

行业观察

《2022 中国音乐产业发展报告》(总报告)显示——

2021 年中国音乐产业总规模超 3787 亿元

□本报记者 孙海悦

5月19日，第八届音乐产业高端论坛在京举行，论坛发布《2022 中国音乐产业发展报告》(总报告)。报告显示，2021 年中国音乐产业总规模约 3787.56 亿元，同比增长 8.54%，增速已恢复至新冠疫情前的发展水平，“复苏”成为年度行业发展的主旋律。

报告是由中国传媒大学音乐与录音艺术学院副院长、音乐产业发展研究中心主任赵志安教授领衔的音乐产业项目组撰写的年度性调研报告。报告认为，2020 年伊始的新冠疫情使世界经济遭遇历史性衰退，中国音乐产业在长期增长通道中首次出现负增长，但中国音乐消费市场的长期强劲需求趋势没有改变。2021 年，中国音乐产业逐渐恢复持续向好的稳定发展态势，在产业内外部结构逐步调整的同时，供给与需求双向拥抱新技术、新消费、新模式。

音乐产业迎新一轮结构调整

中国音乐产业正迎来新一轮结构优化调整 and 高质量发展机遇。2021 年中国音乐图书与音像出版产业统计口径内总体规模为 12.78 亿元，同比增长 8.5%。其中，音乐图书类产业规模为 9.73 亿元，同比增长 2%；音像类产业规模为 3.05 亿元，同比增长 36%。

建党百年是 2021 年音乐图书出版的重大主题；音乐图书线下市场逐步恢复，实体店营业收入受主题出版图书的带动，同比增长 4.09%；唱片销售市场逐步回暖，黑胶市场相关收入同比增长 25.9%。“社交+音乐”的社交平台“小红书”成

为数字音乐专辑的新兴发布平台；各音乐厂牌进一步跨界融合，以垂直化市场和打造多元 IP 内容连接年轻群体；行业整体市场回暖并呈现多元发展的局面。

2021 年，中国数字音乐产业规模达到 790.68 亿元，同比增长 10.3%。在存量市场竞争激烈、疫情影响下依然保持了高速增长。2021 年网络音乐用户规模达到 7.29 亿，20—29 岁年龄段用户占比高达 84.1%，主流数字音乐平台的付费用户保持稳定。

除传统电信音乐增值业务、流媒体服务、在线 K 歌外，以付费模式为核心的“音乐+”生态产业链逐步形成。5G、8K、大数据等科技应用场景的不断拓展，助力数字音乐产品服务质量不断优化，产业布局不断完善。

2021 年中国音乐著作权协会许可收入达 4.42 亿元，同比增长 8.3%，向音乐著作权人分配使用费达 4.69 亿元，创历史新高。中国音像著作权集体管理协会实现财务收入约 3.81 亿元，同比增长 52%；投入分配著作权使用费 4.64 亿元，同比增长 109%。录音制作者广播与表演获酬权业务全面开局、加速落地；国家版权局敦促产业各方主体遵守法律法规，建立符合市场需求的数字音乐版权运营模式；“剑网”行动有序启动，巩固了网络数字音乐版权保护成果；新技术持续赋能音乐版权保护，采用区块链技术获得音乐作品著作权证据已在司法实践中得到承认。

“复苏”成年度行业发展主旋律

报告分析认为，“复苏”成为年度行

业发展的主旋律，增速已恢复至疫情前的发展水平，彰显了中国音乐产业的活力与韧性。随着线下音乐消费不断调整以适应数字经济时代的新模式，线上、线下音乐消费协同恢复，音乐与科技双向赋能的应用场景不断涌现，中国音乐产业加速进入产业格局重构的发展新阶段。

2021 年，中国音乐产业核心层（音乐图书与音像、音乐演出、音乐版权经纪与管理、数字音乐）、关联层（乐器、音乐教育培训、专业音响）、拓展层（广播电视音乐、卡拉 OK 和影视、游戏、动漫音乐）产值规模分别为 929.29 亿元、2201.26 亿元和 657.01 亿元，所占比重分别为 24.54%、58.11%、17.35%。

