

產業融合背景下的中國數字音樂產業發展

李方軍

[提要] 產業在演化與發展過程中常常會面臨產業之間的相互融合，因此，產業融合是影響產業演化與發展的重要因素。很顯然，21世紀中國數字音樂產業就是音樂產業（主要包括音樂錄音產業）與數字信息技術產業（主要包括計算機信息技術產業及通信信息技術產業）相互融合的結果。中國數字音樂產業作為一種新的音樂產業形式影響中國音樂產業的發展方向，同時也代表著中國音樂產業發展的未來，因此，研究中國數字音樂產業問題意義深遠。本文從數字音樂產業的含義與範圍入手，重點探討中國數字音樂產業過去十多年的演化發展過程、目前現狀以及產業融合對其發展所產生的深刻影響。

[關鍵詞] 數字音樂 數字音樂產業 產業融合 網上音樂產業 手機音樂產業

[中圖分類號] J64 **[文獻標識碼]** A **[文章編號]** 0874 - 1824 (2013) 04 - 0147 - 08

產業在演化與發展過程中常常會面臨融合，換句話說，融合常常會直接或者間接地影響產業的演化與發展。因此，從這個意義上說，融合是影響產業演化與發展的重要因素。融合現象的發生存在有先後，例如產業融合早先出現在電信產業，然後又出現在計算機技術產業。現代傳媒產業作為文化創意這一巨型產業的重要組成部分，是產業融合的重要表現形式。同樣，音樂產業作為文化創意產業或者現代傳媒產業的重要組成部分，也是多個產業相互融合的結果。

音樂產業與現代傳媒產業以及文化創意產業的相互影響是無容置疑的，這種影響具體體現為它們之間相互緊密地融合。從歷史發展的角度來說，音樂產業首先與其他文化創意產業（如戲劇、舞蹈、文學/詩歌等）產生了深度的融合，從而形成了音樂劇、歌舞劇等多種文化產業的融合形式。隨後，音樂產業又與其他現代傳媒產業（如電視、電影、電臺、廣告、出版等）深入融合，形成音樂電視、音樂電影、音樂電臺、音樂唱片等音樂傳媒產業形式。不僅如此，上世紀末和本世紀初，音樂產業再次與大信息技術產業（主要包括電信技術產業和計算機技術產業）深入融合，從而形成了21世紀初中國數字音樂產業的發展^①；換句話說，數字音樂產業就是這一融合的具體體現與結果。因此，音樂產業是一個融合產業。

這種主要包含表演、樂器與音響、音樂出版、唱片錄音以及數字音樂的音樂產業，深受產業融合的影響。本文認為，產業融合對中國數字音樂產業的演化與發展有著深遠的影響。這種融

合不僅影響著二十世紀及之前的中國音樂表演產業、音樂唱片產業以及音樂出版產業的演化與發展，而且深刻地影響著過去十二年中國數字音樂產業的演化與發展。

本文重點著眼於過去十二年中國數字音樂產業的演化發展，同時在此基礎上思考中國數字音樂產業演化發展的主要動力——產業融合對音樂產業的影響。因此，本文試圖回答中國數字音樂產業發展研究的兩個基礎性問題：中國數字音樂產業是如何演化與發展的？產業融合如何影響中國數字音樂產業？期待這一研究能夠帶給中國音樂企業家（包括與數字音樂有關的數字信息技術企業）以及國家文化產業政策的制定者與管理者帶給一些啟示和借鑒。

一、數字音樂產業的含義與範圍

在音樂產業或者信息技術產業實踐中，由於“數字音樂”和“數字音樂產業”的含義具有一定的相似性，因此人們常常會將它們互換使用。^②然而，它們的含義和範圍存在著相當大的差異，前者具體涉及一種音樂產品形式/形態，屬於一個小的範圍；而後者卻具體指一種音樂產業形式/形態，屬於一個大的範圍。

