

DOI:10.19344/j.cnki.issn1671-5276.2025.04.039

基于人工智能技术与装备的 AI 音乐产业创新路径研究

张强^a, 臧晴^b

(南京特殊教育师范学院 a. 音乐与舞蹈学院; b. 管理学院, 江苏 南京 210038)

摘 要:随着社会经济的进一步发展,人们的精神文化需求呈现出前所未有的日益增长趋势。音乐作为能够带给人们美好情感的创作与表演艺术,其产业化发展带来的不仅是音乐创作质量与形式的提质升级,更是适应时代发展、拓宽音乐资源、完善音乐生态体系的需要。当前,随着 AI 人工智能行业新质生产力的发展,音乐产业发展方兴未艾。基于商业模式视角,梳理现阶段音乐产业发展基本情况,探析现阶段音乐产业商业模式特点及商业模式对音乐产业运行产生的影响因素,厘清当前音乐产业发展主要趋势,力求为当前音乐产业商业模式创新与探索提供方向性、可行性建议,以推进音乐产业可持续性健康发展。

关键词:音乐产业;精神文化;商业模式;精神经济;创新路径

中图分类号:TP29 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-5276(2025)04-0212-06

Research on Innovative Path of AI Music Industry Based on Artificial Intelligence Technology and Equipment

ZHANG Qiang^a, ZANG Qing^b

(a.School of Music and Dance;b. School of Management, Nanjing Normal University of Special Education, Nanjing 210038, China)

Abstract: With the further development of social economy, people's growing spiritual and cultural needs are showing unprecedented trends. Music, as a creative and performing art endowing people with beautiful emotions, its industrial development not only upgrades the level and form of music creation but also meets the needs of adapting to the times, expanding musical resources and refining musical ecosystem. Today, with the development of the AI industry and new productive forces, the music industry is thriving. This paper reviews the basic situation of current music industry from a business model perspective, explores the characteristics of current music industry business models and the factors influencing over their operation, clarifies the main trends in the current music industry development, in a effort to make directional and feasible suggestions for innovation and exploration in the current music industry business models for promoting sustainable and healthy development of music sector.

Keywords: music industry; spiritual culture; business model; spiritual economy; innovation path

0 引言

音乐是人类最古老且最具感染力的一种艺术表现形式和文化活动,在任何时期都彰显着其独特的艺术魅力。随着数字经济的蓬勃发展,音乐产业凭借其在人们生活中的强渗透力及新时代赋予其发展的新机遇,AI 人工智能新质生产力开启了加速音乐产品和音乐服务创作、展示、实现模式的创新,逐步优化了产业结构关系层,完善了产业价值链,巩固与拓宽了自身生存与发展新格局,在创造了音乐产业经济价值最大化的同时,也成为

了“精神经济”文化产业发展的的重要组成部分之一。

近年来,我国先后出台了不少扶持音乐产业发展的政策,为其稳健高质量发展营造了良好的政策环境。尤其自 2015 年国家部委首次发布的《关于大力推进中国音乐产业发展的若干意见》中提出的推进音乐原创生产活力、“音乐+”科技融合发展、音乐行业标准化建设、音乐产业基地建设、音乐产业人才培养与市场培育以及产业资金支持、版权保护、市场监管、推进音乐产业发展的行业组织、协会建设等若干工作任务和保障措施,这在极大范围内有利于为音乐产业的顺利推进与

基金项目:江苏省 2021 年度教育科学“十四五”规划重点课题项目(T-b/2021/38)

第一作者简介:张强(1978—),男,安徽淮北人,教授,博士,研究方向为当代音乐、特殊音乐教育及戏剧治疗等,352775854@qq.com。

通信作者简介:臧晴(1986—),女,安徽宿州人,副教授,硕士,研究方向为文化产业管理及残疾人公共文化事业管理等,3061818078@qq.com。

对其全面实施保驾护航。2016年又将音乐产业发展纳入“十三五”规划,从国家规划引领与促进音乐产业发展等,均充分说明国家对于音乐产业发展的关注与重视。鉴于此,在当下如何抓住国家扶持利好政策,推动音乐产业步入发展快车道,是一个值得深入思考与探究的课题。

