

Kompleksowe badanie rynku muzycznego w Polsce¹ – streszczenie

Autorzy:

Instytut Badań Strukturalnych

Jakub Sokołowski

Wojciech Hardy

Piotr Lewandowski

Question Mark

Katarzyna Wyrzykowska

Karolina Messyasz

Karolina Szczepaniak

Izabela Frankiewicz-Olczak

Publikacja przedstawia ocenę ekonomicznego znaczenia rynku muzycznego w Polsce w latach 2016-2018. W tym celu przeanalizowaliśmy dostępne dane finansowe na temat rynku muzycznego oraz dane uzyskane za pomocą zautomatyzowanych narzędzi do pobierania treści on-line, które pozwoliły nam na określenie popularności twórców muzyki w Polsce. Jest to pierwsze, syntetyczne badanie najważniejszych elementów rynku muzycznego, w którym zastosowaliśmy innowacyjne metody analizy w tym m.in. niepublikowane do tej pory zbiorczo dane finansowe oraz statystyki odtwarzania muzyki przez użytkowników największych platform internetowych, radia i telewizji. Badanie może posłużyć jako podstawa w kształtowaniu polityki publicznej nakierowanej na wsparcie sektora kultury w Polsce.

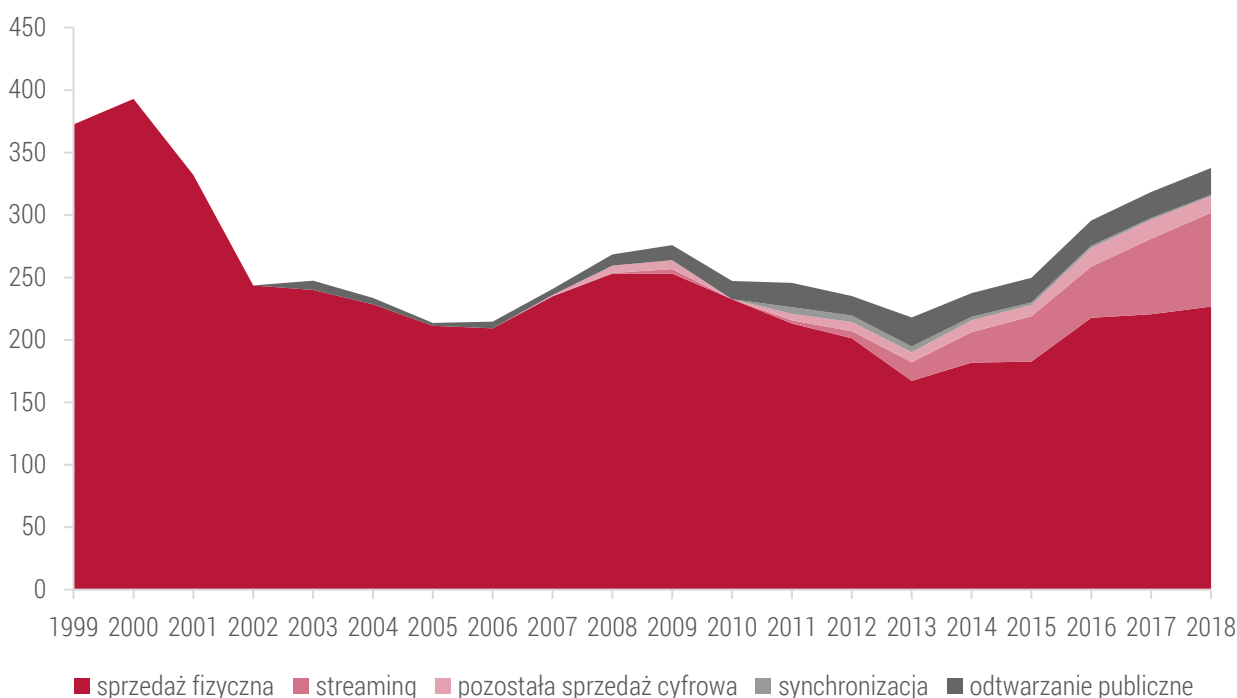
Raport składa się z siedmiu połączonych tematycznie części: (1) Rynek fonograficzny, publishingowy i synchronizacji w Polsce 2016-2018, (2) Artyści, (3) Rynek koncertowy, (4) Eksport, (5) Preferencje muzyczne Polaków, (6) Wsparcie instytucjonalne dla rynku muzycznego w Polsce (7) Oferta edukacyjna w zakresie rozwoju biznesu dla branży muzycznej. W niniejszym streszczeniu prezentujemy najważniejsze wnioski z części 1-5 raportu. Części 6 i 7 znajdują się w pełnej wersji analizy.