在西方，很多學者從計算機音樂、音樂理論以及音樂商業（產業）的角度去討論數字音樂產業的範圍和含義，其中一些值得我們思考。如Cullinan等人將數字音樂定義如下：數字音樂首先需要使用數字設備，並將它轉化成數字信號，或者需要從模擬聲音信號轉化成數字聲音信號，或者通過數字錄音軟件進行錄音，壓縮discs、MP3s都是典型的數字音樂產品形式。^③Stephens則指出，數字音樂需要數字設備，也常常需要數字技術軟件。^④更有價值的是，Stephens對數字音樂和非數字音樂的含義與範圍作了具體界定：

數字音樂：數字技術錄音；手機鈴聲；電子音樂；計算機音樂；數字小樣；軟件使用：MIDI軟件、編曲器、服務器；在計算機上進行混音、過濾和均衡；聲音數字卡；數字音樂出版公司；網上電臺；數字樂器（如數字合成器）；以及遊戲音樂等。

非數字音樂：錄音使用數字文件格式本身（只存入MP3）；電子樂器（如電吉他音樂）；MIDI本身；所有在CD上不需要數字化生產的音樂；唱盤和其他人工產生聲音的DJ設備；FM/AM電臺；模擬樂器（如合成器）^⑤

但Stephens對數字音樂和數字音樂產業區分不太嚴格。例如數字音樂出版公司和網上電臺很顯然不是數字音樂，而是數字音樂產業形式。因此，他對數字音樂的含義和範圍值得商榷。

一些中國學者與商業研究機構也對數字音樂的含義和範圍做出了探討。金紅蓮作為較早討論數字音樂含義的中國學者，將數字音樂定義為能夠以數字形式來儲存和傳播的音樂。^⑥李思屈認為，數字音樂是一種數字化的音樂產品和消費形式，它可以劃分為手機音樂和網上音樂兩大類。前者又稱“無線音樂”，而後者則稱“有線音樂”。不僅如此，李思屈在Iresearch的研究報告的基礎上總結出以下四種主要的數字音樂形式：手機鈴聲、彩鈴下載以及在IVR業務中的音樂收聽以及整曲下載到手機中的音樂。^⑦

當然，一些西方和中國學者以及研究機構對數字音樂商業與產業的含義和範圍也進行了討論。數字音樂商業與產業的含義和範圍也涉及其下屬產業分支——網上數字音樂商業與產業和手機音樂商業與產業。

Rayport和Sviokla認為，數字音樂商業是數字音樂產業的一個重要部分，它可以通過無數次的交易而不斷地獲得收益，數字音樂可以創造出巨大的數字資產價值。^⑧

Stephens從宏觀的視角來討論數字音樂產業的含義和範圍。他認為，數字音樂產業融合了數字技術創新、藝術表現、創意和信息技術管理四種形式。數字音樂產業中的產品主要依賴於計算機技術，能使其用戶參與開發，改變聲音，並創造一個可能創新的巨大控制板。^⑨

易觀國際的研究報告則指出，手機音樂產業是中國數字音樂產業的重要部分並處於重要地位。數字音樂商業主要涉及的产品包括彩鈴、回鈴、無線音樂俱樂部、無線音樂搜索、手機用戶軟件，等等。手機數字音樂的消費者或娛樂者主要通過SMS、MMS、WAP、IVR和WWW獲得手機音樂。^⑩易觀國際對手機音樂產業的含義和範圍被一些學者如李思屈所採用。^⑪

新華信國際信息諮詢公司指出，數字音樂商業主要由網上和手機兩部分構成。它定義數字音樂商業及其模式的含義為：通過PC作為終端，它可以通過銷售數字音樂直接獲得利潤，也可以通過商業廣告間接獲得利潤；而手機音樂通過通訊設備（這裡主要指手機）作為終端，手機音樂商業模式主要通過付費下載直接獲得利潤，但也有時通過其他打包形式間接獲取利潤。^⑫

依據以上研究，網上數字音樂和手機音樂產業的含義可以總結如下：網上音樂商業與產業涉及所有有關的音樂商業與產業的活動，其中包括通過因特網傳播音樂給個人、組織的計算機以及其他的數字儲存設備。手機音樂商業與產業主要涉及到通過手機價值增值服務提供數字音樂給手機用戶，包括鈴聲、鬧鐘、回鈴、通過IVR業務聽音樂以及整首歌下載到手機商業與服務。

