

## نگاهی به بازار جهانی صنعت موسیقی در سال 2023

بر مبنای گزارش جهانی فدراسیون بین‌المللی صنعت ضبط (IFPI) در سال 2024

نویسنده: امیر شهرآئینی، پژوهشگر همکار اندیشکده حرف

در سال ۲۰۲۳، فروش جهانی موسیقی برای نهمین سال متوالی رشد پایدار را تجربه کرد. در این سال درآمد موسیقی در تمام مناطق جغرافیایی و بازارهای موسیقی و تقریباً در تمام فرمت‌ها در مقایسه با سال 2022 افزایش یافت. درآمد صنعت موسیقی در این سال، به ۲۸.۶ میلیارد دلار رسید. این رقم بیانگر بالاترین میزان از سال ۱۹۹۹ است، تعداد خریداران حق اشتراک استریم (پخش آنلاین) موسیقی، برای اولین بار در تاریخ این صنعت از مرز ۵۰۰ میلیون نفر در جهان گذشت. به گزارش IFPI (فدراسیون بین‌المللی صنعت ضبط) تیلور سوئیفت، خواننده سرشناس آمریکایی، برای چهارمین بار به عنوان پرفروش‌ترین هنرمند سال 2023 در صنعت موسیقی شناخته شد. این افتخار پس از آن است که مجله تایم، سوئیفت را به عنوان تاثیرگذارین شخصیت سال ۲۰۲۳ معرفی کرد.

درآمد کلی صنعت موسیقی در سال 2023 به رقم بی‌سابقه ۲۸.۶ میلیارد دلار رسید. افزایشی حدوداً 10 درصدی نسبت به سال گذشته و بالاترین نرخ رشد ثبت‌شده پس از افزایش ۱۸.۵٪ در سال ۲۰۲۱ است. این آمار رو به رشد، نشان‌دهنده اهمیت روزافزون این صنعت در دنیای امروز است. آمار فروش صنعت موسیقی در سال ۲۰۲۳ بالاترین آمار ثبت شده در این صنعت از سال ۱۹۹۹ است. یعنی زمانی که IFPI برای اولین بار، انواع درآمدها و فروش در صنعت موسیقی در سراسر جهان را جمع و اعلام کرد. کمترین میزان اعلام شده در این بازه مربوط به سال 2014 است. در این سال بازار صنعت موسیقی با ثبت رقم 13 میلیارد دلار به پایین‌ترین ارزش خود رسیده بود. قاچاق آثار موسیقی، لو رفتن موسیقی‌های محبوب این سال پیش از انتشار رسمی و کاهش فروش فیزیکی از مهمترین دلایل افت بازار موسیقی در این سال بود.

در تشریح آمار صنعت موسیقی در سال 2023 رشد ۱۱.۲٪ درآمد خریداران حق اشتراک استریم موسیقی قابل توجه است. با احتساب این رشد، ارزش اشتراک‌های پرداختی استریم موسیقی به ۱۴ میلیارد دلار رسید.

این رقم تقریباً نیمی (۴۸.۹٪) از آمار فروش جهانی موسیقی را در این سال تشکیل می‌دهد. این رشد در بازار اشتراک‌های پرداختی استریم موسیقی پس از آن است که بسیاری از سرویس‌های مشهور استریم موسیقی از جمله اسپاتیفای، اپل موزیک، آمازون موزیک، یوتیوب موزیک، دیزر، تایدال و ... قیمت حق اشتراک خود را افزایش دادند، این افزایش هزینه اشتراک برای مخاطبان در بسیاری از این سرویس‌ها، برای اولین بار از زمان راه‌اندازی آن‌ها در بیش از یک دهه گذشته محسوب می‌شود. با وجود افزایش هزینه برای مخاطبان، روند صعودی تعداد مشترکان سرویس‌های استریم موسیقی در سراسر جهان ادامه دارد، بنابر اعلام IFPI تعداد خریداران حق اشتراک سرویس‌های استریم موسیقی برای اولین بار در سال ۲۰۲۳ از مرز ۵۰۰ میلیون نفر عبور کرد. در این سال، مجموع درآمدهای استریم، شامل اشتراکها و تبلیغات در سرویس‌های استریم، 10 درصد افزایش یافت و به 19.3 میلیارد دلار رسید تا 67 درصد از بازار فروش موسیقی در سراسر جهان را تشکیل دهد.

### افزایش فروش تقریباً در تمام فرمت‌های موسیقی

فرمت‌های مختلف موسیقی در اصطلاح تخصصی این صنعت، به بخش‌های مختلف در صنعت موسیقی اشاره دارد. اصلی‌ترین بخش‌های تشکیل‌دهنده صنعت موسیقی یا فرمت‌های موسیقی عبارتند از: پخش دیجیتال (دانلود) آثار موسیقی، استریم آنلاین، اجرای زنده و کنسرت، فروش فیزیکی و حق امتیاز پخش آثار موسیقی. اگرچه استریم همچنان کلیدی‌ترین عامل در درآمدهای جهانی موسیقی است، اما در سال 2023 شاهد دستاوردهای قابل توجهی در زمینه فروش آثار فیزیکی و درآمد ناشی از حقوق اجرا (شامل درآمدهای کنسرت و اجرای زنده و حق امتیاز پخش آثار در رسانه‌ها) بودیم.