¹ Publikacja zrealizowana w ramach przetargu „Wykonanie badania ekonomicznego pn.: «Kompleksowe badanie polskiego rynku muzycznego». Nr postępowania 11/BDG/PN/2019. Zamawiający: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

1. Rynek fonograficzny, publishingowy i synchronizacji w Polsce 2016-2018

W roku 2018 wartość krajowego rynku fonograficznego osiągnęła 360 mln zł. Składają się na nią sprzedaż fizyczna, cyfrowa, synchronizacje i prawa producentów. Wartość ta rośnie od roku 2013, co jest związane przede wszystkim ze zwiększeniem sprzedaży nośników fizycznych i cyfrowych, stanowiących aż 80% wartości rynku. Wysoki odsetek sprzedaży nośników fizycznych wyróżnia Polskę na tle rynku światowego, gdzie sprzedaż albumów muzycznych systematycznie spada i w 2018 r. wyniosła jedynie 25% udziału w rynku.

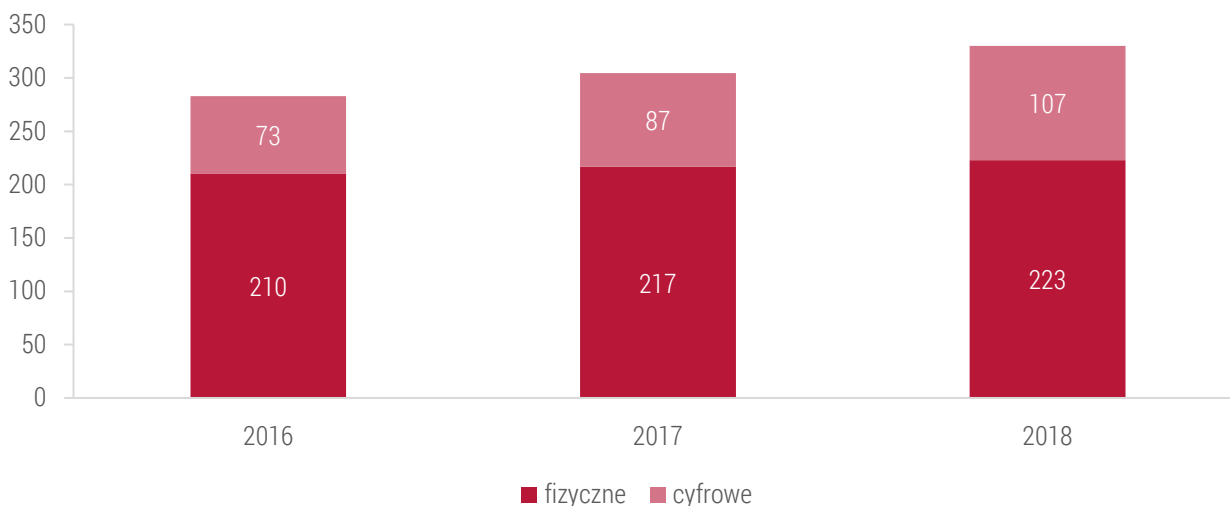
Wykres 1. Wartość wybranych komponentów rynku muzycznego w Polsce w latach 1999-2018 (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ZPAV, IFPI (1999 – 2018).

Wartość sprzedaży muzyki na polskim rynku muzycznym w 2018 r. wyniosła 330 milionów zł. W porównaniu do roku 2016, oznacza to wzrost sprzedaży formatów cyfrowych i fizycznych o odpowiednio 34 mln zł i 13 mln zł. Sprzedaż nośników fizycznych zwiększyła się m.in. przez systematyczny wzrost zainteresowania słuchaczy płytami winylowymi, których sprzedaż od 2016 r. wzrosła dwukrotnie i osiągnęła 31 mln zł w 2018 r. Zdecydowanie wzrosła też rola streamingu, który w 2018 r. odpowiadał już za 93% sprzedaży cyfrowej (wzrost o 13 pkt. proc. względem 2016 r.).

