

中国音乐产业 发展报告

2015

赵志安 / 主编



人民音乐出版社
PEOPLE'S MUSIC PUBLISHING HOUSE

中国音乐产业 发展报告

2015

赵志安 / 主编



人民音乐出版社 · 北京
PEOPLE'S MUSIC PUBLISHING HOUSE · BEIJING

ZHONGGUO YINYUE CHANYE FAZHAN BAOGAO 2015

图书在版编目(CIP)数据

中国音乐产业发展报告. 2015 / 赵志安编著. — 北京 :
人民音乐出版社, 2016.7
ISBN 978-7-103-05178-8

I. ①中… II. ①赵… III. ①音乐—文化产业—产业发展—研究报告—中国—2015 IV. ①J692

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第102784号

出 版 人 : 莫 蕴 慧
责任编辑 : 刘 沐 粟
责任校对 : 潘 藤

人民音乐出版社出版发行

(北京市东城区朝阳门内大街甲55号 邮政编码:100010)

Http://www.rymusic.com.cn

E-mail:rmyy@rymusic.com.cn

新华书店北京发行所经销

北京金吉士印刷有限责任公司印刷

787×1092毫米 16开 4插页 17.25印张

2016年7月北京第1版 2016年7月北京第1次印刷

印数:1-1,000册 定价:75.00元

版权所有 翻版必究

凡购买本社图书,请与读者服务部联系。电话:(010)58110591

网上售书电话:(010)58110654

如有缺页、倒装等质量问题,请与本社出版部联系调换。电话:(010)58110533

《中国音乐产业发展报告 2015》编委会

编委会委员（按姓氏音序排列）

高琦、贺怡、秦海滨、廖祥忠、廖宇、刘平、刘钦龙、莫蕴慧、马继超、
苏文光、邵军、沈佳、王炬、汪京京、王玮、徐沛东、朱克宁、周明夫、
赵仲明、臧彦彬、张帆、赵志安

编写组

主编：赵志安

编写组主要成员（按姓氏音序排列）

刘聪明、雷伟、李小莹、彭楷涵、佟雪娜、王玮、王铉、朱敏、张谦、
张丰艳

前 言

2015年,文化创意产业成为拉动中国经济创新发展的新动力。音乐产业由于其行业关联性、渗透性强,是文化产业中市场发展规模潜力巨大的核心和基础产业。以阿里巴巴、腾讯为代表的互联网巨头纷纷投入巨资加大对音乐版权的收购和布局,产业资本也加快了对音乐产业的并购和融资热潮。2015年11月,国家新闻出版广电总局发布了《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》,从宏观战略层面提出了“十三五”期间我国音乐产业发展的指导思想、基本原则、发展目标以及任务。该意见的发布对引导音乐产业朝着健康、有序的方向发展,推进我国音乐产业的繁荣发展影响深远、意义重大。

基于这种背景和形势,2015年3月,在国家新闻出版广电总局出版管理司指导下,中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会委托、组织中国传媒大学项目组在《2014中国音乐产业发展报告》的基础上,继续执行《2015中国音乐产业发张报告》的研究和撰写工作。项目组在总结上一年度音乐产业发展报告撰写经验的基础上,进一步通过文献收集、问卷调查、电话采访和实地走访,调研了近百家骨干企事业单位、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,并运用文献资料的定量和定性相结合等方法,按期完成了报告的撰写工作,并于2015年11月在由中国传媒大学主办的“第二届音乐产业高端论坛”上正式发布,中央电视台、人民日报以及新浪、搜狐等数十家各类媒体持续对报告进行广泛报道和深度挖掘,掀起社会各界对音乐产业高度关注的热潮。

《2015中国音乐产业发展报告》对比上一年度的音乐产业发展报告,既有所继承,又在篇章结构和体例等方面有所调整。如在原有的“总报告、实体唱片、音乐图书、数字音乐、音乐演出、音乐版权经纪与管理,卡拉OK、乐器、专业音响、音乐教育与培训、广播电视音乐、音乐对外交流、音乐评奖和排行榜以及国家音乐产业基地”等13个分报告的基础上新增加了“影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐”分报告部分。另外,各分报告在行业概述的基础上,主要关注了“市