著名管理学家彼得·德鲁克曾指出,当今企业间的竞争,更多的是商业模式的竞争;著名经济学家郎咸平亦曾谈及“商业模式关乎企业生死存亡、兴衰成败,是企业竞争制胜的关键与本质”。这些名言均深刻揭示了创新商业模式的重要性。因此,在此视角下,纵观音乐产业当前发展现状与未来发展趋势,厘清当前音乐产业发展竞争环境、产业定位、产业功能细分、产业价值链构建等,探索高效且具有独特核心竞争力的可持续性商业模式,变革音乐产业创新发展路径,助力音乐产业高质量发展,则为本文之要义。

1 音乐产业发展基本情况

产业是社会发展到一定阶段的产物,也是社会经济发展的关键与根基,贯穿于国民经济各行各业之中。音乐纳入产业发展行列,则意味着其规模经济的实现,经营效率的提高。这是因为音乐作为人类经济文化生活不可或缺的一部分,随着时代和科技的发展进步,人们对于音乐高品质且多样细分的消费诉求越来越高。无论从消费内容驱动,还是消费行为驱动,在多元“内驱”的场景消费中,均为音乐产业发展催生出更多的机遇与挑战,也对音乐产业商业模式持续进化提出了更高的要求。

基于我国音乐产业发展涵盖范围与发展目标,音乐产业可以理解为为满足音乐消费需求,提高音乐市场竞争力和活力,而进行的音乐产品或音乐服务活动开发、创作、生产、传播、推广与经营销售的一种文化经济活动。从音乐产业发展历程来看,我国音乐产业发展大致经历了传统实体唱片时代、SP时代、流媒体时代,乃至现今如今的AI音乐人工智能时代。传统实体唱片时代以简单的音乐制作、音乐出版、歌曲发布“三步曲”形成了音乐产业建构初级模式,为今天的音乐产业发展奠定了非凡基础;SP时代是以音乐彩铃为代表性的订阅付费时代;流媒体时代是数字时代下音乐产业链的重塑期,也将是告别数字互联网免费音乐下载的时代,流媒体服务在提供海量音乐的同时,以兼具音频、视频以及多元娱乐形态的音

乐数字终端,再次唤醒健康的中国音乐付费市场^[1]。综上音乐载体和音乐运营模式的改变,音乐市场格局的变化,正是因为打破了音乐版权“市场壁垒”,才实现了有序发展。因为音乐版权资产是音乐产业运营主体和核心竞争力,不仅关系词、曲、录音、表演者权益,关系邻版权的正当权益、音乐版权方的财产权、获酬权,更关乎音乐产业市场收益与占有率,所以为规范音乐市场秩序,保护音乐知识产权,2009年文化部发布了《关于加强和改进网络音乐内容审查工作通知》,2015年国家版权局又发布了《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》等。这不仅规范了音乐版权管理,也为音乐产业的发展建立了良好的运营生态。同时,为进一步加强音乐服务商版权执法力度和规避恶意竞价扰乱音乐市场,当下以腾讯音乐领先的数字音乐版权持有也由独家转为实现99%的版权集中与共享。

当前音乐产业发展中产业链的形成主要包括音乐内容提供商、音乐服务提供商、终端消费者三部分。其中音乐服务商层面又分为三条子产业链,即唱片产业链、版权产业链、演出产业链,分别通过音乐作品出售、版权授权与演出票务实现盈利与收入。随着音乐数字化水平的提升,线上流媒体平台成为主流,备受唱片公司、版权方、用户的青睐,如音乐平台腾讯QQ音乐、网易云音乐平台成为主要分发渠道,并形成环环相扣的产业链。上游音乐内容制作,中游音乐版权,下游音乐运营传播,成为推进与提升线上音乐产业价值链、供应链稳定性和竞争力的主要力量。同时相较于传统音乐传播方式,音乐消费领域呈现线上化趋势,在丰富用户音乐内容与体验的同时,也在培养用户付费意识,逐步提高了音乐市场产值。《2016中国音乐产业发展报告》显示,2015年我国音乐产业总产值为3 018亿元^[2];2018年数字音乐总产值达609.5亿元,截至2020年,我国移动音乐行业市场规模达4 300亿元,2025年此市场规模将同比增长1.9倍^[3]。可见,随着我国音乐产业生态圈的进一步成熟,AI音乐人工智能和新质生产力在未来发展中将实现更大的市场份额。