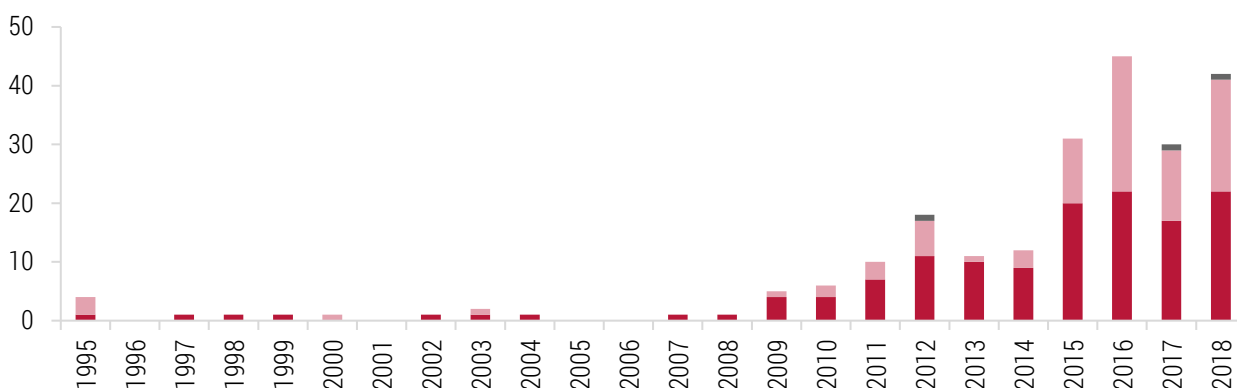
Wykres 2. Wartość sprzedaży nośników na polskim rynku muzyczny w latach 2016-2018 (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ZPAV.

Zwiększona sprzedaż nośników fizycznych na polskim rynku, może być pośrednio związana z wzrostem wyróżnień sprzedażowych przyznanych polskim raperom od 2009 r. Tylko w 2018 r. polskim raperom przyznano jedną diamentową płytę (sprzedaż ≥ 150 tys. egzemplarzy fizycznych) 19 platynowych (sprzedaż ≥ 30 tys.) i 22 złote płyty (15 tys. kopii), co oznacza że w rok polscy raperzy sprzedali przynajmniej milion egzemplarzy płyt fizycznych.

Wykres 3. Wyróżnienia przyznane polskim raperom za liczbę sprzedanych płyt w latach 1995-2018



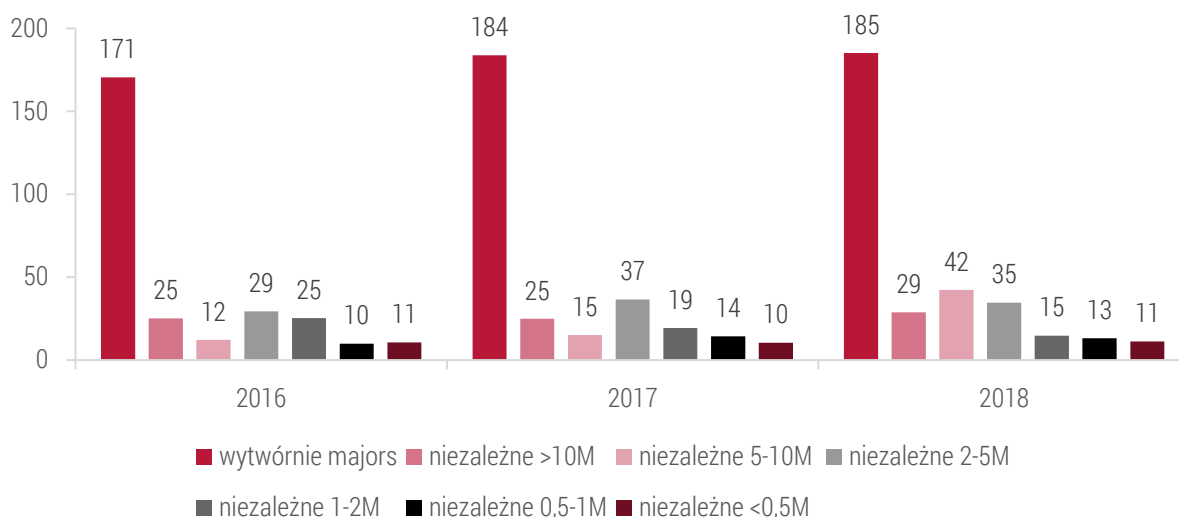
Uwagi: na wykresie zaprezentowane są tylko wyróżnienia przyznane za sprzedaż nośników fizycznych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie ZPAV.

Na polskim rynku wydawniczym działa 150 wytwórni o przychodach powyżej pół miliona złotych rocznie. Trzy największe wytwórnie (*majors*) razem zanotowały w latach 2016-2018 średnie przychody na poziomie około 180 mln złotych rocznie. Jednak to wytwórnie niezależne z przychodami w przedziale 5-10 mln zanotowały w roku 2018

największy wzrost – o 27 pkt. proc.². Green Star (wydający przede wszystkim disco polo) oraz Step Records (hip hop) to dwie wytwórnie niezależne, które w ostatnich latach zanotowały największy wzrost popularności (mierzony wzrostem przyznanych wyróżnień sprzedażowych).