场规模 and 数据分析”的定量研究，以及“行业发展热点和趋势”的定性分析。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。报告既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，也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。

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帮助，得到了国际唱片行业协会和三大唱片公司的大力协助，尤其是中国移动咪咕音乐有限公司和北京国家音乐产业基地 1919 园区所给予的资金支持，以及人民音乐出版社对产业报告出版的大力支持！在此，向为音乐产业报告起草工作贡献力量的所有同志和机构、单位表示感谢。

当然，由于种种原因和某些研究条件的局限，《2015 中国音乐产业发展报告》的撰写，肯定还会有许多不完善的地方，我们诚恳地希望社会各界以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报告的撰写工作。

《2015 中国音乐产业发展报告》编委会

2016 年 3 月

目 录

2014 年中国音乐产业发展总报告	(1)
一、引 言	(1)
二、2014 年中国音乐产业发展概述	(4)
2014 年中国实体唱片产业发展报告	(19)
一、中国实体唱片产业概述	(19)
二、2014 年中国实体唱片产业市场规模及数据分析	(20)
三、实体唱片产业发展趋势和热点分析	(27)
四、附 录	(30)
2014 年中国音乐演出产业发展报告	(32)
一、中国音乐演出市场概述	(32)
二、2014 年中国音乐演出产业市场规模及数据分析	(36)
三、音乐演出产业发展趋势和热点分析	(50)
四、附 录	(54)
2014 年中国音乐版权经纪与管理发展报告	(55)
一、中国音乐版权经纪与管理发展概述	(55)
二、2014 年中国音乐版权经纪与管理发展概况	(56)
三、音乐版权经纪与管理发展趋势和热点分析	(62)
四、附 录	(65)
2014 年中国数字音乐产业发展报告	(76)
一、中国数字音乐产业概述	(76)
二、2014 年中国数字音乐产业市场规模及数据分析	(77)

三、数字音乐产业发展趋势和热点分析·····	(87)
四、附 录·····	(90)
 2014 年中国音乐图书出版产业发展报告·····	(93)
一、音乐图书出版产业概述·····	(93)
二、2014 年中国音乐图书出版产业市场规模和数据分析·····	(94)
三、音乐图书出版产业发展趋势和热点分析·····	(104)
四、附 录·····	(110)
 2014 年中国乐器产业发展报告·····	(112)
一、中国乐器产业概述·····	(112)
二、2014 年中国乐器产业市场规模和数据分析·····	(113)
三、乐器产业发展趋势和热点分析·····	(127)
四、附 录·····	(132)
 2014 年中国音响产业发展报告·····	(137)
一、中国音响产业概述·····	(137)
二、2014 年中国音响产业市场规模和数据分析·····	(138)
三、音响产业发展趋势和热点分析·····	(154)
四、附 录·····	(157)
 2014 年中国音乐教育培训产业发展报告·····	(159)
一、中国音乐教育培训产业概述·····	(159)
二、2014 年音乐教育培训产业市场规模和数据分析·····	(160)
三、音乐教育培训产业发展趋势和热点分析·····	(171)
四、附 录·····	(175)
 2014 年中国广播电视音乐产业发展报告·····	(177)
一、中国广播电视音乐产业概述·····	(177)
二、2014 年广播电视音乐产业市场规模和数据分析·····	(179)
三、广播电视音乐产业发展趋势和热点分析·····	(190)
四、附 录·····	(194)

2014 年中国卡拉 OK 产业发展报告	(196)
一、中国卡拉 OK 产业发展概述	(196)
二、2014 年卡拉 OK 产业市场规模和数据分析	(197)
三、卡拉 OK 产业发展趋势和热点分析	(202)
四、附 录	(206)
2014 年影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐产业发展报告	(208)
一、中国影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐产业概述	(208)
二、2014 年影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐产业市场规模和数据分析	(209)
三、影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐产业发展趋势和热点分析	(222)
四、附 录	(224)
2014 年中国音乐排行榜发展报告	(227)
一、中国音乐排行榜概述	(227)
二、2014 年中国音乐排行榜发展概况	(230)
三、音乐排行榜榜单分析	(234)
四、音乐排行榜发展趋势和热点分析	(239)
2014 年中国音乐文化对外交流发展报告	(244)
一、中国音乐文化对外交流概述	(244)
二、2014 年音乐文化对外交流相关数据分析	(245)
三、音乐文化对外交流发展趋势和热点分析	(250)
四、附 录	(255)
2014 年国家音乐产业基地发展报告	(257)
一、2014 年国家音乐产业基地发展概述	(257)
二、2014 年国家音乐产业基地园区规模 and 数据分析	(260)
三、2014 年国家音乐产业基地园区代表性入驻企业分析	(262)
四、国家音乐产业基地发展趋势和热点分析	(266)
五、附 录	(269)

