

Hudební průmysl 1-12 2007 Česká republika

Obecně lze říci, že v tomto roce pokračoval pokles prodejů fyzických hudebních nosičů v České republice. Celkový obrat z prodejů hudby se sice v porovnání s loňským pololetím snížil o 12,7% (pokles v kusech prodaných nosičů je 9,8% oproti loňskému roku), ale rychle se rozvíjející digitální trh narostl v obratu o 40,9 % a kompenzuje tak částečně ztrátu z prodejů fyzických nosičů. Za rok 2006 utržily firmy sdružené v ČNS IFPI 503 milionů korun, zatímco za rok 2007 jen 439 milionů korun. Příjmy z digitálních prodejů však v předminulém roce dosáhly pouze 17 milionů korun zatímco v roce 2007 téměř 24 milionů korun. Celkový trh se započtenými příjmy z digitálních prodejů tak letos činí 463 milionů korun.

Nejsilnější pozici na trhu má Universal Music s 29,0%, s odstupem za ním následuje Sony BMG, jehož podíl na trhu je 20,5%. Třetí místo patří české pobočce EMI s podílem 19,8 %. Na dalších místech jsou z těch větších vydavatelství firmy Supraphon (13,2 %), Warner Music (9,3 %) Popron Music (4,3%), Multisonic(1,6%) a Panther (1,4 %).

Výrazný propad obratu o 21,8% zaznamenal domácí pop tento sestup však není setrvalým fenoménem, jeho příčinou je titulově nebývale silný rok 2006, ve kterém se kumulovalo vydání několika komerčně velmi úspěšných alb jakými byly např. album skupiny Kabát nebo nové CD autorské dvojice Hapka, Horáček. Prodeje za rok 2007 se tak navrátili směrem k hodnotám roku 2005, přesto je však stále pop domácí nejsilnějším segmentem hudebního trhu. Oproti tomu u popu zahraničního lze říci, že se propad prodejů v podstatě zastavil, neboť pokles obratu ve srovnání s rokem 2006 je pouze 0,1% a v kusech zaznamenala tato kategorie dokonce mírný nárůst – o 2,8%. Jednoznačným trendem je i setrvalý pokles cen v této kategorii.

Za příznivý považujeme zejména trend ve vývoji digitálního trhu, kde podstatnou roli sehrálo především masivnější rozšíření nových mobilních telefonů umožňujících přehrávání reálných melodií. V tomto roce zaznamenáváme také pozvolný nárůst prodeje hudby přes internet, kdy doposud tvořily naprostou většinu příjmů z digitálního trhu prodeje vyzváněcích tónů do mobilních telefonů. Spolu s rozvojem prvních lokálních internetových obchodů s hudbou, jenž byly spuštěny v nedávné době, jsme v roce 2007 zaznamenali i nárůst tohoto segmentu digitálního trhu, který by do budoucna měl tvořit páteř hudebního průmyslu.

Na výsledcích digitálního trhu 2007 se jednotlivé firmy podílely následovně: Universal Music 42,8%, Sony BMG 27,6%, Warner Music 13,5%, EMI 13,2% a Supraphon 2,5%. *)

*Kde není stanoveno jinak, percentuelní výpočty jsou prováděny dle obratu bez premiums.