二、中國數字音樂產業的發展

由於上世紀末本世紀初計算機信息、電訊、傳播等技術在中國音樂產業中迅速擴散和融合，使音樂產業再一次受到這些產業的深刻影響。^⑬同時，較大比例的中國娛樂大眾具有很強烈的從眾心理，追捧流行的娛樂數字信息技術與產品，^⑭這就使得娛樂數字信息技術的商業企業家們受到市場與商業的驅使，再加上他們對這些技術和產品所抱有的特別熱情、對商業與技術特有的敏感性、對這些技術的快速效仿能力，推動了中國數字音樂產業的飛速發展^⑮。因此，數字音樂產業成為本世紀最重要的音樂產業之一，它從2005年起已成為中國音樂產業價值的核心環節，對本世紀初的整個中國音樂產業產生著巨大的影響。

無論是在西方還是中國，網上數字音樂產業和手機數字音樂產業都成為本世紀數字音樂產業發展的核心部分。在西方，20世紀80年代中期以及90年代早期，網上音樂和手機音樂開始成為一種新的音樂傳播和音樂商業手段。^⑯20世紀末21世紀初，西方數字技術以及數字音樂商業與產業，特別是某些數字音樂商業模式（如P2P），開始對中國數字產業產生了深刻的影響。^⑰具體表現在以下兩個方面：其一，促進了以數字信息技術與音樂內容為基礎的文化技術產業——數字音樂產業在20世紀末期的產生和21世紀初（本文主要指頭12年）的發展；其二，推動了中西方音樂產業以及音樂唱片產業與數字音樂產業的融合。^⑱

1. 網上數字音樂產業的發展

網上數字音樂產業又稱“在線音樂產業”，是中國數字音樂產業較早發展的、重要的數字音樂產業部分。計算機信息傳播技術產業於上個世紀90年代末期開始影響和涉足音樂產業，並與之深入融合。其中具體影響主要表現為計算機信息產業開始涉足並影響數字音樂的發行和傳播，網上數字音樂市場與產業形式的產生與發展就是這一影響的具體結果。同時，計算機信息技術產業對音樂產業的影響和融合從而使得音樂產業不再只是以音樂唱片產業和音樂表演產業為主導的產業形式，而是一個以音樂表演產業、音樂唱片產業和數字音樂產業為主導的“三足鼎立”音樂產

業發展格局^⑧，這一發展格局與情形在2005年表現尤為明顯。

20世紀末21世紀初，一些主要的網上數字音樂公司（如九天音樂、A8音樂集團、騰訊QQ音樂、百度MP3/音樂等）宣告成立並得到發展。它們作為這個時期中國數字音樂產業的主要代表，極大地推動了中國網上數字音樂產業的發展。

20世紀90年代末期是中國網上數字音樂產生的重要時期。其中九天音樂（9sky.com）是20世紀末21世紀初最具影響的公司之一。它成立於1999年，是中國成立最早從事網上數字音樂業務的公司。因此，九天音樂的成立與發展表明中國網上數字音樂產業活動始於上個世紀90年代末期（具體為1999年），具有中國數字音樂產業發展的里程碑意義，這對於中國網上數字音樂產業的發展產生著深刻的影響。

2000年是網上音樂產業的重要發展年。這一年出現了一些較有影響力的網上數字音樂公司，這些公司對整個網上數字音樂產業甚至整個數字音樂產業都起到了極其重要的作用。A8音樂集團（<http://a8.com>）、百度音樂（<http://music.baidu.com>）、網娃音樂（<http://wangwa.com>）是這一年成立的三家最具代表性的網上數字音樂服務商。A8音樂集團至今都是中國最大、最受歡迎的音樂服務提供商之一。^⑨它對網上數字音樂產業和手機音樂產業都產生了很重要的影響與作用（後文會討論它在手機音樂產業中所起的作用）。百度音樂（原名為“百度MP3”）是另一個具有一定影響力的網上數字音樂服務平臺。百度音樂是一個搜索引擎，主要提供用戶搜索歌曲，是全球最大的中文音樂搜索引擎^⑩。雖然百度音樂的免費下載視聽對中國音樂產業特別是數字音樂產業起到了消極的影響和作用^⑪，但是其對網上數字音樂產業發展特別是對音樂的數字傳播起到了積極的作用。