2014 年中国音乐产业发展总报告

赵志安、彭楷涵

一、引言

（一）报告撰写的背景和意义

党的“十八大”明确提出要“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”以来，文化产业迎来了跨越式发展的机遇。2014 年我国文化产业增加值已达 2.39 万亿，比 2013 年增长 12%，约占国民生产总值 GDP 的 3.76%。^①在中国经济步入增长减速的“新常态”时期，文化产业成为拉动经济发展的新亮点。而在文化产业的众多行业中，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和基础产业。音乐产业的发展对于拉动“娱乐”经济、提升文化软实力以及开拓文化产业消费市场等等都具有重大的现实意义。

正是基于这样的背景和形势，2014 年在国家新闻出版广电总局出版管理司指导下，在中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会的组织支持下，由中国传媒大学项目组撰写完成了《2014 中国音乐产业发展报告》。作为首份在政府相关部门和行业协会的指导和支持下，由高等科研院校专业项目组完成的音乐产业发展蓝皮书，该报告自 2014 年 11 月首次发布和 2015 年 3 月正式出版后，立刻受到社会各界尤其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》以及搜狐、新浪等各类媒体纷纷予以报道。报告中所指出的中国音乐产业的已有巨大体量和未来广阔发展空间和潜力在社会各界引起强烈反响。2015 年阿里巴巴、腾讯等互联网巨头纷纷投入巨资加大对音乐版权的收购和布局，产业资本掀起了对音乐产业的并购、重组和融资热潮。

2015 年 12 月，国家新闻出版广电总局发布了《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》（以下简称《意见》），从宏观战略层面提出了“十三五”期间我国音乐产业发展

^①数据来源：国家统计局《2014 年国民经济和社会发展统计公报》。

的指导思想、基本原则、发展目标以及重要任务。该意见的发布对引导音乐产业朝着健康、有序的方向发展,推进我国音乐产业的繁荣发展影响深远、意义重大。《意见》中也明确指出,作为了解音乐产业发展动态的重要窗口,音乐产业年度发展报告的撰写也成为未来促进音乐产业发展的重要工作任务之一。

由此,从2015年初以来,中国传媒大学项目组在国家新闻出版广电总局和中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会的大力支持和指导下,通过文献收集、问卷调查、电话采访和实地走访调查众多政府机构部门、行业协会以及骨干企事业单位,完成了《2015中国音乐产业发展报告》的撰写。该报告在《2014中国音乐产业发展报告》的基础上,进一步从行业概述、市场规模和数据分析、产业发展热点和趋势分析等角度,全面、客观地分析、研究了中国音乐产业的发展现状、存在问题以及发展趋势和对策等。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。

（二）报告撰写的结构逻辑和主要内容

《2015中国音乐产业发展报告》在结构逻辑上沿用《2014中国音乐产业发展报告》的体例。即有别于欧美通用的以唱片制作、版权经纪和音乐演出为三条主线的狭义观念上的音乐产业。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,音乐产业的概念覆盖到音乐创作、表演、制作、出版、发行等与音乐生产服务相关的所有行业。并且,《2015中国音乐产业发展报告》首次关注了音乐与影视剧、游戏、动漫等其他艺术横向融合的衍生产值。

因此,本报告的音乐产业结构还是分为三个层次:其一是围绕音乐作品原创的“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”等构成的音乐产业核心层;其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”等音乐产业的关联层;其三是音乐与广播电视、娱乐等行业相融合的“广播电视音乐、卡拉OK市场、影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐”等构成音乐产业的拓展层。此外,本报告也将音乐排行榜、国家音乐产业基地、音乐对外交流等相关行业热点纳入到拓展层等音乐产业的整体研究范围。

