的帮助,得到了国际唱片业协会和四大唱片公司的大力协助。在此,向为音乐产业报告起草工作贡献力量所有同志表示感谢。

当然,由于是第一次组织编制中国音乐产业的年度发展报告,肯定会有很多不完善的地方,我们诚恳地希望社会各界及音乐同行多提宝贵意见和建议,以便我们今后更好地组织音乐产业年度发展报告的撰写工作。

音乐产业发展报告编委会

2015年2月

目 录

2013 年中国音乐产业发展总报告 / 1

一、前言 / 1

二、2013 年中国音乐产业发展概况 / 5

三、中国音乐产业发展的年度创新及亮点分析 / 18

四、2013 年音乐产业发展的问题与建议 / 22

2013 年中国实体唱片产业发展报告 / 26

一、中国实体唱片产业概述 / 26

二、2013 年中国唱片产业市场规模及分析 / 28

三、案例分析 / 37

四、实体唱片产业发展的问题与建议 / 47

2013 年中国音乐演出产业发展报告 / 51

一、中国音乐演出产业概述 / 51

二、2013 年中国音乐演出产业市场规模及分析 / 55

三、案例分析 / 63

四、音乐演出产业发展的问题与建议 / 72

2013 年中国音乐版权经纪与管理发展报告 / 78

一、中国音乐版权经纪与管理概述 / 78

二、2013 年中国音乐版权经纪与管理发展概况 / 80

三、音乐版权保护的法律环境及侵权情况与案例分析 / 85

四、音乐版权经纪与管理的问题与建议 / 89

2013 年中国数字音乐产业发展报告 / 94

- 一、中国数字音乐产业概述 / 94
- 二、2013 年中国数字音乐产业市场规模及分析 / 96
- 三、2013 年数字音乐产业热点分析 / 107
- 四、数字音乐产业发展的问题与建议 / 110

2013 年中国音乐图书出版产业发展报告 / 113

- 一、中国音乐图书出版产业概述 / 113
- 二、2013 年中国音乐图书出版产业分析 / 114
- 三、中国音乐图书出版产业发展特征及趋势 / 118
- 四、案例分析 / 119
- 五、音乐图书出版产业发展的问题与建议 / 123

2013 年中国乐器产业发展报告 / 127

- 一、中国乐器产业概述 / 127
- 二、2013 年中国乐器产业市场规模及分析 / 128
- 三、案例分析 / 141
- 四、乐器产业发展的问题与建议 / 144

2013 年中国音乐教育培训产业发展报告 / 146

- 一、中国音乐教育培训产业概述 / 146
- 二、中国音乐教育培训产业市场发展概况 / 147
- 三、案例分析 / 153
- 四、音乐教育培训产业发展的问题与建议 / 158

2013 年中国音响产业发展报告 / 161

- 一、中国音响产业概述 / 161
- 二、2013 年中国音响产业市场规模及分析 / 162
- 三、音响产业的发展趋势 / 186
- 四、音响产业发展的问题与建议 / 189

2013 年中国广播电视音乐产业发展报告 / 194

- 一、中国广播电视音乐产业概述 / 194
- 二、2013 年广播电视音乐产业市场发展概况 / 195
- 三、案例分析 / 206
- 四、广播电视音乐产业发展的问题与建议 / 215

2013 年中国卡拉 OK 市场发展报告 / 219

- 一、中国卡拉 OK 市场概述 / 219
- 二、2013 年卡拉 OK 音乐产业市场发展概况 / 221
- 三、卡拉 OK 音像版权的保护及相关问题 / 228
- 四、卡拉 OK 市场发展的问题与建议 / 229

2013 年中国音乐评奖与音乐排行榜发展报告 / 233

- 一、中国音乐评奖与音乐排行榜概述 / 233
- 二、2013 年中国音乐评奖与音乐排行榜发展概况 / 234
- 三、案例分析 / 238
- 四、音乐评奖与音乐排行榜的问题与建议 / 247

2013 年国家音乐产业基地发展报告 / 257

- 一、国家音乐产业基地概况 / 257
- 二、国家音乐产业基地的规模与运营 / 258
- 三、2013 年国家音乐产业基地的数据分析 / 284
- 四、国家音乐产业基地发展的问题与建议 / 288