2 当前音乐产业的商业模式

所谓商业模式是指通过高效、独特的运营战略模式,创造、传递、获取价值来实现企业利益相关者及客户之间利益最大化的运行机制。随着音乐产业传统形式向数字化形式的升级转型,其基

本形成如下商业模式。

2.1 版权付费模式

版权付费既是对正版权的保护,提高版权意识,又是规范与维护音乐经济市场良性竞争的有效措施。版权方通过合理化的版权收费标准,向相关在线音乐平台提供需求音乐内容与服务。在线音乐平台取得某些音乐版权后,可二次销售给版权第三方,如直播间、设备终端等,最后第三方通过同样的方式出售给受众,受众根据付费金额获得下载权限,进行相应的单曲下载或整张专辑下载。

2.2 内容付费模式

在音乐产业版权环境持续向好的背景下,音乐内容付费占比增长。目前,各大线上音乐平台呈多元化付费模式,为内容付费用户提供歌曲在线试听与下载、在线音乐专辑下载、乐币打赏、APP 客户端音乐定向流量包等服务,各大平台如QQ 音乐、腾讯视频等均推出该项服务^[4]。为增加平台收入,提高用户听歌体验,各大音乐平台开始推出包括音质试听、音质提升、手机铃声下载等付费增值服务,这不仅丰富了用户权益场景,享受更多场景福利,也提升了用户价值,为音乐产业创造了稳定的销售业绩。

2.3 “O2O”线上线下结合模式

“O2O”模式是继“B2B、B2C、C2C”之后兴起的新型消费模式,将线下产品与服务通过互联网平台进行线上宣传、预定、下单等或线上宣传,线下体验与支付,即线上营销带动线下经营与消费的商务模式。该模式如今亦被引进音乐产业市场,以多元形式助力音乐产业发展。O2O 模式在演唱会中的使用比较常见,比如汪峰的“峰暴来临”鸟巢演唱会、华晨宇北京“O2O”演唱会、王菲演唱会 VR 直播等。这不仅颠覆了传统演唱会模式,创造出了全新的“现场演出+付费直播”商业模式,也把粉丝经济玩出了新高度。“O2O”模式的横空出世,既拓宽了用户娱乐新路径,也打开了音乐产业运营新渠道。

2.4 硬件出售模式

硬件出售模式是指在线音乐平台基于自身音乐资源优势 and 庞大的用户群体,通过自创或合作生产、出售影音设备、视听产品、电子数码产品等获得盈利的模式。网易云音乐推出的辅助性硬件产品有车载蓝牙播放器、定时运动鞋、水杯音箱;

腾讯音乐与百度强强联合,优势互补,借助小度智能音箱,为客户提供高质硬核“智慧音乐生活”。综上可见,在线音乐平台积极进军相应硬件市场,推出各种音乐硬件在硬件在销售模式上思维清晰,紧围音乐主场景,打造硬件产业链。

2.5 广告付费模式

广告付费模式也是音乐产业盈利模式之一。在线音乐平台根据自身需求,在不影响用户听歌体验的同时,牵手各大品牌方,在自己的平台插播、植入或推送各式广告,凭借自身影响力、艺人知名度、用户规模、用户点击量、影音收听与观看流量等数据增强品牌方宣传力和曝光率。在线音乐平台则根据广告投放时间、投放时长、投放位置、曝光次数、销售数量等方式向广告商收取相应费用^[5]。2021 年腾讯音乐又首创“音乐人广告计划”,增加音乐人歌曲播放页面推荐广告分成,为原创音乐人增加广告收入,均说明广告付费正成为音乐产业发展核心盈利模式之一。