由此,本报告的结构框架由“总报告、实体唱片、音乐演出、音乐版权经纪与管理、数字音乐、音乐图书出版、乐器、专业音响、音乐教育培训、卡拉OK、广播电视音乐、影视剧音乐、游戏音乐、动漫音乐、音乐排行榜、音乐对外交流以及国家音乐产业基地”等14个分报告组成。定量分析和定性研究相结合,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深度剖析,寻找其内在规律和合理有效的创新模式;也从宏观层面,系统、深入地分析和研究了当代中国音乐产业发展的热点现象、现状特征以及未来趋势。

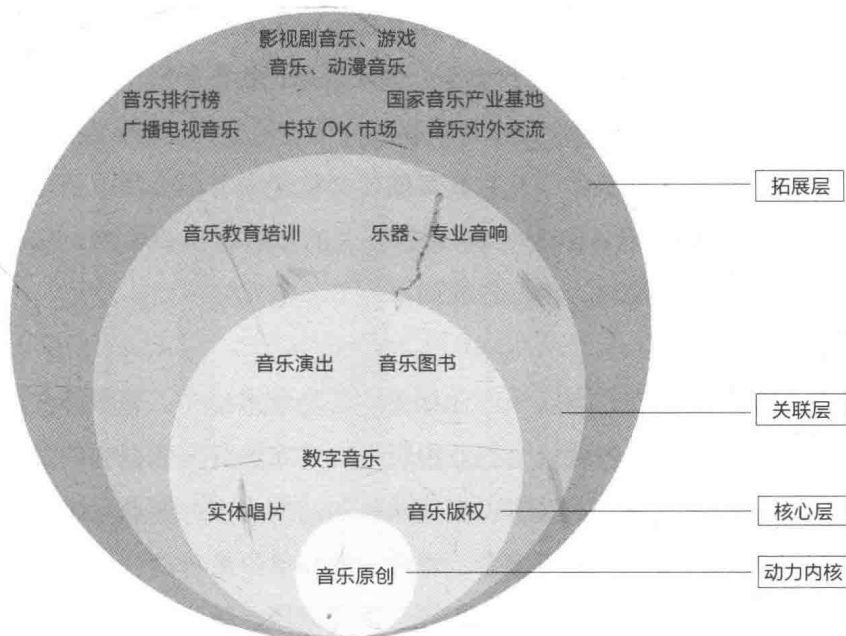


图 1-1 音乐产业结构图

（三）报告编写的数据来源和研究方法

1. 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新闻出版管理司的直接组织和指导，以及中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会的大力协助，由中国传媒大学骨干教师和硕士、博士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。项目组通过文献收集、问卷调查、电话采访和实地走访调查政府机构部门、行业协会和骨干企事业单位，获得了大量有关中国音乐产业发展的数据和资料。主要有如下四类：

- （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）各类相关的学术论文、研究报告及学术著作等文献资料。

（4）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部委政府部门；中国音像与数字出版协会、中国音乐家协会、国家轻工乐器信息协会、中国音乐著作权协会、中国音像著作权集体管理协会、中国乐器协会、中国演出行业协会、音响协会、录音师协会、IFPI 国际唱片协会北京办事处、日本唱片协会北京代表处等 20 余家相关行业协会机构；中国唱片总公司、中国移动咪咕音乐、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、星外星唱片公司、腾讯音乐、百度音乐、多米音乐、酷我音乐、网易音乐、虾米音乐、环球音乐（北京总部）、亚洲华纳（北京）音乐娱乐咨询有限公司、星外星唱片、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。

2. 报告的研究方法

（1）文献资料法。对已有的与音乐产业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发布的，以及各种社会行业组织机构发布的各项数据和信息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，辅助采用电话采访和问卷调查的方式，对政府机构部门和行业协会、骨干企业和单位进行调查，以获取一手的行业相关信息资料和数据。（3）案例分析法。在各分报告的行业版块分析中，选取有代表性的年度经典案例，进行深度的分析和研究。（4）定量分析法。主要包括数据抽样和推算。其中数据抽样分析法是在调查、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或问卷使所获数据更科学和更完善。数据推算则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、2014 年中国音乐产业发展概述