产业结构呈现“两增一降”：核心层产业占比较 2020 年同比增长 1.17%，以数字音乐、音乐演出为主的线上、线下消费市场双增长，拉动核心层产业快速复苏；关联层产业占比较 2020 年同比增长 1.48%，线下生产、销售、消费领域进一步企稳回升；拓展层产业占比继续下降 2.65%，传统消费需求进一步萎缩，行业新业态亟待培育和成长。从产业结构变化趋势来看，进一步促进数字经济与音乐创意融合发展，做优核心层、做实关联层、做新拓展层将是未来中国音乐产业优化产业结构的重点方向。

年度音乐产业发展特征显著

报告显示，2021 年，中国音乐产业从供给端、渠道端、消费端均呈现出复苏增长趋势，原创内容和技术创新的引领作用更加凸显，主要呈现“音乐产品 IP

化、音乐平台融合化、音乐消费场景化”等发展特征。

移动互联网时代，音乐产品正在向品牌化、IP 化的趋势发展，主要表现在音乐演出类产品与其他 IP 运营进行跨界联合，共同拉动消费升级。音乐演出与游戏、动漫、电影和城市地标形成联动，快速融入大众日常生活，形成音乐文化品牌。音乐产品 IP 化是当代互联网背景下音乐产业业态创新的新路径，具有广阔的发展空间。

依托数字技术的变革，数字音乐平台加速向线下渠道的赋能。“音乐+社交平台”“音乐+旅游平台”“音乐+短视频平台”“音乐+直播平台”“音乐+车联网”“音乐+元宇宙平台”等新模式的涌现，推动音乐平台的融合与创新。2021 年在线直播用户规模达到 6.60 亿，“音乐+电商”模式逐渐演变为“音乐+直播带货”模式；短视频平台提升了数字音乐传播度，拓宽了数字音乐变现渠道；依托元宇宙科技举办的众多虚拟演唱会，丰富了音乐现场观众的沉浸式体验。音乐平台融合化催生音乐产业生态构建的创新和发展。

2021 年音乐消费的主力群体呈现出“两端化”特征：年轻群体数量众多但增速放缓，中老年群体比例逐步提升。两类群体对场景化的消费需求正在持续增长。场景消费是通过视听感知与想象场景进行吻合的消费心理过程，各类音乐市场主体均在实体场景、社交媒体场景、社群场景、自媒体场景等方面发力，促进音乐消费发展。音乐消费场景化将进一步刺激音乐产业的消费需求，提升消费品质，开拓消费空间。

时讯

商务印书馆推出《赵元任日记》(全 46 册)

本报讯（记者李婧璇）商务印书馆近日在京举办《赵元任日记》出版座谈会。

赵元任是现代著名学者、语言学家、音乐家。据了解，自 1983 年起，“赵元任档案”被分装 38 箱，保存于加州大学伯克利分校班克罗夫特档案馆，共有 12 万件（页）左右。档案内容大体可分为 6 类：日记、文书、文章和著作手稿、讲演授课资料、私人笔记、来往书信。2021 年，加州大学伯克利分校东亚图书馆与商务印书馆正式达成合作协议，将陆续出版“赵元任档案”。2023 年年初，档案的第一部分结集成《赵元任日记》(全 46 册)正式出版。

《赵元任日记》从 1906 年的第一篇到 1982 年他去世前不久的最后一篇，是赵元任 70 余年不间断亲笔撰写的人生记录。《赵元任日记》主要有中英两种文字，也有少量的其他语言。日记原本除 50 余本分装在数个箱子之外，另有 1000 余页卡片散页。为了展现原档面貌，《赵元任日记》(全 46 册)采取影印方式出版。