2000年之後，中國網上數字音樂產業又獲得了新的發展。這一發展具體體現為一些新的網上數字音樂公司出現並影響整個網上數字音樂產業的發展。代表性的網上數字音樂公司有：163888音樂（163888.net/www.ifenbei.com/fenbei.me，成立於2003年）、巨鯨音樂Top100（top100.cn，成立於2005年）、數字音樂發行聯盟（taijoy.com，成立於2005年）、無線音樂星空（成立於2005年）、騰訊QQ音樂（<http://y.qq.com/#type=index>；成立於2007年）等等。這裡需要特別提到的是QQ音樂與無限音樂星空。QQ音樂是目前中國最大的網絡音樂平臺之一，也是2010年後中國互聯網領域領先的音樂服務提供商。^⑫北京無限音樂星空是一家專注於音樂版權在互聯網及無線領域推廣營銷的專業數字音樂發行公司^⑬，以此公司為基礎的北京國家音樂產業基地對中國數字音樂產業也產生了深刻的影響^⑭。這些主要網上數字音樂商業公司極大推動了本世紀初中國音樂產業特別是數字音樂產業的發展。^⑮

2. 手機音樂產業的發展

手機音樂產業又稱“無線音樂產業”，是數字音樂產業的重要組成部分，對於中國數字音樂產業的發展產生著積極的、主導性作用。此產業產生於2000年，只比網上數字音樂產業稍晚1年。前文提到了A8音樂集團雖然是2000年創立的中國網上數字音樂產業的領軍企業，並在網上數字音樂產業中起到了至關重要的作用；同時它也對手機音樂產業的產生與發展做出了巨大的貢獻。根據本人對中國音樂產業演化、發展與融合的研究^⑯，A8音樂集團於2000年率先涉足手機音樂產業。因此，A8音樂集團是中國最早開始手機音樂商業服務的企業，同時，2000年也標誌了中國手機音樂產業的開始。

2000年之後，中國手機音樂產業獲得了較大的發展，其中通信信息技術在這一產業發展過程

中起到了至關重要的作用。在這個階段中，一些主要的中國電信公司開始開拓手機音樂業務與市場，這些公司主要包括中國移動通信集團、中國聯通通信集團及中國電信集團等。這裡需要重點討論中國移動通信集團對中國手機音樂產業所產生的影響。中國移動通信集團於2004年開始全面涉足手機音樂產業與市場，並對中國手機音樂產業產生著巨大的推動作用。2004年中國移動無線音樂市場規模為15.8億元，2005年為30多億元，2006年已超過50億元，2007的無線音樂市場規模進一步擴大，占了整個無線增值業務市場近40%的份額^⑧。

中國移動音樂網對手機音樂產業的發展起到了極其重要的作用。中國移動無線音樂基地（www.12530.com）於2006年3月在四川成都建立，該基地承擔著中國移動中央音樂平臺的建設運營，為中國移動全網無線音樂業務提供支撐，同時還負責12530無線音樂門戶網站的運營工作。該基地對中國移動所有無線音樂業務的內容引進、製作、分發、版權管理等工作進行全面計劃、管理、實施和控制。後於2009年將12530無線音樂門戶網站改名為中國移動音樂網（www.10086.cn）。目前中國移動音樂網是中國最大的網上手機音樂商店，其主要提供付費手機鈴聲。^⑨中國移動音樂網極大地推動了中國手機音樂產業的發展，同時這也標誌著中國手機音樂產業自2009年獲得了巨大的發展。

當然，傳統的音樂唱片產業對手機音樂產業發展也起到了積極地推動作用。太和麥田音樂公司與上海新匯文化娛樂集團就是這樣兩家對手機音樂產業產生影響的主要音樂企業。太和麥田音樂公司於2003年開始與中國移動通信集團展開手機音樂商業的合作^⑩，這也是中國手機音樂產業較早的商業活動。同樣，以音樂唱片產業為基礎的上海新匯文化娛樂集團在促進中國手機音樂產業的發展中也起到重要作用。這個集團包括兩家中國領先的唱片產業公司：上海聲像出版社和上海音像公司，它們都在2009年涉足了手機音樂產業。^⑪例如上海新匯集團與中國聯通通信集團^⑫、新浪集團^⑬於2009年簽訂協議合作發展手機和網上音樂產業。^⑭這些產業活動都極大推動了21世紀初中國手機音樂產業的發展。