19.3	استریم موسیقی
5.1	فروش نسخه‌های فیزیکی
2.7	کنسرت و اجرای زنده
0.6	حق امتیاز پخش آثار موسیقی
0.9	دانلودها و سایر فرمت‌های دیجیتال

فروش نسخه‌های فیزیکی به صورت سی دی و واینل (لوح) با افزایش 13 درصدی نسبت به سال 2022 به 5.1 میلیارد دلار رسید. نکته قابل توجه آن است که در این سال، آسیا تقریباً نیمی (49 درصد) از کل درآمدهای فیزیکی در سراسر جهان را به خود اختصاص داد. IFPI سلطه آسیا بر بازار فروش فیزیکی موسیقی را ناشی از بازار قدرتمند موسیقی کی‌پاپ می‌داند. فروش بالای گروه‌های کی‌پاپ، خصوصاً گروه Seventeen که با آلبوم FML در صدر جدول پرفروش‌ترین آلبوم‌های جهانی IFPI در سال 2023 قرار گرفت و علاوه بر آن جایگاه هشتمین آلبوم پرفروش سال را با آلبوم دیگری تصاحب کرد، در این امر موثر ارزیابی می‌شود.

در سال 2023 از نظر سهم بازار، فروش فیزیکی حدود 18 درصد از کل بازار موسیقی را به خود اختصاص داد که نسبت به 17.5 درصد در سال 2022 اندکی افزایش را نشان می‌دهد اما همچنان نسبت به سال 2021 بیانگر کاهش است. در همین حال، درآمد حاصل از کنسرت‌ها و اجرای زنده آثار موسیقی با 9.5 درصد افزایش به 2.7 میلیارد دلار رسید که نشان دهنده 9.5 درصد از درآمدهای جهانی موسیقی است، در حالی که درآمد حق امتیاز پخش آثار موسیقی با 4.7 درصد افزایش به 632 میلیون دلار رسید که نشان دهنده 2.2 درصد سهم از بازار جهانی موسیقی است.

تنها فرمت‌های موسیقی که در سال 2023 کاهش یافتند، دانلودهای دیجیتال و آنچه IFPI به عنوان سایر فرمت‌های دیجیتال (غیر از استریم) طبقه‌بندی می‌کند، بودند که با 2.6٪ کاهش به 900 میلیون دلار رسید که تنها 3.2٪ از بازار جهانی موسیقی را تشکیل می‌دهد.

جان نولان، مدیر مالی IFPI در مقدمه این گزارش می‌نویسد: «ارقام گزارش امسال، نشان‌دهنده یک صنعت واقعاً جهانی و متنوع است.» نولان، افزایش قابل توجه خریداران حق اشتراک در سراسر جهان و همچنین افزایش قیمت خدمات را عامل رشد کلی درآمد صنعت موسیقی می‌داند. وی همچنین معتقد است رشد پایدار صنعت موسیقی در یک دهه اخیر بدون "سرمایه‌گذاری مداوم شرکت‌ها بر روی هنرمندان و حرفه آنها" ممکن نبود.

بر اساس آمار IFPI، شرکت‌های تولید رکورد به صورت سالانه در صنعت موسیقی 7.1 میلیارد دلار در سطح جهان تنها در بخش بازاریابی آثار سرمایه‌گذاری می‌کنند. به گفته IFPI این شرکت‌ها، اکنون بیش از هر زمان دیگری پول به هنرمندان پرداخت می‌کنند، پرداخت شرکت‌ها به هنرمندان بین سال‌های 2016 تا 2021، در مقابل افزایش 63 درصدی درآمد شرکت‌های ضبط، 96 درصد افزایش یافته است.

## 10 بازار برتر موسیقی جهانی بدون تغییر، ایالات متحده همچنان در صدر

از نظر بازارهای جهانی، بنابر اعلام IFPI درآمد موسیقی در تمامی 58 بازار موسیقی رسمی در دنیا افزایش یافته است، ایالات متحده با 7.2 درصد رشد فروش موسیقی، در مقایسه با رشد 4.8 درصدی در سال گذشته، جایگاه شماره 1 طولانی مدت خود را حفظ کرده است.