Wykres 4. Przychody wytwórni muzycznych w Polsce w latach 2016–2018 (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ZPAV.

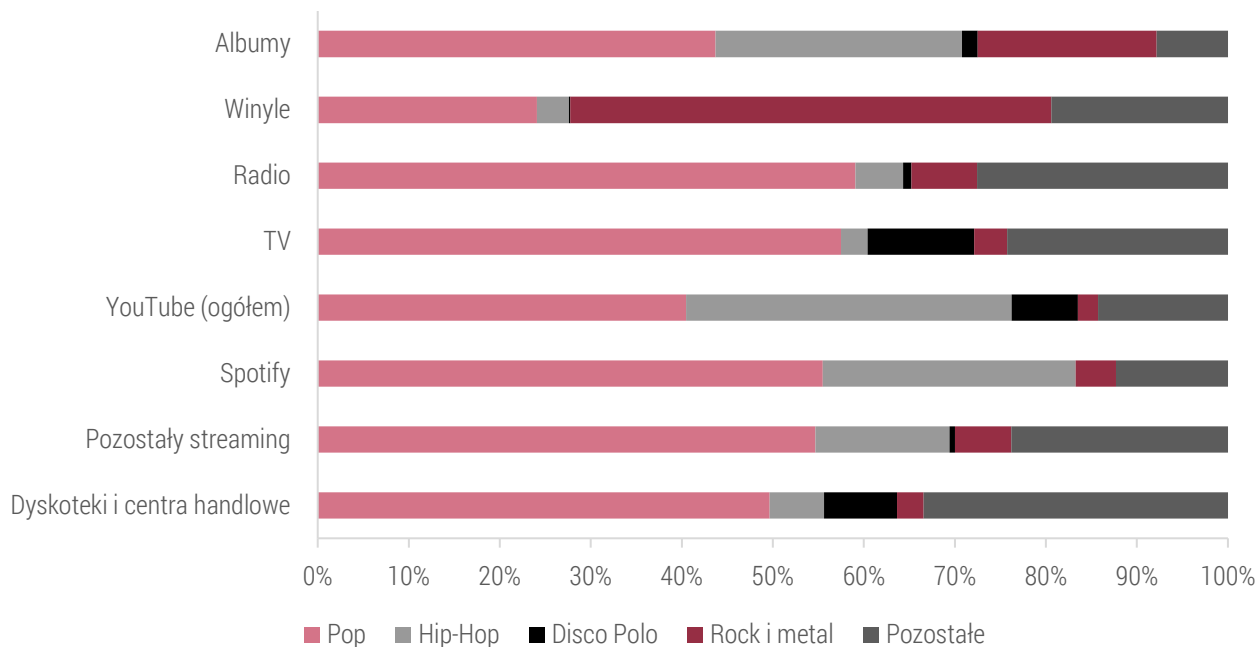
W 2018 r. polscy artyści otrzymali z tytułu praw do wykorzystywania twórczości łącznie ponad 540 mln złotych. Prawie 80% tej kwoty trafiło do twórców zrzeszonych w największej polskiej organizacji zbiorowego zarządzania (OZZ) - Stowarzyszeniu Autorów ZAiKS.

2. Twórcy

Pop jest najczęściej wybieranym gatunkiem muzycznym we wszystkich kanałach dostępu do muzyki, oprócz rynku płyt winylowych, gdzie przeważa rock. Hip hop jest popularny przede wszystkim w internecie – w szczególności w serwisie YouTube i Spotify. Z pośród najpopularniejszych utworów w Polsce na YouTube w 2018 r., 25 zanotowało aż 1,2 mld odsłon. Blisko 80% tych wyświetleń to polski hip hop.

² Wzrost dotyczy zarówno wytwórni w obrębie wspomnianej kategorii przychodów oraz wytwórni, które przekroczyły dolny próg przychodu i dołączyły do grupy.

Wykres 5. Popularność gatunków muzycznych według kanałów dostępu do muzyki w 2018 r.