3 AI 音乐产业创新路径

3.1 智能化创作与生产

智能化创作与生产是 AI 技术在音乐产业中的重要应用领域,涵盖了自动化创作、协作创作以及自适应音乐生成等方面。AI 能够根据创作者设定的主题、风格、节奏等参数,生成创作的初步框架或草图,创作者可以在此基础上进行修改和完善。例如,AI 作曲工具 Amper Music 和 AIVA 可以帮助创作者在短时间内生成旋律和和弦,创作者可以进一步调整,以创作出更符合个人风格的作品。这使得没有专业音乐背景的人也能够创作出高质量的音乐作品,从而降低了创作门槛,推动了全民创作的浪潮。用户通过简单的输入指令,就能获得个性化的音乐作品^[6]。同时,AI 可以在短时间内生成大量的音乐作品,显著缩短创作周期,提升生产效率。这对于那些需要大量内容生产的领域(如广告、游戏、电影等)具有重要意义^[7]。

3.2 音乐个性化推荐

音乐个性化推荐是 AI 技术在音乐流媒体平台中的核心应用之一,旨在通过精准分析用户的兴趣和行为,为每个用户推送定制化的音乐内容。随着流媒体平台的竞争日益激烈,个性化推荐成为提升平台用户黏性、增强用户体验、提高用户满意度以及平台盈利能力的重要手段。协同过滤是

目前音乐个性化推荐中最常用的一种技术。其核心思想是根据用户之间的相似性或物品之间的相似性来进行推荐。根据用户的历史行为(如收听记录、点赞、收藏等)找出相似的用户,推测这些相似用户喜欢的歌曲,从而推荐给当前用户。根据歌曲之间的相似性进行推荐,如用户喜欢某首歌,可以推荐与该歌曲相似的其他歌曲。这种方式基于歌曲的属性,如旋律、节奏、风格等,进行相似度计算^[8]。比如网易云音乐等平台利用AI技术进行个性化推荐,提升用户体验。这些平台会基于用户的历史听歌记录、收藏、播放列表等数据,分析用户的喜好,推送符合其口味的歌曲。

3.3 虚拟歌手与娱乐经济

虚拟歌手是通过人工智能技术创作出来的虚拟角色,这些歌手通常是由计算机合成的,外观、声音甚至性格都具有高度的虚拟性。随着AI技术的不断进步,虚拟歌手不仅在创作上突破了传统音乐产业的局限,更在娱乐经济中创造了新的盈利模式,推动了数字娱乐产业的迅速发展。作为最早的虚拟歌手之一,初音未来自2007年发布以来,成为全球现象级的虚拟歌手。她不仅在日本国内的市场上取得了巨大的商业成功,还通过全球巡演、专辑销售、品牌合作等多元化盈利模式,推动了虚拟歌手产业的发展。虚拟歌手的演唱会是一种典型的数字娱乐形式,结合了虚拟现实、全息投影等技术,为粉丝提供身临其境的音乐体验。虚拟歌手的形象还可以与各类品牌进行合作,推出联合商品或代言活动,创造额外的收入^[9]。虚拟歌手的崛起不仅是音乐产业的创新,更是数字娱乐产业化的重要组成部分。随着虚拟歌手的不断发展,它们正在成为娱乐经济中不可忽视的力量。

3.4 结合虚拟现实技术的音乐治疗

音乐治疗(music therapy)是利用音乐的结构和元素(如节奏、旋律、和声等)来改善个体的情感、认知和生理状态,帮助缓解疾病、促进身心健康。随着虚拟现实(VR)技术的快速发展,VR技术已经成为音乐治疗领域中一种创新的辅助工具,为治疗提供了全新的方式和体验。结合虚拟现实技术的音乐治疗,借助沉浸式的音频和视觉环境,能够为患者提供个性化、互动化和沉浸式的治疗体验,从而更有效地改善患者的情感与生理状态,推动音乐治疗的精准化和多样化。通过虚拟现实的场景,患者可以在虚拟环境中进行步态