ایالات متحده آمریکا	1
ژاپن	2
بریتانیا	3
آلمان	4
چین	5
فرانسه	6
کره جنوبی	7
کانادا	8
برزیل	9
استرالیا	10

ژاپن با رشد فروش 7.6 درصدی در سال 2023 در جایگاه دوم قرار دارد. سومین و چهارمین بازار بزرگ موسیقی در سال 2023، به ترتیب بریتانیا (+8.1٪) و آلمان (+7٪) هستند. در جایگاه پنجم، چین با رشد 25.9 درصدی قرار دارد که سریع‌ترین نرخ رشد را در هر 10 بازار برتر نشان می‌دهد. پس از آن فرانسه (+4.4٪)، کره جنوبی (درصد ارائه نشده)، کانادا (+12.2٪)، برزیل (+13.4٪) و استرالیا (+11.3٪) در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

برای درک بهتر روندهای صنعت موسیقی در جهان، نگاهی به آمارهای بازار موسیقی در مناطق جغرافیایی مختلف می‌اندازیم. درآمد صنعت موسیقی در سال 2023 در مقایسه با سال پیش از آن، در منطقه آمریکای شمالی (ایالات متحده و کانادا) 7.4 درصد افزایش یافته است. منطقه آمریکای شمالی (ایالات متحده و کانادا) 41 درصد از درآمد جهانی صنعت موسیقی را به خود اختصاص می‌دهند.

در سال 2023، بازار موسیقی آمریکای لاتین که در آن پخش استریم 86 درصد از بازار را تشکیل می‌دهد، رشد 19.4 درصدی را تجربه کرد که بسیار بیشتر از میانگین نرخ رشد جهانی است. این رشد نشان‌دهنده چهاردهمین سال متوالی رشد درآمد در این منطقه است.

اروپا همچنان دومین منطقه بزرگ فروش موسیقی در جهان است و در سال 2023 بیش از یک چهارم (28٪) درآمد جهانی را به خود اختصاص داده که 8.9٪ نسبت به سال گذشته رشد داشته است. آسیا در جایگاه سوم این رده‌بندی قرار دارد، قاره‌ای که در آن درآمد صنعت موسیقی در سال 2023 تقریباً 15 درصد افزایش یافته است که ناشی از پیشرفت‌های کلیدی در فروش نسخه‌های فیزیکی و دیجیتال در پی گسترش بازار موسیقی کی‌پاپ در این منطقه است.

قاره آفریقا (بدون احتساب منطقه شمال آفریقا) با رشد 25 درصدی در فروش موسیقی بالاترین نرخ رشد در بازار این صنعت در سال 2023 را به ثبت رساند که این رشد، عمدتاً ناشی از افزایش استفاده از خدمات اشتراک‌های پرداختی و رونق گرفتن بازار موسیقی آفریقای جنوبی بود. بازار موسیقی آفریقای جنوبی در سطح جهانی نسبت به سال 2022 حدود 20٪ رشد کرد که بیش از سه چهارم درآمد قاره آفریقا را از این طریق به خود اختصاص داد.

در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) درآمد بازار موسیقی در سال 2023 نسبت به سال پیش از آن، تقریباً 15 درصد افزایش یافت. بازار موسیقی در این منطقه، در مقایسه با سایر مناطق جغرافیایی از توسعه کمتری برخوردار بوده است. با توجه به ظرفیت‌های زیرساختی قابل توجه این منطقه در صنعت موسیقی، انتظار می‌رود روند رشد پایدار بازار موسیقی در این منطقه در سال‌های آینده ادامه یافته و تثبیت شود.

## هوش مصنوعی: عامل کلیدی تحول در صنعت موسیقی

در مراسم رونمایی از گزارش جهانی IFPI از صنعت موسیقی در لندن، مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ صنعت موسیقی حضور داشتند. انعکاس روندهای فعلی این صنعت، تأثیر بالقوه هوش مصنوعی (AI) بر کسب و کارها و به ویژه خطرات پیرامون هوش مصنوعی مولد، موضوع اصلی گفتگوها در این رویداد بود.

دنيس كوكر، رئيس تجارت ديڭيتال جهاني در شركت سوني موزيك اينترتينمنت، گفت: «واقعيت اين است كه ما در مراحل آغازين رويداد تحول آفرين ديگري براي صنعت موسيقي هستيم.» كوكر افزود: «در حالي كه من مشتاق هستم كه تكامل به كجا منتهي مي شود، ضروري است كه محصولات جديد و مدل هاي تجاري جديد پيرامون اين فناوري ها پيدا كنيم تا اطمينان حاصل شود كه مي توان در آينده خلاقيت انسان سرمايه گذاري كرد و به سازندگان پاداش داد.»

آدام گرانيت، مدير توسعه بازار در گروه موسيقي يونيورسال (UMG) گفت كه در حالي كه هوش مصنوعي در صنعت موسيقي مانند شمشيري دولبه عمل مي كند، هوش مصنوعي مي تواند در خدمت هنرمندان و درجهت تسهيل فرآيند تهيه و نشر آثار به كار گرفته شود؛ اما در عين حال با تحولات اخير، هوش مصنوعي در مواردی با نقض حقوق مالکیت معنوی و فکری هنرمندان، بدون مجوز و بدون جبران عملکرد، از آثار آنها استفاده می کند. گرانيت با اشاره به مشارکت اخير گروه موسيقي يونيورسال (UMG) با شركت رونالد و يوتيوب در زمينه ابتكارات هوش مصنوعي به عنوان پيشرفت هايي كه مي تواند صنعت موسيقي را رهبري كند، گفت: «ما معتقديم كه توسعه و استفاده از فناوري هاي هوش مصنوعي در صنعت موسيقي كاملاً در دسترس و به صرفه است.»