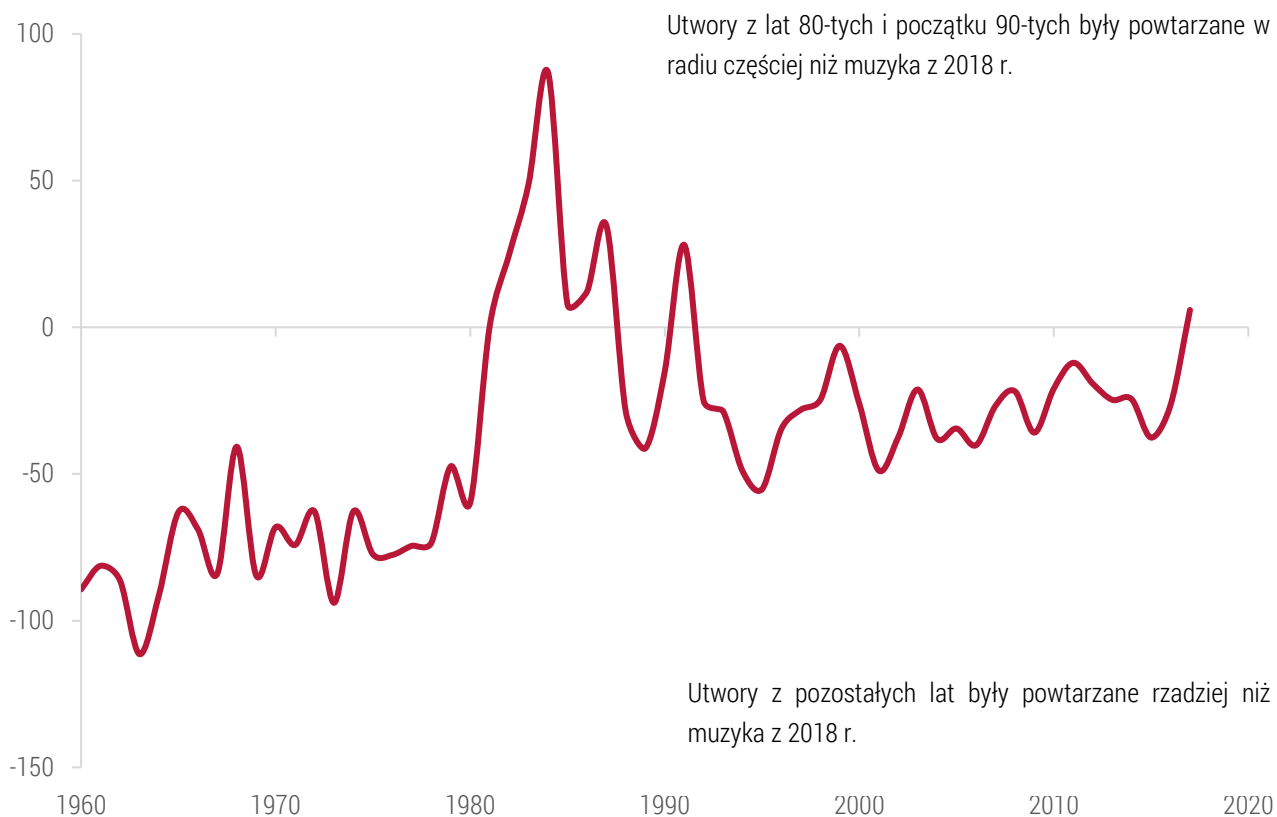


Uwagi: Kategoria „Albumy” dotyczy wykonawców z cotygodniowych zestawień OLiS dla płyt CD. Pozostały streaming to: Tidal, Apple Music (iTunes) i Plus Music. Pozostałe gatunki muzyczne to: muzyka poważna, blues/jazz, reggae, muzyka elektroniczna, poezja śpiewana

Źródło: opracowanie własne na podstawie zebranych danych

Zbadaliśmy jakiego rodzaju utwory są najczęściej emitowane w radiu i telewizji. Uwzględniliśmy stacje ogólnopolskie, lokalne oraz niektóre ze stacji internetowych i kilka telewizyjnych. Na tej podstawie oceniliśmy jakiego rodzaju utwory są w poszczególnych polskich stacjach powtarzane najczęściej. W większości stacji powtarzane są utwory polskich wykonawców, piosenki z gatunku disco polo, najnowsze utwory (z ostatnich dwóch lat) oraz z lat 80. W stacjach ogólnopolskich zdecydowanie przeważają aktualne przeboje (w tym z 2018 r.). Im utwór jest starszy, tym rzadziej się powtarza (utwory z lat 80. są wyjątkiem).

Wykres 6. Częstość powtarzania piosenek z poszczególnych lat (względem utworów z roku 2018).



