

中国传媒大学音乐产业发展研究中心发布《2025 中国音乐产业发展(总)报告》

AI 应用和短视频营销推动音乐产业创新发展

□本报记者 孙海悦

6月6日,由中国音像与数字出版协会、北京朝阳国家文化产业创新实验区管理委员会指导,中国传媒大学主办的第十届音乐产业高端论坛在京举行,中国传媒大学音乐产业发展研究中心在论坛上发布了《2025 中国音乐产业发展(总)报告》。报告显示,2024年,中国音乐产业总规模约4929.15亿元,同比增长4.97%。中国音乐产业在技术革新、消费升级与政策引导的多重驱动下,展现出强劲的韧性与创新活力,实现了持续平稳较快增长。

迈向高质量发展转型关键时期

报告分析认为,尽管面临国内外复杂经济环境的短期承压,通过“文化+科技”双轮驱动、加快发展新型融合业态、改造提升消费模式,中国音乐产业正迈向高质量发展的转型关键时期。

报告显示,2024年音乐图书与音像出版产业统计口径内总体规模约11.98亿元,同比下降1.4%。其中,音乐图书类产业规模为9.26亿元,同比减少2.8%;音像出版产业规模为2.72亿元,同比增长3.8%。2024年行业推出《国之颂——庆祝新中国成立75周年100部优秀音乐作品》等系列重点主题出版物,国家出版基金、中华民族音乐传承出版工程等项目持续助推传统音乐文化挖掘与创新。

2024年数字音乐产业规模达到1027.46亿元,同比增长15%。在线音

乐、音乐短视频、音乐直播合力推动数字音乐产业增速重回两位数。网络音乐用户规模达到7.29亿,付费用户数量持续增长,在线音乐服务收入同比增速超过20%。生成式人工智能推动数字音乐产业链的生态重构,平台加速向智能设备与线下场景延伸,短视频传播正成为用户发现新音乐的重要途径。

2024年,中国音乐著作权协会许可收入达4.77亿元,同比增长11.7%,创历史新高。中国音像著作权集体管理协会总收入达5.106亿元,其中著作权使用费收入为4.98亿元,音集协向权利人转付著作权使用费3.28亿元,与2023年度基本持平。智能时代AI音乐训练数据的合法性、AI生成内容的侵权问题受到行业广泛关注,数字平台的版权竞争从依赖版权壁垒转向多元化、差异化发展。

AI技术从节目创意、视频编辑到个性化推荐,全方位重塑了广播电视的内容生态。未来行业将延续“技术赋能内容、真实连接用户、跨界拓展边界”的主线,在多元竞争中探索破局路径。

进入“常态化增长”恢复发展阶段

报告显示,中国音乐产业自2021年以来,已进入“常态化增长”的恢复发展阶段。通过文化创意、技术创新实现产业升级和内需挖潜,产业增速回归至5%左右的中高速增长区间。

从增长趋势来看,转型升级步伐加

快,产业发展的结构性亮点与结构性挑战并存,总体延续稳中有进的发展态势。从供需两侧来看,新质生产力加速集聚,智能化、数字化技术驱动音乐内容的生产变革,音乐内容供给持续多元化;行业消费需求结构在激烈竞争中进一步扩张,多元化与跨界需求整合成为主要增长点。

2024年,中国音乐产业核心层、关联层、拓展层产值规模分别为1436.64亿元、2764.59亿元和727.92亿元,所占比重分别为29.15%、56.09%、14.77%。

音乐产业核心层产业规模同比增速达21.76%。其中,音乐演出市场同比增长46.61%,演唱会场次同比增长49.9%。“演唱会经济”成为各地拉动文旅消费的重要切入点。数字音乐产业同比增长15%,依托7.29亿网络音乐用户规模,在线音乐、音乐短视频、音乐直播“三驾马车”正在快速兑现经济价值,呈现广阔发展空间。

拓展层产业规模同比下降0.44%。其中,广播电视音乐市场小幅增长2.22%,传统广播电视广告收入持续下滑,以音乐为载体的跨界合作业态收入占比逐步提高。影视、游戏、动漫音乐市场“一降两增”,总体同比增长15.16%。产业上游创作专业化程度进一步提升,中下游发布平台和衍生开发平台逐步成熟,作品变现能力有望持续提升。

技术发展结构调整助推立体化格局

2024年音乐演出、影视游戏动漫音

乐、数字音乐产业的快速增长,充分体现了音乐消费是行业增长的核心动力,音乐消费分层化、多元化发展的特点尤为突出。“Z世代”的数字消费、实体唱片的怀旧消费和方兴未艾的“银发经济”正在崛起。音乐消费形态的多元化演进,已突破单纯的听觉享受范畴,转向为情感共鸣、身份认同和文化体验付费的价值体系。悦己型消费、沉浸式文化体验消费推动音乐消费场景不断创新,进一步重构消费市场格局。

