

Hudební průmysl 1-12 2009 Česká republika

Celkový obrat prodeje se v porovnání s rokem 2008 snížil o 12%, což plně koresponduje s odhadem propadu celosvětového trhu s hudbou. Za období roku 2009 utržily firmy sdružené v ČNS IFPI z prodeje fyzických hudebních nosičů 302,2 milionu korun.

Nejsilnější pozici na trhu má vydavatelství Universal Music s 30,2 %, za ním následuje společnost EMI, jejíž podíl na trhu je 19,1 %. Na třetí příčce se těsně umístila česká pobočka Sony Music s podílem 19,0 %. Na dalších místech jsou firmy Supraphon (15,3%), Warner Music (8,5 %) a Popron Music (4,2%). *)

Pokles v letošním roce vykázal i segment digitálního trhu, který svůj obrat snížil o 28,4%. Příjmy z digitálních prodeje v roce 2008 dosáhly více než 29 milionů, zatímco v roce 2009 činily příjmy z digitálních prodeje pouze 21 milionů korun. Podíl digitálních prodeje tedy dosáhl 7,1% objemu prodeje fyzických nosičů oproti 8,5% v roce 2008. Za meziročním poklesem českého trhu s digitální hudbou stojí především výpadek podílů z příjmu ze serveru YouTube a dramatický propad prodeje reálných vyzvánění pro mobilní telefony. Nejlépe si v této části trhu vedla firma Universal Music.

ČNS IFPI zveřejňuje výsledky hudebního trhu tradičně bez započtení tzv. premiových prodeje, které obsahují fyzické nosiče prodávané mimo standardní obchodní síť. V roce 2008, kdy prodej hudebních příbalů kulminoval, dosáhly prémiové prodeje objemu 183 milionu korun. Pozvolný pokles tohoto fenoménu v roce 2009 přinesl prémiové prodeje v objemu 167 milionu korun.

V celkovém součtu standardních fyzických prodeje, digitálních prodeje a premiových prodeje pak celý hudební trh dosáhl v roce 2009 objemu více než 490 milionů korun oproti loňským 555 milionům korun, přičemž největší podíl v součtu výše uvedených prodeje (digitální, standardní fyzické a prémiové prodeje) dosáhla firma Sony Music.

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