

西非数字音乐市场研究报告

撰稿：数字文化专家哈吉·曼苏尔·雅克·萨尼亚先生

内容提要

自从移动互联网、数字媒体、社交网络和地面数字电视（DTT）¹出现以来，非洲法语区的音乐活动引起了该部门参与者的极大热情和投入。因此，在非洲大陆，可以注意到在网络中传播内容的热潮，但却缺乏对数字语言和数字经济模式要素的真正了解。

然而，应该指出的是，音乐厂牌的爆炸式增长是艺人们自主创业和理论市场的延续，其特点是缺乏受控的价值链或适当地消费环境的经济模式。因此，在整个非洲大陆，自从模拟媒体销售出现危机和以实物媒体的音乐消费为中心的社会经济模式放缓以来，盗版和假冒的强烈反弹预示着新的繁荣期的到来，这是由接入互联网所驱动的。

然而，自 2010 年年中以来，为音乐制作经济中的所有参与者及其围绕数字技术的相互衔接寻找一种盈利模式的工作已经有些动力不足。事实上，非洲大陆的文化经济学家普遍对流媒体平台上的视听产品（在线视频点播服务）、地面数字电视等部门的新问题更感兴趣，为音乐留出的空间是研究其他解决方案，而不是将重点放在激烈的本地数字转型背景下收听音乐实践做法的转型。

因此，在非洲大陆的数字化进程中，非洲音乐正在逐渐成为当地创意经济的基本要素。就目前而言，应该指出的是，之所以对内容的传播缺乏兴趣，除了对数字化缺乏信心之外，无疑是由于电信运营商强加的受限制的价值链为音乐表演者产生的收入很低。后者是不可避免的，因为要使用电信运营商的网络和移动支付手段；事实上，鉴于银行利率较低，下载和/或流媒体的音乐服务是通过后付费电话信用额度或移动支付购买的。在这个涉及运营商的价值链上，除版权使用费之外的成本高达 63% 以上，余下的归平台和制作者所有。还应指出的是，至少在 4G 移动互联网、社交网络和低成本智能手机出现之前，西非的互联网覆盖面和访问量都相对有限。此外，移动通信运营商以音乐为杠杆，以吸引更多用户使用其移动数据产品。

我们还可以认为，造成音乐向信通技术发展进程这种延迟的另一个因素是部门反应缓慢，这是非洲创意经济的整体特征，特别是在所有与社会变革或新群体出现的有关方面以及每个国家特有的文化社会交往能力新形式方面。

因此，本研究报告的目的是根据各国的问题、机会和前景，分析选定的撒哈拉以南非洲国家的数字音乐市场。

¹ DTT（地面数字电视）

事实上，在非洲国家中，通过下载、流媒体和/或回铃音²（RBT）实现的音乐货币化是各国创意经济的一个重要增长因素。这也是重组和规范行为者的角色以及价值链的绝佳机会，从而可以进一步加强本地创作的音乐内容，让所有人都能从中获利。

[文件完]

² RBT（回铃音）：电信网络中的待机音乐