雖然中國數字音樂產業面對嚴峻的知識產權（特別是音樂版權）問題以及由此引起的產業發展的不穩定性特點^⑮，但仍然獲得了較大的發展，特別是在音樂盜版方面控制較好的手機音樂產業^⑯。根據 Chen和Hu的研究，2005年中國數字音樂產業（主要包括手機音樂和網上音樂）的銷售額達到36億元人民幣，這已經超過音樂唱片（如CD等）的銷售總額。^⑰因此2005年被稱為“數字音樂元年”。^⑱同時，這一發展也標誌著2005年之後數字音樂產業成為了中國音樂產業中的重要產業部分，並且極大地推動著整個中國音樂產業的演化與發展。

三、產業融合對中國數字音樂產業發展的影響

產業融合對本世紀初12年中國數字音樂產業的影響除了積極方面之外，也包括負面方面。其本質是數字音樂發展的動力與方法，也是影響數字音樂產業演化和發展的主要因素。^⑲

為了更好地理解產業融合對數字音樂產業的影響與作用，探討產業融合的含義也是很有必要的。根據茅中飛和寧宣熙對產業融合的研究，產業融合可以定義如下：

產業融合在今天來講其實質就是信息技術及其產業作用於其他產業，使兩種或兩種以上的產業融合在一起，產生出新的產業屬性。產業融合表現為產業邊界的消失。融合成為一種與以往不同的新型產業。它不是兩個或兩個以上產業的簡單累加，而是一種在原有產業有機整合基礎上的重新分工。^⑳

音樂是一種黏性極強的文化產業，因此，音樂產業對整個文化創意產業、現代傳媒產業及信息傳播技術產業產生著深刻的影響。這種影響具體表現為音樂產業與它們之間的相互融合。音樂產業與文化創意產業的融合從而產生了第一大核心音樂產業——音樂表演產業；音樂產業與現代傳媒產業的融合從而又產生了第二大核心音樂產業——音樂唱片產業；音樂產業與信息技術產業的融合從而產生發展了第三大核心音樂產業——數字音樂產業。因此，音樂產業是文化創意產業中最具融合特徵的產業之一。由於音樂產業具有融合這一重要特徵，因此，音樂產業是一個典型的文化傳媒及信息融合產業。

中國數字音樂產業體現了極強的產業融合特徵。20世紀90年代晚期，數字產業融合開始影響了音樂產業的發展。^④到21世紀初10年，信息傳播技術（ICT）產業迅速地與音樂產業融合。數字音樂產業的產生與發展其本質就是這一融合的主要結果。網上音樂產業是計算機信息技術產業與音樂產業（特別是音樂唱片產業）的融合，而手機（無線）數字音樂產業又是通信信息技術產業與音樂產業（特別是音樂唱片產業）的融合。因此，數字音樂產業是一個典型的音樂融合產業，數字音樂產業的融合無論是對文化創意、現代傳媒產業，還是對計算機信息技術產業和通信信息技術產業的發展，都起到了積極地推進作用。

然而，數字音樂產業在中國也存在明顯的負面影響。具體來說，在知識產權和音樂版權法律的健全和實施方面沒有大的改進的情況下，產業融合也會給音樂產業甚至是整個文化創意產業產業帶來負面的影響。由於這種融合，使得數字音樂產業管理在中國出現了問題；例如數字音樂產業在中國到底主要歸音樂產業還是計算機信息技術產業或者通信信息技術產業來管理？數字音樂產業的產業邊界十分模糊，使得產業鏈中的內容提供者或擁有者在發展過程中處於較為劣勢的地位，而計算機信息技術產業和通信信息技術產業則處於強勢位置。如此情形，極不利於音樂產業的發展。因此，產業融合雖然在中國音樂產業特別是數字音樂產業發展中起到了積極的作用和影響，但其引發的消極作用和影響也不容忽視。