人工智能与音乐产业的深度融合,推动音乐产业生态链的全面重构。在创作端,人工智能已实现从辅助工具到“共创主体”的跨越式演进。音乐创作已开始迈入全民智能化时代。在消费端,人工智能驱动的场景革命正在重塑用户体验边界。基于深度学习的智能推荐系统通过用户行为时序建模,使付费订阅转化率提升至传统模式的2.3倍。

作为国民经济转型升级的重要引擎,文娱消费市场正经历从规模扩张向质量变革的关键跨越。供需协同升级、优化产业和需求结构、提升作品创意属性、推动科技融合、拓展消费场景等举措,有助于中国音乐演出产业良性发展。

报告认为,2024年中国音乐产业延续复苏态势,在人工智能技术爆发式应用、消费场景多元化创新及政策持续引导下,呈现“核心层强劲驱动、关联层智能转型、拓展层跨界融合”的立体化发展格局。通过技术重塑生态,结构深度调整,中国音乐产业将迈入智能化高质量发展新阶段。

延展中原出版传媒集团“标识河南”融合出版项目

“河南标识”文化创意大赛启动

本报讯(记者吴明娟)近日,中原出版传媒集团、中原大地传媒股份有限公司面向省内外高校、社会各界举办“河南标识”文化创意大赛。大赛围绕中原出版传媒集团重点图书“标识河南”丛书中的30个文化标识,挖掘其历史底蕴、时代内涵,解析、提炼标识的文化特色和意义。

此次大赛设置文创设计、短视频制

作两个赛道,各设优秀作品奖一、二、三等奖和优秀奖,另设优秀组织奖。省内外高校(含职业院校)在校生、社会各界人士均可参加,参赛者需在6月20日—7月20日期间完成报名。此次大赛设最高万元奖金,优秀作品将得到展播机会与孵化支持。

“大赛是‘标识河南’融合出版项目的延展,该项目以‘标识河南’丛书为

依托,同步开发音视频、知识课程、文创周边等,线上线下、国内国际一体传播,旨在以出版创新生动阐释‘行走河南·读懂中国’的品牌和意义,打造智能互联时代的大众阅读精品。”河南电子音像出版社社长张煜说,项目由河南电子音像出版社策划实施,先后入选河南省出版基金资助项目、河南兴文化工程。

据河南电子音像出版社副总编辑李亚楠介绍,“标识河南”丛书共30册,通过系统梳理、立体呈现河南文化发展中具有代表性和典型性的标识元素,鲜活实证中原文化、中原文明的根源性、延续性和时代性。丛书在标识遴选上兼顾古代与当下、人文与自然、物质与精神,兼顾十八地市,既注重标识已有的知名度,又注重标识在新时代的传播意义。

时讯

《〈论语〉中的孔子》还原有血有肉的孔子

本报讯(记者张君成)6月7日,由泰山出版社主办的《〈论语〉中的孔子》新书分享会在北京图书大厦举行。

《〈论语〉中的孔子》由语言学家、上海大学文学院教授杨逢彬历经3年写作而成,从孔子的言行中挖掘线索,通过严谨的分析与生动深入的叙述,以文化随笔的形式,揭示孔子为人处世的方式和他在困境中的抉择,将孔子还原成一位“望之俨然,即之也温”的有血有肉的、充满现实关怀与敏锐洞察的真实的人。在谈及本书创作缘起时,杨逢彬表示,他并不想写一部纯粹的学术著作,而是希望用更有文学性的方式,让读者读到一个鲜活、立体的孔子形象。

泰山出版社有限公司总编辑、总经理魏茂洋表示,希望《〈论语〉中的孔子》再现孔子的真实风骨与气度,也为大众理解儒家精神打开一扇窗。

活动中,杨逢彬、训诂学家戴建华、北京语言大学中国文化发展研究中心主任张加才就本书主题展开对话。

《神权禁锢下的西方思想史》出版

本报讯(记者雷萌)6月5日,《神权禁锢下的西方思想史》出版座谈会在京召开。该书由九州出版社出版,作者为中国农业科学院特聘研究员、研究生院马克思主义教研室主任蔡晓。

《神权禁锢下的西方思想史》论述了一个建立在神权基础之上的思想体系的演变历程。该书认为,在人类文明中,中国创造出独一无二的世俗性文明——其政治、法律、道德完全建立在非宗教的、非神权的基础上。该书借助对西方思想文化历史的梳理,揭开被近代中国人接受的这些旧叙事框架的底层逻辑和本来面目,从而为建立起新叙事框架、进一步强化中国人的文化自信作出理论上的贡献。