2013 年中国音乐文化对外交流发展报告 / 291

- 一、中国音乐文化对外交流概述 / 291
- 二、2013 年音乐文化对外交流市场概况 / 292
- 三、案例分析 / 301
- 四、音乐文化对外交流发展的问题与建议 / 314

2013 年中国音乐产业发展总报告

赵志安 彭楷涵 张 谦 李晓莹

一、前言

(一) 报告撰写的背景和意义

21 世纪初的今天,文化产业的发展浪潮席卷全球。尤其在欧美发达国家,文化产业在国民经济的发展中具有举足轻重的重要地位。美国 2013 年文化产业增加值占 GDP 的比重约为 25%,其中影视、音乐等文化版权出口产业超过汽车、农业、航天等传统产业,已成为美国第一大出口创汇产业。在我国,2011 年党的十七届六中全会就提出了建设“文化强国”的战略目标;2012 年党的十八大更明确指出要“增强全民族的文化创造活力”,将“文化产业发展成为国民经济支柱性产业”。2013 年我国国民生产总值约为 56.88 万亿元。^① 其中文化产业增加值就已达 2.1 万亿元,约占国民生产总值比重的 3.77%;^②文化产业对社会经济发展的拉动作用不断增强。

文化产业主要是以文化为核心,为满足人们的精神需要而进行创作、制造、传播、展示的生产活动。在众多文化资源中,音乐作为启迪智慧、滋润心灵的重要艺术形态,有着独特的审美功能和价值。音乐是各国、各民族之间进行交流的“世界语言”,在文化交流中发挥着独特的作用。再有,聆听音乐能使大脑皮层出现松弛、产生“兴奋灶”,继而引发音乐聆听者的丰富想象、开启智慧之门;相比其他艺术门类,音乐在情感表现、人格塑造、启迪智慧等方面具有得天独厚的优势。当今,在文化产业的语境下,音乐的商品属性得以充分彰显,音乐与消费市场相结合所形成的音乐产业,成为文化产业的重要组成部分。

^① 国家统计局:《2013 年国民经济和社会发展统计公报》。

^② 北京大学文化产业研究院:《中国文化产业年度发展报告(2014)》。

在欧美国家,早期音乐产业(Music Industry)也被称为唱片工业(Recording Industry)。这是因为在音乐产业的生产链中,作曲家和艺人所创作的词曲作品是音乐产业创意生产的“核心原动力”;但是作曲家和艺人所创作的作品只有通过录音制作成唱片或舞台表演,才能成为音乐产品进入音乐产业链的流通环节。因此,音乐唱片业和音乐演出业,就成为了音乐产业的核心组成部分。进一步来说,围绕唱片和音乐演出的制作、出版、发行、营销等传播环节构成了音乐产业的完整产业链。尤其在传媒技术日新月异的当下,数字广播电视以及互联网、移动通讯等新媒体的崛起,催生了数字音乐、广播电视创意类音乐节目等新型音乐产品;音乐产业的概念覆盖了音乐产品生产和服务的所有行业,有着广泛的内涵和外延。其主要行业领域包括音乐唱片、数字音乐、音乐表演、音乐图书、音乐教育培训、乐器及播放音响制造等,有着巨大的潜在市场规模。