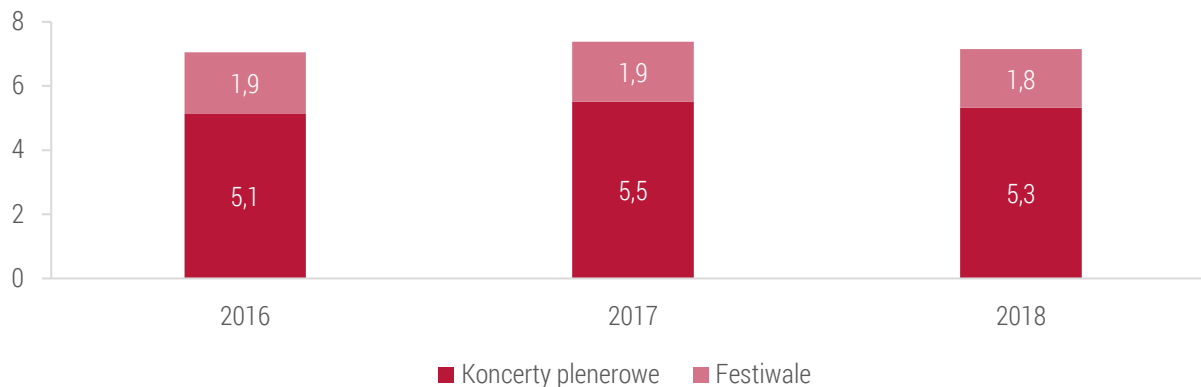
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z serwisu *Odsłuchane.eu*

We wszystkich stacjach, popularność piosenki w radiu jest pozytywnie skorelowana z popularnością w serwisie Spotify. Pomimo odmienności tych kanałów dostępu do muzyki, użytkownicy Spotify i rozgłośnie radiowe wybierają podobnych twórców. Dodatkowo, utwory hip hopowe są dużo rzadziej powtarzane w stacjach ogólnopolskich od piosenek popowych, a utwory disco polo są powtarzane częściej niż pop w stacjach ogólnopolskich.

3. Rynek koncertowy

Z każdym rokiem rośnie odsetek Polaków deklarujących udział w koncercie w ciągu ostatnich 12 miesięcy – od 39% w 2016 wzrósł on do 44% w 2018 r. Liczba koncertów oficjalnie zarejestrowanych w ZAiKS to około 7 tys. wydarzeń rocznie. Określenie rzeczywistej liczby wydarzeń, wpływów z biletów i frekwencji nie jest możliwe na podstawie dostępnych danych. Np. w portalu *Coigdzie.pl*, który nieoficjalnie rejestruje wydarzenia muzyczne koncertów było blisko 95 tys. Tak duże rozbieżności wymagają przeprowadzenia dodatkowej, dedykowanej analizy rynku koncertowego w Polsce, która pozwoliłaby dokładniej opisać jego charakterystykę.

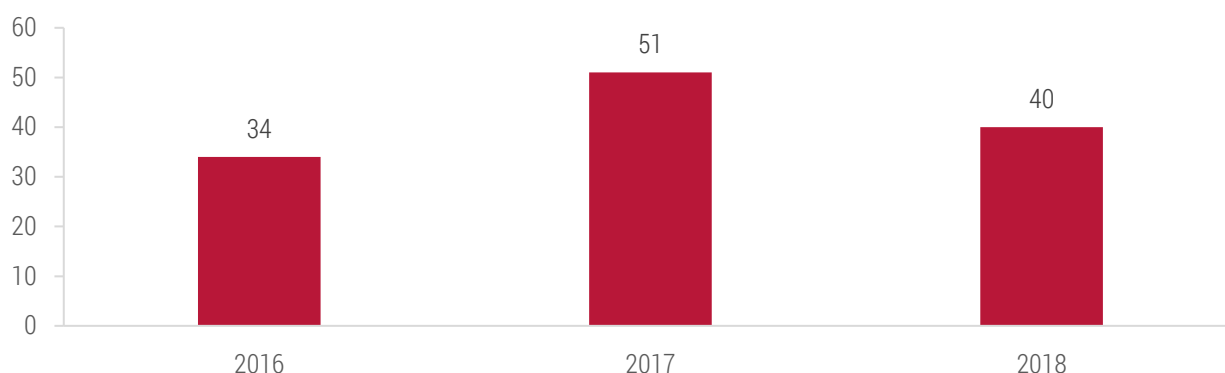
Wykres 7. Liczba koncertów estradowych wg ZAiKS (w tys.) w latach 2016-2018



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez ZAiKS.