来自中国社会科学院、国务院发展研究中心、中央团校、中国农业科学院、中国人民大学等单位的专家学者与会研讨。大家认为,该书涉及的空间地域广阔、时间跨度长、思想大家众多、学科领域广泛、学术思想深厚,让读者看到中国立己达人建设人类命运共同体思想的道德境界,也更加认识到坚持“两个结合”、以东方叙事主导思想阵地话语权的重要性、必要性和迫切性。

“中西视野下的中国思想研究及研究生思政课程建设”项目学术研讨会同日举行。

拥抱数智时代,少儿出版准备好了

(上接01版)

融合实践问题显现共性特征

作为当前图书零售市场中码洋规模最大的细分板块,少儿出版由于内容形态多元、IP衍生空间大以及教育数字化浪潮推动等诸多因素,成为出版产业融合变革的“先锋领域”。年会上,出版社社长、总编辑们提出了各自在转型之路上的一些问题与建议。

数智化时代,少儿出版面临的版权问题更加复杂,涉及传统盗版、数字侵权、AI生成内容等多个层面。

湖南少年儿童出版社有限责任公司执行董事(社长)刘星保建议,面对海量资源,出版社要加大反盗版的力度,使用区块链技术进行取证;行业需形成合力,在少儿出版领域推进垂直大模型的开发和应用,建立语料库。安徽少年儿童出版社社长李玲玲表示,数字版权保护是数智化发展的基本前提,希望在主管部门和行业协会的协助下,构建更契合少儿出版需求的语料库,从而充分发挥人工智能在出版领域的积极作用。

技术的演进与需求的变化,让书刊、游戏、网文、动漫、音乐原本相互独立、各自发展的应用场景,边界被进一步打破。

吉林科学技术出版社社长宛霞介绍了该社数字资源多元化变现路径的尝试。该社在2010年开展少儿出版业务的同时,积累了4000多张雕刻精模、2万多张图片和大量视频,同时启动了数字平台库的搭建,比如好好唠嗑知识数据库等。在近期开展的数智博物馆项目中,该社与多家博物馆合作完成线下AI游览,并在操作过程中发现了硬件适配、操作流程的问题以及变现周期变长的可能。

许多出版社提出缺少既懂出版又精通AI、数据分析的复合型编辑和营销人才的困扰。对此,史妍建议调整管理机制,包括建立以数智化为基础的考核机制,加大人才培养投入,解决数字人才短缺的问题。中国和平出版社有限责任公司社长(总经理)、总编辑林云也表示,传统编辑需通过系统培养方式,比如接受数智化编辑培训,成为具备复合能力的新型编辑,从而切实推动行业未来发展。



“数字藏经洞”数据库平台在敦煌发布

近万卷文书经卷在数字世界“重生”

本报讯(记者田野)“数字藏经洞”数据库平台近日在甘肃敦煌发布。该平台集纳了国内外多家机构收藏的藏经洞文物数字资源,推进了流失海外敦煌文物在数字世界“重聚”。平台整合了流失海外敦煌文物目录、珍贵图像,并纳入海量国内外敦煌学研究成果。同时,运用人工智能技术对经卷文字自动识别,具备图像拼接、图像缀合、知识图谱构建、全文检索等多项

功能。敦煌研究院院长苏伯民说,敦煌莫高窟及其藏经洞文物既保存了大量有关中国古代的政治、宗教、艺术、文学、经济、科技、民俗等珍贵史料,还实证了古印度、古希腊、古波斯等不同国家和地区的思想、宗教、艺术、文化的汇聚交融,是丝绸之路上留下的多元文明荟萃的文化艺术宝藏。

“近几年,敦煌研究院积极推进‘流

失海外敦煌文物数字化复原项目’,在国际敦煌项目(IDP)的基础上,推进建设‘数字藏经洞’数据库平台。”苏伯民介绍说。

“数字藏经洞”数据库平台目前录入敦煌藏经洞出土文物目录74651条,发布敦煌文书经卷9900多卷、图像60700多幅,经卷内容识别840多万字,首次实现利用数字化技术对藏经洞文物全面呈现、解读和共享,运用

人工智能技术对经卷文字自动识别并基于人机协同审核校正标注结果,不仅整合了流失海外敦煌文物目录、珍贵图像,更纳入海量国内外敦煌学研究成果。

“数字藏经洞”数据库平台初步搭建了一个集藏经洞经卷、敦煌学研究资料于一体的资源管理和全球共享平台,为社会呈现了一座贯通古今的敦煌千年数字图书馆。