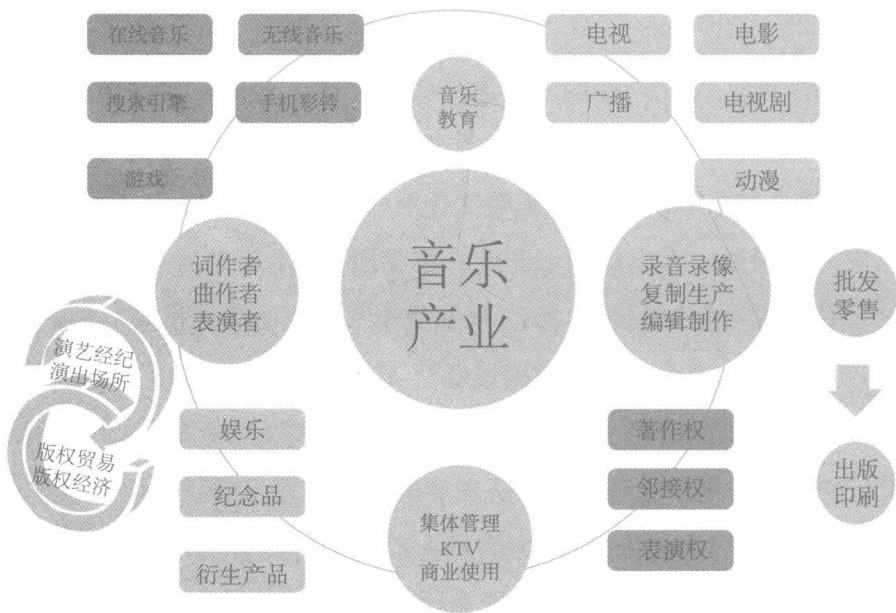


图 1-1 音乐产业关联图

由此可见,在文化产业的诸多行业中,音乐产业是行业关联性、渗透性强,市场发展规模潜力巨大的核心产业和基础产业。音乐产业的发展对于拉动经济、提升文化软实力以及开拓文化产业消费市场等都具有重大的现实意义。尤其在当代中国经济社会发展的新时期,中国音乐产业的发展正经历着一场深刻的变革,面临着前所未有的历史机遇和错综复杂的发展环境。急需我们在深入调查研究的基础上,从全局的高度、战略的层面,分析和思考当代中国音乐产业发展现状,了解音乐产业发展中的新情

况、新问题,并通过对比国内外的经验教训,研究解决问题的方法和对策,探索音乐产业未来的发展趋势。

正是基于这样的背景和形势,国家新闻出版广电总局相关部门,从 2013 年开始组织、指导编写中国音乐产业发展年度报告,旨在全面、客观地分析、研究中国音乐产业的现状、问题以及发展趋势和对策等。既填补我国音乐产业年度报告的空白,也为音乐产业相关的学术机构、企事业单位提供权威研究资料和市场信息,为政府部门相关产业政策和发展规划的制定提供重要的参考。以期引导中国音乐产业朝着健康、有序的方向发展,最终实现社会价值和商业价值的双赢,推进音乐产业繁荣发展。

(二) 报告撰写的逻辑框架和主要内容

音乐产业的概念有狭义和广义之分,有别于欧美通用的以唱片制作和音乐演出为主体的狭义音乐产业,本报告所关注的是广义上的音乐产业,即以音乐作品原创为核心,以版权经纪为纽带,覆盖音乐创作、表演、制作、出版、发行等与音乐生产服务相关的所有行业。

因此,本报告的音乐产业结构分为三个层次:第一是以音乐作品原创为中心的“实体唱片、音乐演出、音乐版权经纪与管理、数字音乐、音乐图书”等构成的核心层产业;第二是以音乐作品的传播、消费、服务、制造为主的“乐器、专业音响、音乐教育培训”等关联层产业;第三是以音乐与广播电视、娱乐等行业融合而成的广播电视音乐、卡拉 OK 市场等为主的拓展层产业。此外,本报告也将“音乐评奖和排行榜、国家音乐产业基地、对外音乐交流”等相关产业热点纳入拓展层的整体研究范围。

由此,本报告的结构框架由总报告和分报告组成。总报告阐述本报告的撰写背景和意义、组织结构、主要内容以及数据来源,并对整个音乐产业进行年度宏观分析。分报告则包括“实体唱片、音乐演出、音乐版权经纪与管理、数字音乐、音乐图书、乐器、音乐教育培训、音响、广播电视音乐、卡拉 OK、音乐评奖与排行榜、国家音乐产业基地以及音乐对外交流”等十三个部分。既从微观层面对音乐产业的创作、表演、生产、出版、发行、营销等产业链的各个环节进行数据调查统计和定性剖析,寻找其内在规律和合理有效的创新模式;也从宏观层面对中国当前音乐产业进行系统研究,力图全面、客观地分析和反映当代中国音乐产业的发展状况、发展态势,并提出合理、科学的政策建议。