Jedynie dane finansowe o ogólnokrajowym zasięgu dotyczące rynku koncertowego, to dane Stowarzyszenia Autorów ZAiKS. Od 2016 r., stowarzyszenie odnotowało łączny wpływ z tytułu udzielonych licencji w wysokości prawie 125 mln zł.

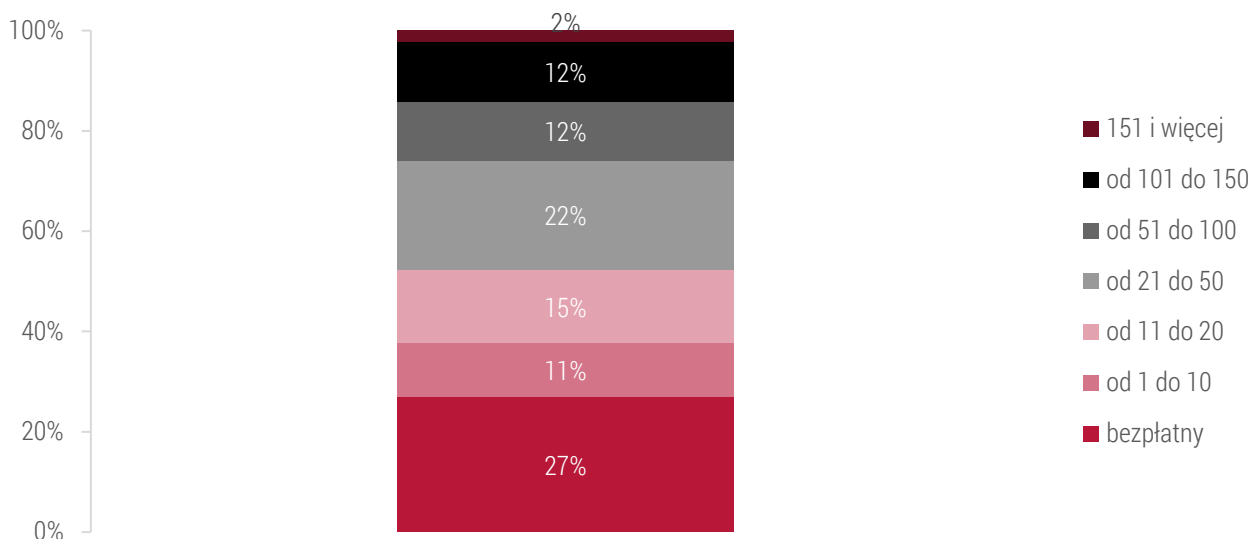
Wykres 8. Wpływy ZAiKS – muzyka estradowa (w mln zł) w latach 2016 - 2018



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez ZAiKS.

Uzyskaliśmy dane na temat cen biletów koncertów zarejestrowanych w bazie Coigdzie.pl®. Blisko jedna trzecia wszystkich koncertów muzycznych to imprezy niebiletowane z darmowym wstępem. Wśród pozostałych przeważają wydarzenia muzyczne, na które wstęp nie kosztuje więcej niż 50 zł. Bilety droższe, powyżej 150 zł, stanowią niewielki odsetek biletów we wszystkich gatunkach muzycznych.

Wykres 9. Struktura cen biletów wstępu w latach 2016-2018

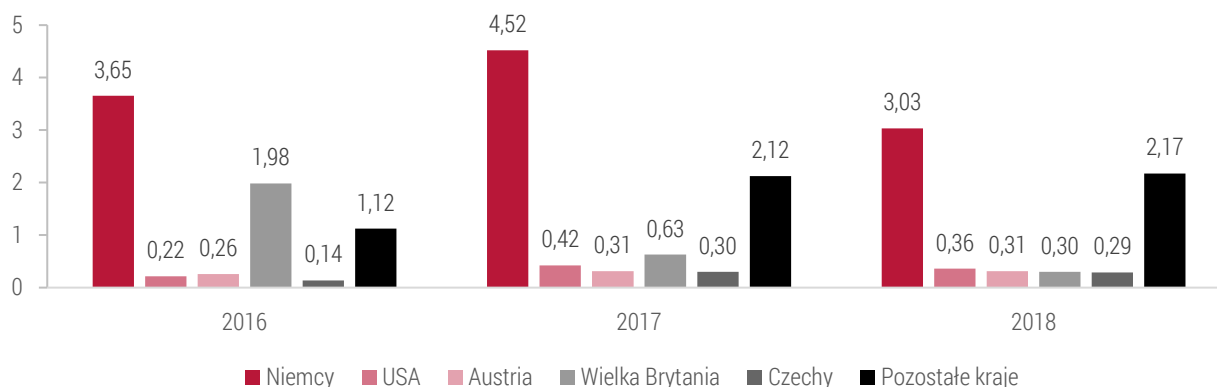


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych na temat rynku koncertowego Coigdzie.pl® - baza wydarzeń i repertuar