2014 年是全面深化改革的元年，也是完成“十二五”规划的关键一年。中国经济呈现出新常态，经济结构继续优化，就业和居民收入增长较快，消费市场持续活跃。在深化改革、结构调整的背景下，2014 年中国音乐产业进一步走向成熟，核心层、关联层、拓展层产业结构逐步优化，商业模式和业务形态不断创新，政策环境和版权保护进一步完善，更多体现主流价值观的原创内容受到市场和消费者认可，产业发展整体走入集约化、内涵式、可持续发展的转型轨道。

（一）行业发展概况

为估算中国音乐产业的整体市场规模，报告编写组采取走访座谈、量化统计、文献查阅等方法，对音乐演出、实体唱片、数字音乐等细分行业的市场规模分别进行了粗线条的估算。下面对各细分行业的发展概况和行业数据进行说明。

1. 核心层行业概况

(1) 实体唱片

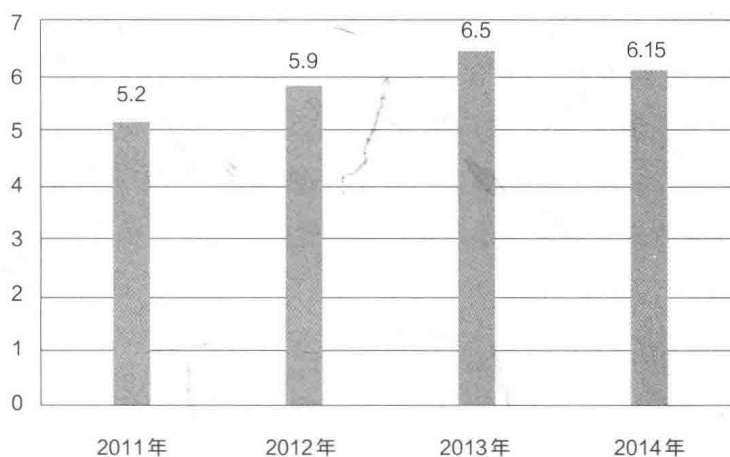


图 1-2 2011—2014 年实体唱片市场规模对比图 (单位: 亿元)

2014 年中国 (除港澳台地区) 实体唱片产值规模约为 6.15 亿元, 较 2013 年下降 5.4% (见图 1-2)。新华书店系统、零售门店等传统线下渠道实体唱片销售码洋为 5662.2 万张, 同比上一年下降 19%。星外星、京东等线上实体唱片销售约为 271.04 万张, 同比下降 21.8%。但黑胶唱片的销售量却逆势增加。这表明互联网改变了大众消费音乐的观念和方式, 实体唱片的商业价值更多体现在粉丝经济上, 其音乐传播载体的角色从之前的大众传播者向小众收藏品功能转变。

(2) 音乐演出

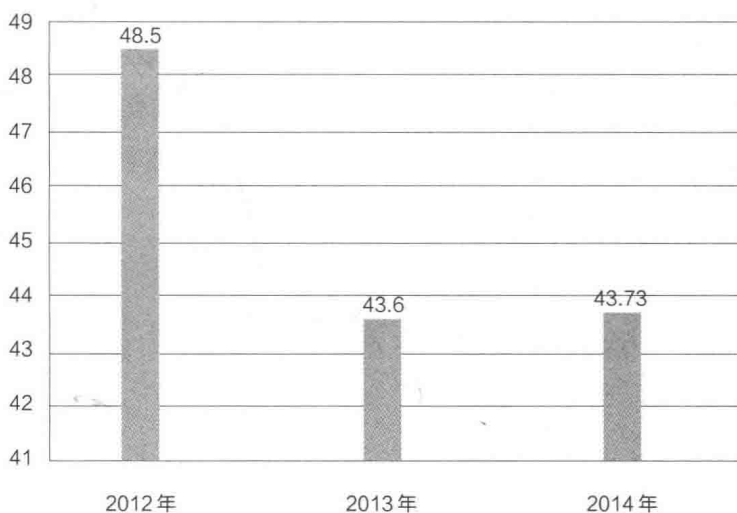


图 1-3 2012—2014 年中国音乐类演出市场票房对比图 (单位: 亿元)