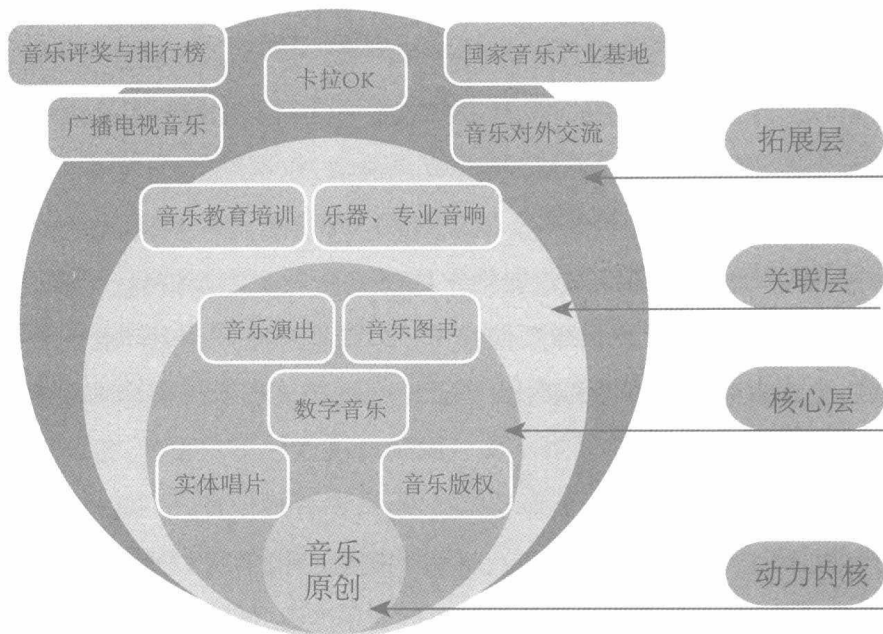


图 1-2 音乐产业结构图

(三) 报告编写的数据来源和研究方法

报告的数据来源:本报告的撰写,得到了国家新闻出版广电总局出版管理司的直接组织、策划和指导,以及中国音像协会音乐产业促进工作委员会的大力协助。由中国传媒大学音乐与录音艺术学院和文化发展研究院 30 余位教师和研究生组成的报告撰写项目组,承担了本次报告的具体调研和撰写工作。项目组在总局和音乐产业促进会领导的大力支持和帮助下,通过文献收集、问卷调查、电话采访和实地走访,调查了 20 余家政府部门和行业协会,80 余家骨干企业和单位,获得了大量有关中国音乐产业发展的数据和资料。主要有四大类:

1. 国家统计局和各部委发布的各项数据和信息资料。
2. 各种社会行业组织机构发布的各项数据和信息资料。
3. 各类相关学术论文、研究报告以及学术著作等文献资料。

4. 音乐各细分行业发展的一手资料。本报告撰写项目组师生通过实地走访调查国家新闻出版广电总局、国家版权局、国家统计局、文化部、国家海关总署、国家版权保护中心等国家相关政府部门;中国音像与数字出版协会、中国音乐家协会、国家轻工业乐器信息中心、中国音乐著作权协会(简称音著协)、中国音像著作权集体管理协会(简称音集协)、中国乐器协会、中国演出行业协会、音响协会、录音师协会、国际唱片

协会(IFPI)北京办事处、日本唱片协会北京代表处等 20 余家相关行业协会机构;以及中国唱片总公司、中国移动无线音乐基地、中央电视台、中央人民广播电台、国家大剧院、中国图书进出口(集团)总公司、中国版本图书馆、中国对外演出公司、人民音乐出版社、上海音乐出版社、北京市保利演艺经济有限公司、广东星文文化传播有限公司、北京发行集团、北京人民广播电台音乐频道、湖南卫视、浙江卫视、广东太平洋音像、上海新汇文化娱乐集团、星外星文化传播有限公司、腾讯音乐、百度音乐、多米音乐、酷我音乐、网易音乐、虾米音乐、索尼音乐娱乐(中国)、环球音乐(北京总部)、亚洲华纳(北京)音乐娱乐咨询有限公司、孔雀廊公司、北京迷笛音乐学校、中箏文化集团、北京弦舞蜻蜓文化艺术有限公司、俏佳人传媒股份有限公司以及国家音乐产业基地各园区等 80 余家相关的知名企事业单位,获得了大量音乐产业各细分行业发展的一手资料。为报告的撰写打下了坚实的基础。