從整個音樂產業發展的角度來看，音樂產業還存在著不利的發展因素，這些因素同樣也影響了中國數字音樂產業的發展。由於音樂產業極強的融合性導致音樂產業所處的劣勢地位，也造成了以下的產業發展問題：在目前的中國文化創意產業、現代傳媒產業以及信息傳播技術產業的分類中找不到專門的音樂產業分項；沒有制定專門的文化政策來保護和促進音樂產業的發展。更嚴峻的問題是，有時候還會以“犧牲”音樂產業的利益和未來的發展來支持某些與音樂產業十分關聯的巨型產業（如傳媒產業、計算機信息技術產業、通信信息技術產業甚至旅遊產業等）的發展。雖然這樣可以獲得短線的經濟發展，但對於音樂產業甚至整個文化產業經濟都帶來極大的傷害，也極不利於音樂產業當前以及未來長期穩定的發展，這也是目前中國音樂產業發展受到嚴重制約的主要原因之一。

結語

產業融合是中國數字音樂產業發展的主要動力和方法，也是數字音樂產業演化和發展的主要影響因素。網上數字音樂產業和手機（無線）音樂產業的發展，顯然是音樂產業與計算機信息技術產業和手機通信信息技術產業相互融合的結果。因此，中國數字音樂產業是一種文化與信息技術相互融合的產業形式，其本質是一種融合產業，融合是數字音樂產業的重要屬性。

然而，音樂產業與這些巨型產業（文化創意產業、現代傳媒產業、計算機信息技術產業和手

機通信信息技術產業)的融合,又決定了音樂產業在融合產業系統中處於弱勢地位。因此,如果不解決好音樂產業發展的核心問題,使音樂版權受到法律的真正保護,中國數字音樂商業與產業的長期穩定發展將會非常困難,中國音樂產業走出國門也將成為一句空話。

- ①本文中所述及的中國數字音樂產業僅限於中國大陸地區,未涉及香港、澳門和台灣地區。
- ②⑪⑰⑳李思屈:《數字娛樂產業》,成都:四川大學出版社,2006年。
- ③Cullinan, C., & Oppenheimer, S., Creating an On-Campus Studio, *Music Education Technology*, 2006 (2); Pan, D., Digital Audio Compression, *Digital Technical Journal*, 1993, 5 (2); Pohlman, K., *Principles of Digital Audio*, New York US: McGraw-Hill Inc, 1996.
- ④⑤⑨Stephens, A. R. M., *Atlanta's Music Industry: Implications for Workforce and Economic Development*, Master Thesis, 2007, Georgia Institute of Technology, Georgia, US.
- ⑥金紅蓮:《新媒體引起的音樂版權問題》,成都:《中國西部科技》,2006年第1期。
- ⑦艾瑞(I-research)市場諮詢:《2005年中國數字音樂研究報告》,http://report.iresearch.cn/841.html;李思屈:《數字娛樂產業》,第374頁。
- ⑧Rayport, J. F. and Sviokla, J. J., Exploiting the Virtual Value Chain, *Harvard Business Review*, November 1, 1995, p. 82.
- ⑩易觀國際:《2010年第2季度中國無線音樂市場季度監測》,和訊科技網,http://tech.hexun.com/2010-08-16/124607804.html.
- ⑫新華信國際信息諮詢公司:《2008年數字音樂產業調研報告》,http://tech.163.com/08/1231/01/4UF2KRO0000915BF.html
- ⑬⑳⑳Li, F. and Morrow, G.: Strategic Leadership in China's Music Industry: A Case Study of the Shanghai Audio Visual Press, in Jo Caust (ed.): *Arts Leadership: International Case Studies*, Melbourne, Australia: Tilde University Press, August 2012, pp. 83-95.
- ⑭薛婷婷:《從眾心理對科技創新的影響研究》,武漢:《現代商貿工業》,2008年第5期。
- ⑮Li, F.: *China's Music Industry: Evolution, Development and Convergence*, PhD thesis at Macquarie University, 2012.
- ⑯Hayward, P. and Orrock, G.: "Window of Opportunity CD-ROMs, the International Music Industry and Early Australian Initiatives", *Convergence*, 1995, 1 (1), pp. 61-79; Bozina, M.; Dumancic, K. and Knezevic, B., *The Impact of Internet on IPR – A Case Study of Music Industry in Croatia*, http://www.dime-eu.org/files/active/0/IPR-%20WORKING-PAPER-16_Bozina-et-al.pdf.
- ⑰孫麗萍:《中國跨過“網絡音樂元年”國際唱片巨頭將雲集音博會》,http://news.xinhuanet.com/newmedia/2006-05/17/content_4555754.htm;陳傑:《數字音樂產業年收入300億 內容提供商提成1%》,北京:《北京商報》,2010年11月22日。
- ⑱李方軍:《改革開放以來中國音樂產業研究活動及其相關問題的研究》,武漢:《黃鐘》,2010年第3期。
- ⑲Li, F. and Morrow, G.: "Strategic Leadership in China's Music Industry: A Case Study of the Shanghai Audio Visual Press", in Jo Caust (ed.): *Arts Leadership: International Case Studies*, pp.83-95; Montgomery, L.: *China's Creative Industries: Copyright, Social Network Market and the Business of Culture in a Digital Age*, Glos, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2010.
- ⑳㉑劉琨:《深圳數字音樂產業現狀及發展路徑分析》,http://ici.szu.edu.cn/mnews_view.asp?id=128&cid=19.
- ㉒ODP: 百度MP3, http://odp.nit.net.cn/xxjs/index.php/%E7%99%BE%E5%BA%A6MP3.
- ㉓劉傑:《三巨頭與百度MP3著作權案和解 網民可免費下載》,http://news.xinhuanet.com/newmedia/2011-07/29/c_121739238.htm.
- ㉔《無限音樂星空:無限音樂開放平臺》,http://www.wmusic.com.cn/cooperation/index?menu=6.
- ㉕㉖Li, F.: *China's Music Industry: Evolution, Development and Convergence*, PhD thesis at Macquarie University, 2012.
- ㉗通信產業網:《中國移動八大基地的“屯壘”試驗》,http://news.xinhuanet.com/internet/2010-01/21/content_12848761.htm.