2014 年音乐类演出市场规模达到 143 亿元, 与 2013 年基本持平。票房收入约为 43.72 亿元。其中大型演唱会票房总收入 28.54 亿元、音乐节票房总收入 3.79 亿元、Livehouse 票房总收入 4954 万元, 剧院音乐类演出票房总收入 10.9 亿元。演出场次总数达 2.04 万场,

比 2013 年的总场次数增加近 4000 场，并保持良好的市场价格秩序。2014 年音乐类演出市场整体呈上升趋势。尤其是“互联网 + 音乐演出”催生付费直播模式、视频流媒体加入抢占演出市场份额阵营等现象成为音乐演出行业的新亮点（见图 1-3）。

（3）音乐版权经纪与管理

2014 年，中国音乐著作权协会的版权许可收益达到 1.37 亿元，比上年增长了 22.36%，其中表演权、复制权收入有所下滑，广播权收入继 2013 年下滑后，2014 年又呈现上升趋势；2014 年的网络新媒体收入呈现明显的增长，增长比达到 203.94%；海外收入也呈缓慢增长的态势（见图 1-4）。

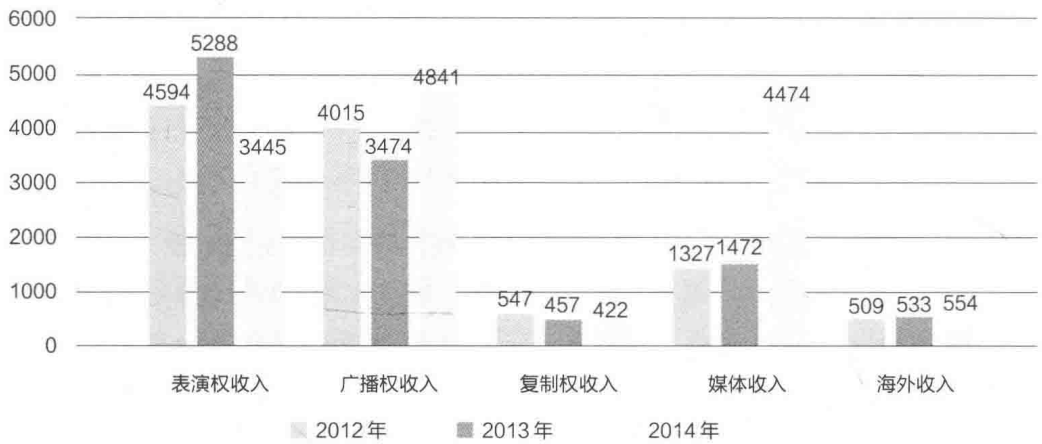


图 1-4 2012—2014 年音乐版权各项权利收入对比图（单位：万元）

2014 年中国音像著作权集体管理协会（简称“音集协”）版权许可收入为 1.39 亿元，比上一年减少 2.1%。受社会环境等因素的影响，传统卡拉 OK 行业经营出现下滑。在线 KTV 虽然进入快速增长期，其音乐版权管理却仍属空白。但从整体趋势看，2014 年中国音乐版权经纪与管理的发展环境不断改善。特别是各项政策的出台以及各大数字企业在版权争夺上纷纷投入巨资，为音乐平台付费模式的建立和版权保护规范化带来新的机遇（见图 1-5）。