座谈会上，与会专家学者纷纷表示，《赵元任日记》的正式出版，不仅为学术史研究提供了充满真实细节的第一手资料，也为学界和读者还原了赵元任生命中的重要时刻和日常生活，展现了他以个人视角记录的文化和历史事件，对于我们重新认识近现代

长影译配日本电影《余生那些年》全国上映

本报讯（记者张席贵）5月20日，长影集团译制片制作有限责任公司译配完成的日本电影《余生那些年》在全国上映。

电影《余生那些年》由长影配音演员、译制导演杨波执导，高晗、杨鸣、赵鑫、纪艳芳、牟珈论、杨波、郭金菲、孟令军、陈扬等分别为影片献声。

影片讲述了一场以 10 年为倒数的倒计时爱情故事。20 岁的高林茉莉（小松菜奈饰）因患罕见病被告知仅剩 10 年寿命，已经注定结局的命运，却因为在同窗会遇到真部和人（坂口健太郎饰）而产生意外的插曲。影片主题是，如果生命只剩 10 年，是否还会去做想做的事，去爱爱爱的人？

电影改编自同名小说，原作者小坂流加和主人公茉莉一样身患绝症，并于 2017 年 2 月文库本发行前夕离世。这部电影不仅是向原著致敬，同时也为大家带来一种力量，并将这部电影作为一份珍贵的礼物，献给每一位活在今

人民音乐社出版《桑叶松合唱指挥法》

本报讯（记者雷萌）由人民音乐出版社主办的《桑叶松合唱指挥法》新书发布会暨学术交流会在近日在京举办。

桑叶松是原总政歌剧团、总政交响乐团常任指挥。人民音乐出版社总编辑杜永寿介绍，《桑叶松合唱指挥法》是一部内容丰富、具有实践性特色的合唱指挥专业学术专著，分为原理篇、技法篇、应用篇，不仅可以满足专业合唱指挥与作曲人士的实际需求，更能扎实服务于我国众多一线合唱指挥。

发布会上，桑叶松和大家分享了撰写这本书的初衷和感想。原解放军艺术学院音乐系主任李双江、中国合唱协会理事长李培智、北京大学歌剧研究院教授戴玉强等嘉宾对桑叶松在指挥艺术、艺术教育等领域的成就予以高度评价，并表达了对合唱事业的期许。

《环游世界，遇见有趣的人》一个世界公民的心灵之旅

本报讯（记者金鑫）国际策展人、多媒体艺术家、纪录片导演、作家朱晓闻携她的新书《环游世界，遇见有趣的人》近日做客上海朵云书院旗舰店，与读者分享创作历程以及她对旅行、阅读和生活的感悟。

2020 年，朱晓闻的中英双语图书《Oriental Silk 乡绸》在德国出版，她的散文、艺术评论也常发表于中英文媒体。《环游世界，遇见有趣的人》是朱晓闻创作的第一本简体中文书。

在海外生活的 10 多年中，朱晓闻去过不少特别的地方，也结识了很多有趣的人，她以他们为灵感来源，创作出 9 个文学人物。有坚守祖传家业的比弗利山庄的中国真丝店老板，有以外祖父为模特的拍纪录片的印度女孩，有拥有多套豪宅的慈善家老太太……朱晓闻说，这些形形色色的人对她而言是鲜活的，是触动人心的，也让她产生极强烈的创作冲动。“书中的大多数人物都有移民或离散的历史，都经历过感情、亲人、婚姻等某种刻骨铭心的痛失，但依然坚持以自己的方式体验生活。”朱晓闻说，她的这本小书亦可看作是不同人物在欲望的跌宕间起起伏伏的探索之旅，希望可以引起读者共鸣。



“凯叔讲故事”打造主题 IP 亲子营

5月20日至21日，“凯叔讲故事”携旗下IP《麦小米的100个烦恼》在北京郎园 Station 举办主题亲子音乐营。活动现场集合《麦小米的100个烦恼》主题音乐互动、故事有奖问答，以及《神奇图书馆》主题IP剧场等多种文化娱乐体验，将图书与故事中的情景搬到孩子们眼前。