训练、手部训练等康复活动。结合背景音乐的节奏感,患者可以更加轻松地跟随音乐的节拍进行运动,从而提高运动的效果和参与度^[10]。某大学提出了基于音乐节奏的身体协调训练结合3D视觉评价方法,为训练者提供客观、量化的训练评价和个性化指导。通过整合3D视觉和VR技术,系统成功构建了高度沉浸的训练场景,使训练者能够在多样化、变化丰富的节奏环境中进行高强度的协调性训练,显著提升了训练者对节奏的感知能力和动作执行的同步性。

4 商业模式对音乐产业运行的影响

4.1 商业模式影响音乐产业的价值定位

音乐产业价值定位决定着能否合理准确地为用户提供相适宜的产品与服务,而这一预期目标的实现,则离不开对用户多元需求的了解与把握,而往往正确的音乐产业价值定位是音乐产业商业模式设计中必不可少的关键环节。网易云音乐和腾讯音乐作为音乐产业生态发展的重要力量,凭借强大营销渠道和用户布局竞争。网易云音乐以“用户第一”和“全员客服”理念,创新构建“音乐社交模式”,用多功能音乐内容产品取代传统工具型产品,丰富用户体验,增强用户黏性,明确产品服务定位,成功占据市场优势^[11]。由此可见,高效的商业模式有利于明确音乐产业价值定位,也有利于使音乐产业形成充满活力的产业生态圈,实现持续性盈利。

4.2 商业模式影响音乐产业的财务业绩

稳健的财务业绩是构筑音乐产业高质量可持续性发展的关键,也是展现音乐产业发展韧性和稳定性的保障。而商业模式是音乐产业盈利的方式,盈利模式给予音乐产业带来的价值,最终体现在音乐产业的各种财务指标上。腾讯音乐2022年三季度总收入稳健超预期,2023年一季度营收等指标同比增长;网易云音乐拓展多元化商业模式,2022年Q3财务指标良好,营收和毛利率连续4个季度提升;2019年我国音乐产业核心层小幅度增长。这表明商业模式对音乐产业市场竞争力、经营业绩和财务绩效有显著促进作用。所以,优秀高效的商业模式能够提高音乐产业的财务管理水平,帮助音乐产业在运营中降低生产与投入成本,规避经营风险,提高产业价值创造力和议价能力,同时也会通过创造科学合理的音乐产业财务管理方式,提高工作效率和工作质量,通过设计

财务部门与其他部门的协同方法,提高协同能力与协同意识,以实现资源与数据共享,提高工作效率,进而促进音乐产业财务业绩的提升。

4.3 商业模式影响音乐产业产业链拓展

当下音乐产业发展面临的竞争,已不再是单纯的音乐产品与音乐服务的竞争,而是产业链的竞争。产业链反映的是音乐产业内外生存环境与管理环境,关乎音乐产业可持续性健康发展。持续完善与提升音乐产业创新生态与创新服务效能,全方位拓展音乐产业新经济市场,有利于为音乐产业发展营造新的良好发展环境,实现更好更快发展。所谓“工欲善其事,必先利其器”,好的商业模式无疑是拓展音乐产业链半径,提升音乐产业市场创收的驱动力。纵观当下音乐产业市场,已有多种创新模式助推音乐产业经济升级,如阿里、酷狗等音乐企业携手连锁快餐企业肯德基、家居品牌威王、中国航天将音乐体验深入多元行业服务场景;酷狗音乐打造“音乐+游戏”,与游戏《英雄联盟》、《无畏契约》实现联动;音乐产业与旅游产业的破圈,有山西文水·稻田音乐节、酷狗CMJ国潮音乐节、西昌首届烧烤音乐节等^[12];以腾讯音乐产业发展为代表的音乐企业,也通过自己的前瞻性音乐产业商业模式,提高了我国音乐产业国际话语权,加速了我国音乐内容与音乐产品走向国际市场的步伐,使我国音乐产业在全球音乐产业链条中有了自己的声音。再诚如,风靡全球的刀郎“罗刹海市”效应,把流行音乐、地方传统文化、人设与共情相结合,不仅开创流行音乐新类型,也解开了商业模式传播新密码,此“效应”所带来的文产效益和商业价值不言而喻。因此,商业模式不仅有利于拉长音乐产业链,拓展音乐产业链资源共享和市场多元化,也有利于音乐产业价值创新,实现规模经济国际化,以提高市场竞争力和盈利能力。