②⑨③⑧孫麗萍：《中國跨過“網絡音樂元年” 國際唱片巨頭將雲集音博會》，http://news.xinhuanet.com/newmedia/2006-05/17/content_4555754.htm.

③⑩王興渠、宋柯：《希望互聯網能理解音樂商業的法則》，<http://tech.163.com/12/0217/18/7QG26AOA000915BF.html>.

③②中國聯通通信公司是中國第二大通信公司。

③③新浪是中國最大門戶網站之一。

③④孫進：《中移動無線音樂大一統：省公司不允許新增內容》，<http://tech.sina.com.cn/t/2009-07-07/01503240082.shtml>.

③⑤李思屈：《數字娛樂產業》；Montgomery, L.: *China's Creative Industries: Copyright, Social Network Market and the Business of Culture in a Digital Age*；孫進：《中移動無線音樂大一統：省公司不允許新增內容》。

③⑥Montgomery, L.: *China's Creative Industries: Copyright, Social Network Market and the Business of Culture in a Digital Age*; Li, F. and Morrow, G.: "Strategic

Leadership in China's Music Industry: A Case Study of the Shanghai Audio Visual Press", in Jo Caust (ed.): *Arts Leadership: International Case Studies*, pp.83-95.

③⑦陳傑：《數字音樂產業年收入300億 內容提供商提成1%》；胡婧：《數字音樂市場迅速擴張 今年市場規模可達41億》，<http://media.people.com.cn/GB/40641/4461140.html>.

③⑩茅中飛、寧宣熙：《我國音樂產業中的產業融合研究》，南京：《改革與開放》，2007年第1期。

③④朱啟會、辛廣偉、許正明：《中外音像出版產業及相關政策》，北京：中國書籍出版社，2009年。

作者簡介：李方軍，澳大利亞麥考瑞大學（Macquarie Univeristy）博士，兼職講師，澳中音樂產業研究中心協調人。

[責任編輯 陳志雄]