报告的研究方法:1.文献资料法。对与音乐产业发展相关的各类学术论文、著作等文献资料,国家统计局和各部委,以及各种社会行业组织机构发布的各项数据资料进行收集和整理分析。2.调查访谈法。本报告以实地调查和访谈为主,辅以电话采访和问卷调查,对政府部门和行业协会、骨干企业和单位进行走访,以获取一手的行业相关信息资料和数据。3.案例分析法。在分报告的行业版块分析中,选取有代表性的年度经典案例,进行深度分析和研究。4.定量分析法。主要包括数据抽样和推算。其中数据抽样是在调查、分析海量数据时,采用抽样调查的方法,结合调查对象的特点,围绕最能代表调查对象经营特征的数据设定选项,以此设计不同类型的调查问题,使所获数据更科学、更完善;数据推算则是根据已有的数据结果,按照经济、社会、行业的具体发展趋势,进行合理有据的推算。

二、2013 年中国音乐产业发展概况

2013 年是中国“十二五”规划承上启下、攻坚克难之年,也是中国音乐产业快速发展、转型升级的一年。在国家文化产业政策环境不断优化的背景下,中国音乐产业正在走出由实体唱片为代表的传统模式向以互联网音乐为代表的数字模式转变的阵痛期,逐步形成了以音乐内容创作和音乐版权经纪为双核驱动,以跨终端、跨媒体的平台为售卖渠道,以最终用户体验度为市场导向的新型文化经济业态。转型、融合、集约、创新,共同构成了 2013 年中国音乐产业的发展主题。

(一) 行业发展概况

1. 实体唱片行业

本报告中的实体唱片是指包括磁带(AT)、激光唱盘(CD)、高密度激光唱盘(DVD-A)、黑胶唱片(LP)等音频记录介质为载体的,以音乐为内容的实体音乐出版发行物。报告中的唱片市场是指由生产商(唱片公司、音乐版权持有人)、出版单位和发行商、购买方(零售商、消费者等)共同构成的具有商业性质的实体唱片市场。

2013年中国内地实体唱片市场规模约6.5亿元,较2012年增长约9.5%。虽然2013年整个唱片市场销售量呈下滑趋势,但总营收仍有小幅增加。线上销售唱片模式的兴起,实体唱片市场零售价的逐步提高等现象成为实体唱片行业发展的新趋势。

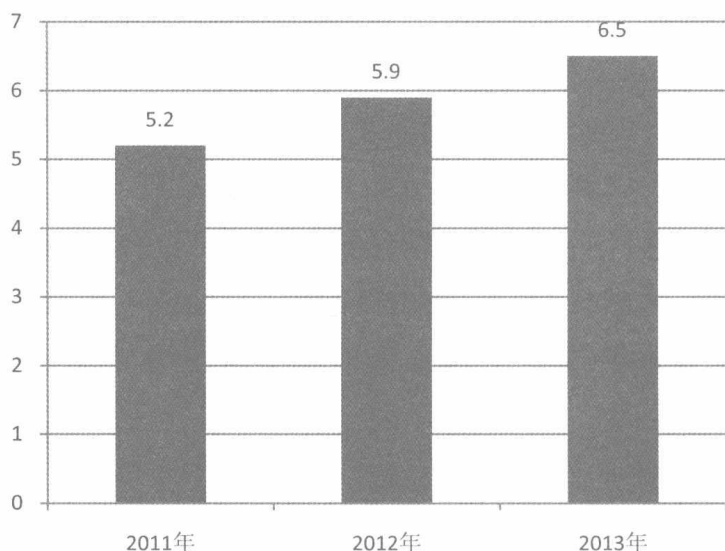


图 1-3 2011—2013 年中国实体唱片行业产值(单位:亿元)

2. 音乐演出行业

音乐演出行业是音乐产业的重要组成部分,主要产品可分为音乐演出产品与音乐演出衍生产品两类。中国音乐演出行业的产业布局按照音乐演出产品制造与分销渠道的不同,分为演出产品制造端、演出产品分销中端与演出产品分销尾端,初步形成了完善的产业链条。