作为朝阳区文创园区5月重点文化活动之一，本次亲子音乐营是“凯叔讲故事”探索儿童IP在文旅和休闲娱乐场景中的延展与应用，也是儿童内容品牌助推文旅深度融合的积极探索。图为“凯叔讲故事”热门IP形象与小朋友们见面。 本报记者 尹珉 摄

“5·21”全国助残日

荔枝集团用声音的力量创新助残模式

本报讯（记者张君成）5月21日，荔枝集团联合广东省残疾人就业创业促进会、广州市残疾人服务协会共同推出狮头、折纸画、毛毡画等残疾人工艺品，联动主播在荔枝平台进行语音直播义卖活动，并在直播间开展主播技巧培训，在用声音助力残障人士事业全面发展的同时，呼吁更多年轻人参与公益行动。

据了解，这些义卖的工艺品均由广州市残疾人服务协会残疾人手工艺“小水

滴”心工坊里的心智障碍学员独立完成，他们在用双手传承民间手工艺品的同时，增加劳动收入、改善生活，并在反复练习的过程中完成康复、融入社会。荔枝集团则通过旗下荔枝 APP、荔枝播客等产品，用声音传播心工坊背后的公益故事，扩大他们的工艺品市场销路，带动更多的人了解公益并参与到残疾人事业中。在面向平台用户的爱心直播义卖中，黏土小夜灯、临时停车号码

牌和毛毡画摆件等手工艺品，获得了平台用户的广泛喜爱。

“感谢爱心企业荔枝集团的助残行动！通过声音公益，我们学员的工艺品和背后故事被更多人知道和喜欢。我们心工坊也一直在创新工艺品的销售形式，积极拥抱音视频直播、电商等形式，助力这些孩子们更好地学习成长，有尊严、有价值地活着。”心工坊老师黄嘉怡表示。

甘肃省广电总台主持人选拔大赛复赛将启

本报讯（记者田野）5月17日，甘肃省广播电视总台主持人选拔大赛新闻发布会暨冠名签约仪式在兰州举行。本次大赛的复赛及以后赛段定于6月7日至16日在兰州举办，将进行12场次较量，赛制为“个人展示”与“专业考评”两个环节，半决赛阶段开始分为“新闻组”和“文艺组”两个专业组别。

据介绍，赛事自启动以来受到社会各界广泛关注，吸引了来自全国 20 余个省

（区、市）选手踊跃报名。大赛分初赛、复赛、复活赛、半决赛、总决赛 5 个赛段，1200 余人参加初赛选拔，160 余人晋级复赛。此外，本次大赛打破专业类别的限制，注重选手的综合素质考核，把具备过硬导向把控能力、新闻直播能力、多媒体应用能力及人格化传播能力的复合型人才作为新标准。比赛集知识性、趣味性、观赏性和参与性于一体，设计了走出去置身新闻一线等实战环节，同时

融合诸多创新科技手段，辅助整体舞美及选手主持场景的升级，打造更具视听美感的呈现样态。

甘肃省广播电视总台党委书记、台长王国强说，甘肃省广播电视总台举全台之力、集全媒资源重磅打造的这次大赛，就是立足甘肃、面向全国，为热爱播音主持的青年朋友搭建展示才华、相互交流的舞台，也彰显了甘肃省广播电视总台识才爱才敬才用才、广纳天下英才的

决心，以及时不我待实现“人才兴台”的使命担当。

此次大赛由兰州银行独家冠名支持。兰州银行党委书记、董事长许建平表示，此次与甘肃省广播电视总台牵手冠名主持人大赛，既是兰州银行在寻求更高突破、推动品牌建设多元合作的“窗口期”进行的一次跨界融合的探索和实践，也是为助推甘肃省经济强省、文化强省建设贡献的“兰行力量”。