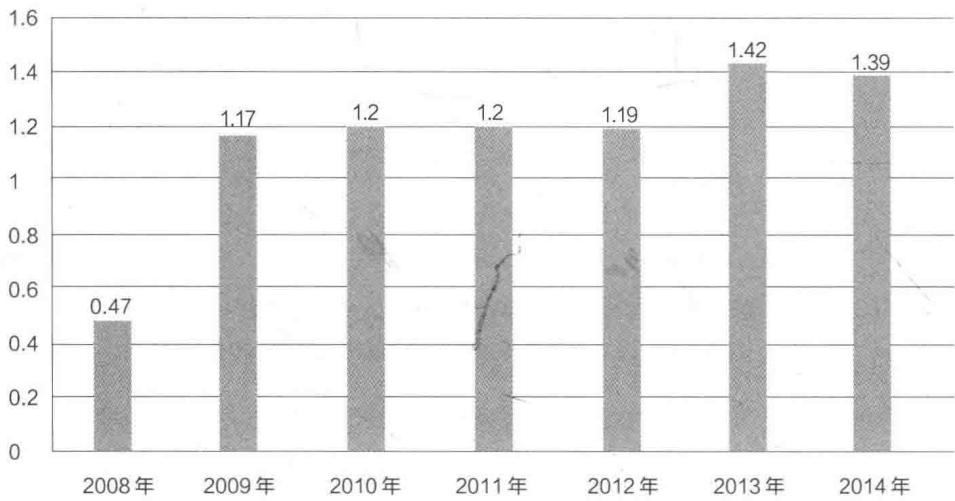


图 1-5 音集协 2008—2014 年许可收入对比图（单位：亿元）

(4) 数字音乐

2014 年，中国数字音乐的市场规模达 491.2 亿元，比上年增长 11.5%。其中 PC 端音乐市场规模为 51.2 亿元，同比增长 17.4%；移动端音乐市场规模为 33.8 亿元，同比增加 10.9%；电信音乐增值业务为 406.2 亿元，同比增长 10.8%。网络音乐用户规模达 4.78 亿，同比增长 5.5%，网络音乐企业数量激增至 1034 家，增幅 49%。由于在线演艺商业模式的发展，未来 PC 端音乐市场规模有望继续快速增长。电信音乐增值业务与移动音乐 APP 的结合也会更加紧密，数字音乐市场规模整体呈稳步上升的趋势（见图 1-6）。

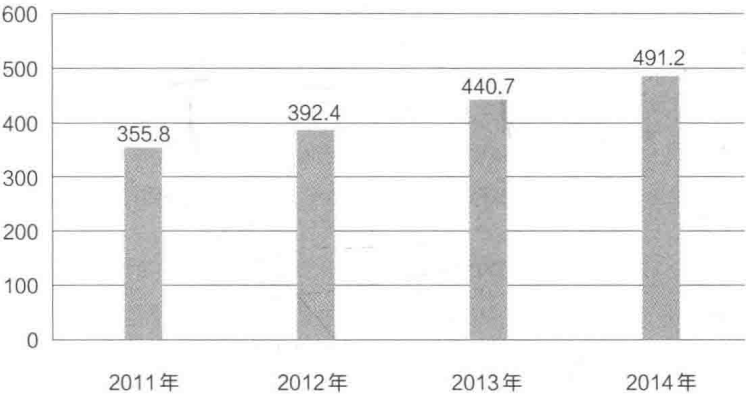


图 1-6 2011—2014 年中国数字音乐市场规模对比图（单位：亿元）

(5) 音乐图书出版

2014 年音乐图书出版市场波动相对较小，全年整个图书市场总销售收入约为 700 亿元，音乐图书的销量与上年基本持平。但由于图书定价有所上涨，整体产值略有提高。2014 年音乐图书出版总码洋约为 7.5 亿元，增幅 7.14%，在音乐图书出版产业链上的作者群体、出版社、发行商、零售商以及读者群体总体数量及规模等方面整体平稳。从发展趋势来看，音乐图书数字出版势不可挡，网上书店销量快速增长，实体书店面临转型升级，线上线下的融合发展将成为音乐图书出版的未来方向（见图 1-7）。