2013年中国音乐演出产业规模达140亿元,其中票房收入43.6亿元,演出总场次1.65万次。虽然较2012年有小幅下降,但总体来看依然保持良好的发展势头。商业模式和定位日渐清晰,整个行业运作日趋规范,细分市场规模不断扩大,这些现象都预示着音乐演出行业正在调整之中寻求新的突破。

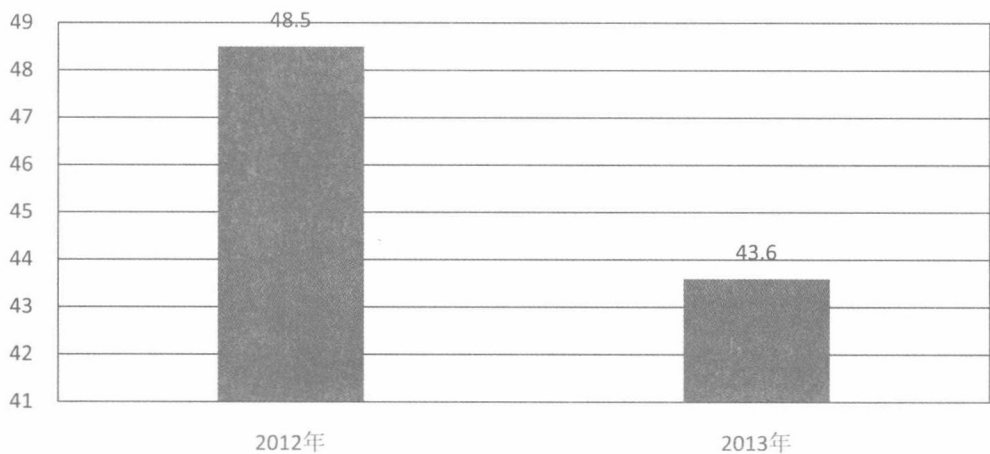


图 1-4 2012—2013 年音乐演出产业规模(单位:亿元)

3. 音乐版权经纪和管理

音乐版权也叫音乐著作权,它是音乐作品的创造者对其创作的音乐作品依法享有的权利。主要分为音乐作品的词曲版权以及与著作权有关的邻接权等权利。音乐版权经纪是指以音乐版权作为交易对象的一种中介或代理服务。2005 年颁布的《著作权集体管理条例》第二条界定了集体管理的相关权利。中国音乐著作权协会和中国音像著作权集体管理协会是目前国内最主要的音乐版权经纪和管理机构。

截至 2013 年底,中国音乐著作权协会的登记作品约 31 万首,年许可收入总额约为 1.12 亿元,比 2012 年增长 2.13%。

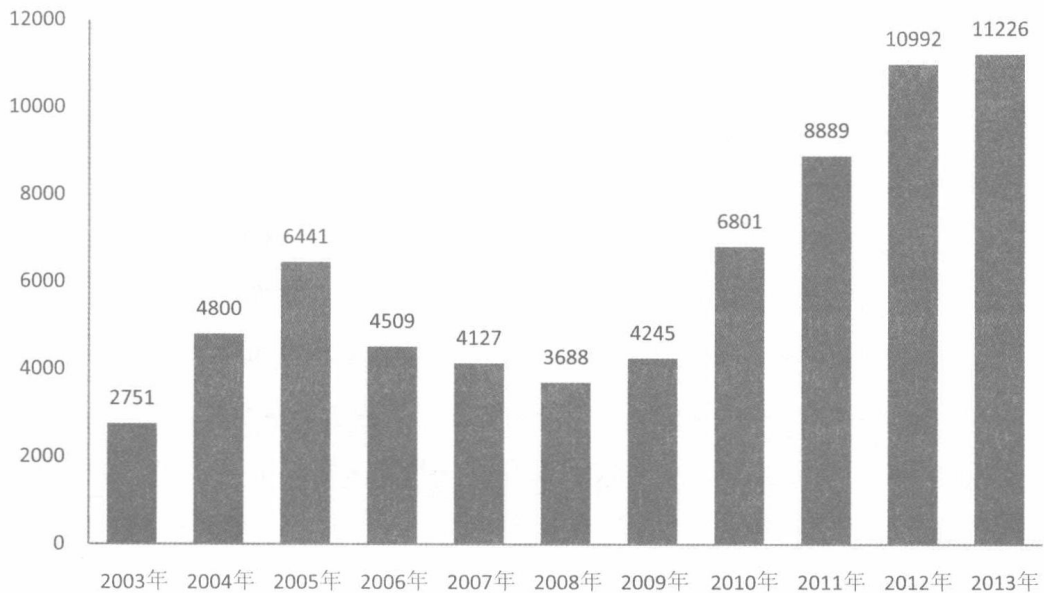


图 1-5 音著协 2003—2013 年许可收入(单位:万元)