5 音乐产业商业模式创新路径建议

音乐产业发展顺应时代脉搏,发展态势稳中求进,取得了阶段性成绩。在未来的产业发展中,仍需向新一轮高质量发展。因此,从人才培养、产业发展环境、财务管理思维创新等方面优化音乐产业发展新格局,必将是音乐产业在文化商业化经济背景下的最佳发展战略。

5.1 加强音乐产业复合型人才的培养

人才是音乐产业发展的“源头活水”。纵观

音乐产业发展过程,均离不开人才助力。音乐产业未来发展道路上依然需要一批音乐产业领军人才,为其高质量发展注入不竭动力。但从当前音乐产业市场人才培养与人才储备、人才数量与人才质量来看,均存在供给不足、供需不匹配等相关问题,远远满足不了音乐产业发展实际需要,这便在一定程度上阻碍了音乐产业发展步伐,故人才培养亦成为当前音乐产业发展中亟待解决的痛点之一。因此,基于时代环境、音乐产业发展实际和未来发展趋势,在人才培养方面,音乐产业涉及的相关音乐企业或音乐平台,可以通过自主建设内部人才培养机制和人才培养计划,依托企业或平台相关部门,委托相关高校、社会机构等开展长期或短期、定期或不定期的培训学习,以为产业发展培养一批具有音乐文化使命感、具有较强音乐专业文化知识及技能储备且具有较强音乐创造力、生产力、创新力、推广力等方面的复合应用型高层次人才^[13]。同时,产业内部培养人才,也会增加他们对于所在音乐企业或平台的内部归属感与忠诚度,增加他们对于所在音乐企业或平台文化精神、运营模式、市场预期的深层次了解。因此更有利于他们准确把握音乐产业运营方向,为音乐产业高质高效开展工作提供重要保障。

5.2 完善音乐产业的开放性发展

开放性发展是音乐产业繁荣兴盛、赢得经济发展主动权的需要。在音乐产业发展历程中,音乐产业运营由独家版权到版权集中,由行内发展到跨界发展,由国内市场走向国际舞台,均说明音乐产业为适应日新月异的文化市场经济环境,不断的去调整产业发展运行机制与商业模式。但随着我国音乐产业的迭代发展,以及日益增长的生产规模需求与消费需求,音乐产业市场经济体系需要不断完善音乐产业供给与需求对于新技术、新模式、新理念、新产品与服务的需要,所以面对即将迎来的新一轮产业模式优化与发展新机遇、新挑战,音乐产业不拘一格的开放创新发展显得更为重要。首先,音乐产业必须明确核心竞争,设立风险预警,在原有开放发展的基础上与时俱进地调整开放战略,同时加大协同、开放、创新格局,在共享经济的基础上深化多方共赢合作,推动音乐产业优化升级。其次,加快音乐产业多元平衡的开放性经济体系建设进程,促进国内外音乐产业资源优势互补,同时进一步优化音乐产业营销环境,培育音乐产业发展新优势,创造引领国内外

音乐产业发展新模式,力求以高水平开放打造发展新高地。另外,进一步完善音乐产业国内外开放发展相关政策、法律法规,从政策、法律法规方面获得保障,打通壁垒,畅通国内外双循环,同时在健康宽松的法制环境保护下,布局长远战略,以高水平多领域开放,助推音乐产业经济高质量持续性开展。