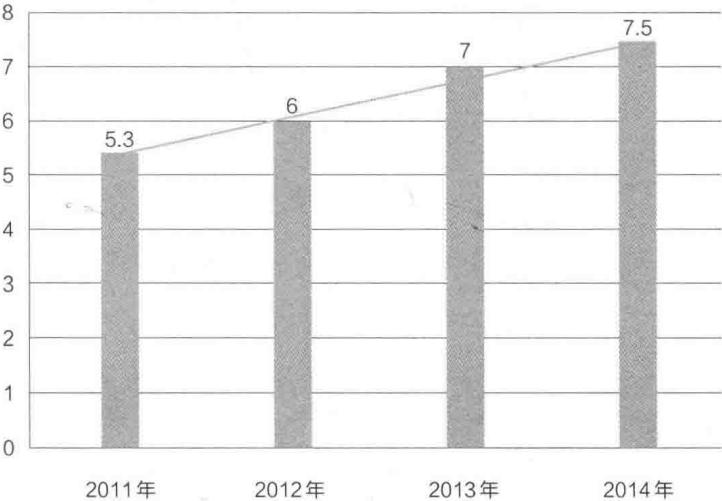


图 1-7 2011—2014 年全国音乐图书码洋变化趋势（单位：亿元）

2. 关联层行业概况

(1) 乐器

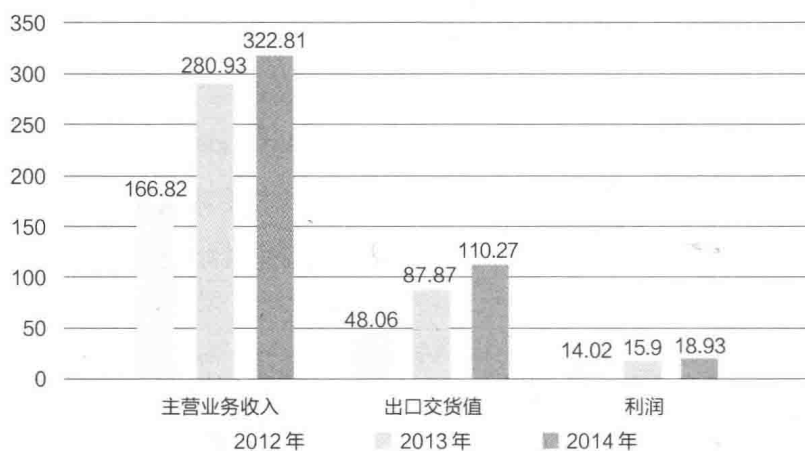


图 1-8 2012—2014 年乐器行业主营收入、出口交货值和利润对比图（单位：亿元）

2014 年我国乐器行业规模以上企业 220 家，乐器行业累计增加值增速为 9.8%；年主营业务收入 322.8 亿元，同比增长 10.35%；利润总额同比增长 19.04%；其中，中乐器主营收入 33.76 亿元，同比下降 0.51%；西洋乐器主营收入 169.89 亿元，同比增长 9.55%；电子乐器主营收入 68.72 亿元，同比增长 10.84%；其他乐器及零件主营收入 50.42 亿元，同比增长 21.47%。各项主要经济技术指标明显好于上一年，尤其是乐器进出口金额双双上升，一改近年来的低迷走势，成为乐器行业发展的一大亮点（见图 1-8）。

(2) 音乐教育培训

2014 年社会音乐考级培训、艺术高考音乐培训的总产值为 643.8 亿元，较 2013 年产值增加 66.8 亿元。其中，艺考报名人数为 83 万，同比去年下降 17%；艺考音乐培训产值 66 亿元，同比减少 11.5 亿元；音乐考级主要培训机构数量约为 8500 家，参加全国性的音乐考级的考生达 120 万人以上。社会音乐考级培训总值约为 577.8 亿元，较上年增加 78 亿元。随着互联网新技术的开发，“慕课”“牛班”等在线音乐教育培训模式应用越来越广泛，将成为未来行业发展的新亮点，具有巨大的市场潜力（见图 1-9）。

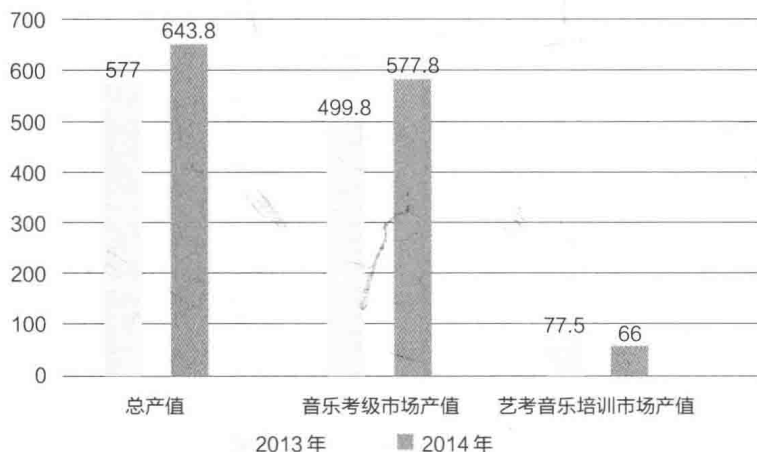


图 1-9 2013 年与 2014 年音乐教育培训市场产值对比图（单位：亿元）