4. Eksport

Wszystkie środki, które otrzymali polscy muzycy z tytułu odtwarzania ich utworów za granicą w 2018 r. wyniosły około 6 mln złotych. Dla porównania - kwoty otrzymane przez szwedzkich twórców w 2018 r. (europejskich liderów w zakresie eksportu muzyki) to około 120 mln zł.

Wykres 10. Kwoty otrzymane przez polskie OZZ-y od zagranicznych w latach 2015 – 2018 (w mln zł)³



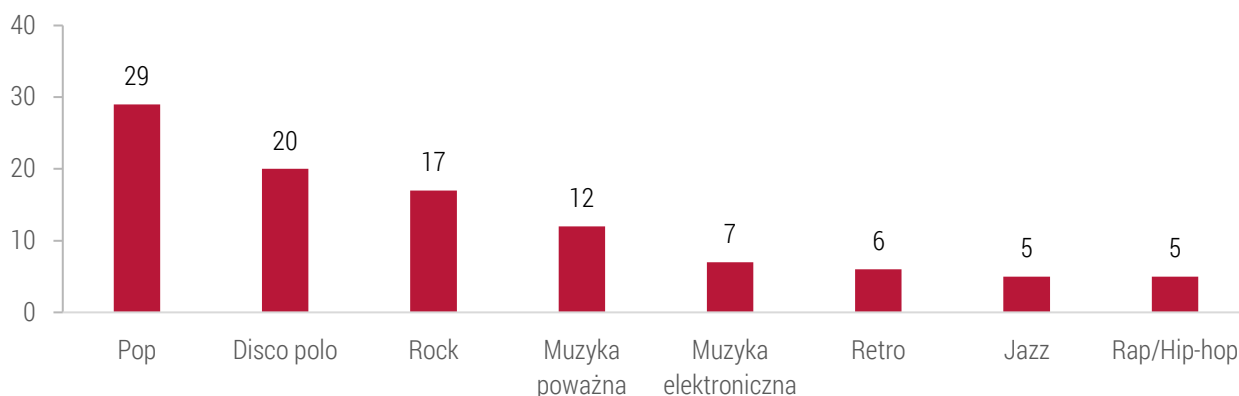
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ZPAV (2018)

³ Na wykresie przedstawiono pięć krajów, od których polskie OZZ-y otrzymały najwyższe kwoty w 2018 r.

5. Preferencje muzyczne Polaków

Najbardziej lubiane gatunki w Polsce to pop (29%) i disco polo (20%). Nieco mniej popularny od disco polo jest rock (17%). Zbliżony rozkład preferencji ujawniły badania zrealizowane w 2008 roku – na pierwszym miejscu znalazł się pop (37%), następnie disco polo (29%) i rock (27%). Muzyka poważna z wynikiem 15% zajęła w rankingu 6 miejsce (wyprzedziły ją muzyka filmowa i muzyka relaksacyjna). Duża liczba sprzedanych płyt hip hopowych i wysoka popularności twórców tego gatunku w serwisach streamingowych nie przekłada się na deklarowane preferencje muzyczne – hip hop jest najmniej preferowanym gatunkiem muzycznym w Polsce. Może to poddawać w wątpliwość jakość tradycyjnych badań preferencji muzycznych. Uczestnicy badań mogą odpowiadać zgodnie z funkcjonującymi normami społecznymi – np. muzyka klasyczna jest bardziej preferowanym gatunkiem od hip hopu bez względu na poziom wykształcenia odpowiadającego. Preferencje względem muzyki klasycznej nie przekładają się na popularność gatunku w żadnym z kanałów dostępu do muzyki.

Wykres 11. Preferencje muzyczne Polaków w 2018 r. (%)



Uwagi: Pop – muzyka pop, rozrywkowa, znane piosenki, popularne przeboje; Rock – rock, hard rock, metal, heavy metal, rock alternatywny, indie rock, punk, punk rock; Muzyka elektroniczna – muzyka klubowa, taneczna, techno, house, dance, muzyka disco, muzyka elektroniczna (ogólnie); Retro – stare piosenki, muzyka z dawnych lat, muzyka młodości, muzyka lata 60. / 70. / 80. / 90.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CBOS 2018a.