2013 年中国音像著作权集体管理协会向 KTV 商家收取版权许可费的门店数约为 5000 家,收入总额约为 1.42 亿元。两家主要的音乐版权经纪和管理机构的年收入总额仅为 2.54 亿元,其实际收益与其应得收益相差悬殊。因此,加强音乐版权保护和经纪管理还任重道远。

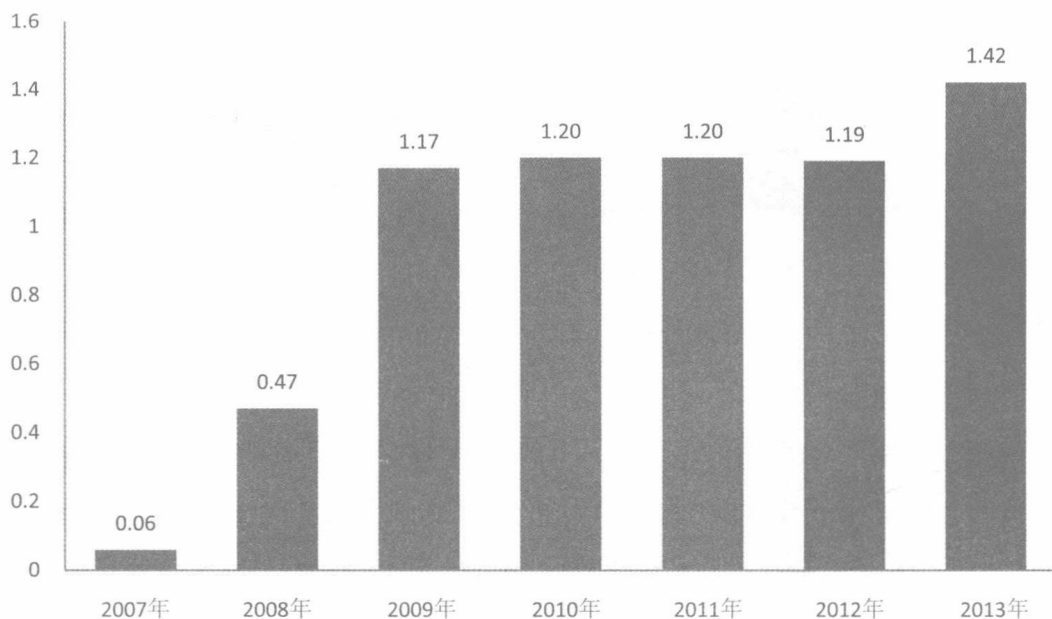


图 1-6 音集协 2007—2013 年许可收入(单位:亿元)

4. 数字音乐行业

本报告中的数字音乐,指通过数字技术进行生产、存储并可以通过有线或无线方式进行传播、消费的非物质形态的音乐。按照音频文件的压缩编码格式分类,主要分为 MP3、ATRAC、WAV、WMA、MPEG-2、AIFF 等。通过信息发送(网络接入)方式的不同,数字音乐分为在线音乐和无线音乐。

从全球市场来看,数字音乐市场收入持续快速增长。2013 年全球数字音乐市场收入同比上涨 5%,数字音乐收入在音乐行业总收入中所占份额已达 39%。2013 年,中国数字音乐市场规模也达到 440.7 亿元。其中,无线音乐市场规模从 2010 年的 332.8 亿元增长到 2013 年的 397.1 亿元。在线音乐市场规模从 2010 年的 2.8 亿元增长到 2013 年的 43.6 亿元。2013 年数字音乐用户数量达到 4.53 亿以上,规模以上提供音乐产品或音乐服务内容企业数量达到 695 家。数字音乐的传播、消费、体验模式日新月异,具有巨大的市场发展潜力。