5.3 创新音乐产业财务管理思维

财务管理是音乐产业发展中组织与处理产业财务内容的经济管理工作,涉及音乐产业运营中的资产投资、资产融通、营运资金、利润分配等相关内容。财务管理的有效与否,直接关系音乐产业能否实现利润最大化、价值最大化和资本增值。尤其随着音乐文化市场竞争的日趋激烈,对音乐产业财务管理工作的质量与效率、音乐产业财务管理形式的优化与改革提出了更高的要求,因此创新音乐产业财务管理思维势在必行。在音乐产业多元融合发展背景下,首先有必要通过创新财务管理风险机制,来加强财务工作人员对财务风险的认知、对财务预算规划的严肃态度以及对于财务风险预警与财务风险评估的重视,促进音乐产业财务安全,以实现音乐产业财务管理终极目标;其次,有必要创新财务管理内容,可以通过创新财务管理原则与管理目标、创新财务管理投资策略与管理评价体系、创新财务管理利润分配与股利分配模型,提高财务管理执行力度,规范财务管理投资行为,同时优化财务关系,保护利润分配对象合法权益,实现从经济效益、社会效益向全方位效益多赢;此外,亦有必要创新财务管理环境,如建立全新财务管理监控体系,探索与变革音乐产业财务共享服务,通过对音乐产业财务应付、应收、报销、核算、总账等方面开展财务集中式规模管理与监控,来降低产业运作成本与监控难度、提高财务管理水平与管理效率。这不仅实现了音乐产业精细化财务管理,也对音乐产业加强内控,防范财务风险起到了积极作用。

6 结语

随着时代的变迁,大数据“元宇宙”和AI人工智能高科技的迅速发展,人们的精神文化需求也日益增长,这不仅拓宽了音乐产业市场,也给当下音乐产业的发展带了新机遇和挑战。为适应时代赋予它的新竞争力,音乐产业仍需站在发展战略高度,通过一次一次的商业模式摸索变革,寻求

自身突破。当前音乐产业发展已步入融合、创新、开放、持续发展轨道,逐步实现从传统音乐产业商业模式向数字音乐产业商业模式的转变,并呈现多元化、立体化的多维市场布局,推动着音乐产业健康有序发展。可见,好的商业模式创造和引领作用直接影响着音乐产业发展。但随着音乐产业市场发展的深入,依然存在着很多发展痛点与瓶颈,阻碍音乐产业新应用领域的开拓。因此,与时俱进,运用新思维、新理念不断打磨与创新符合时代要求和消费市场需求的商业模式,开辟音乐产业发展新路径,有利于促进音乐产业价值提升、指引音乐产业发展方向行稳致远,未来可期。

参考文献:

- [1] 杨光. 音乐产业创新与科技创新融合发展的新路径——全息声技术推动下的音乐创作与产业变革[J]. 产城, 2025(2): 80-83.
- [2] 汪京京. 音乐产业已成为推动国民经济增长重要力量[DB/OL]. (2016-12-19) [2024-06-15]. <https://china.huanqiu.com/article/9CaKrnJZrTg>.
- [3] 方蔓桃. 音乐产业深度分析中国音乐市场规模及投资分析[DB/OL]. (2023-05-17) [2024-06-15]. <https://www.chinainm.com/hyzz/20230517/115843837.shtml>.
- [4] 孙敏娟. 数字音乐产业“内容付费”盈利模式探讨[J]. 市场研究, 2020(7): 63-64.
- [5] 王经绫. 数字音乐产业的发展趋势及商业模式创新[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2023, 40(3): 43-50.
- [6] 胡韵琴. 抓住“人工智能+音乐”创新机遇[N]. 经济日报, 2024-11-05(5).
- [7] 魏金金, 李冬阳. 人工智能力促音乐产业变革[N]. 经济日报, 2024-05-08(11).
- [8] 李家宇, 邓良益, 张慧芳, 等. 基于大数据的个性化音乐推荐系统仿真[J]. 信息与电脑, 2019, 31(19): 67-68.
- [9] 石飞月. AI合成人物商业应用渐热[N]. 北京商报, 2021-12-17(3).
- [10] 赵海峰, 王雪梅. 智媒时代“网络音乐+”的产业发展再布局[J]. 四川戏剧, 2020(11): 135-137.
- [11] 盛小倍. 互联网思维与网易云音乐平台商业模式初探[J]. 中国民族博览, 2019(8): 241-242.
- [12] 张莹. 河北民间音乐产业与旅游产业的融合与发展研究[J]. 黄河之声, 2018(4): 111.
- [13] 龚婉, 吴修林. 浅论音乐产业发展与高校应用型音乐人才培养[J]. 剧影月报, 2025(1): 135-136.

收稿日期: 2025-01-06