

МЕНЕЕ ТРЕТИ РОССИЯН ТРАТЯТ ДЕНЬГИ НА МУЗЫКУ

Практически каждый житель нашей страны (98%) с той или иной частотой слушает музыку. 61% делают это ежедневно, 23% – 2-3 раза в неделю, 15% – несколько раз в месяц или реже. Большинство россиян при этом потребляют музыкальный контент бесплатно (67%). Регулярные или периодические траты на музыку совершает 31% населения. 22% имеют подписки на стриминговые сервисы, 20% покупают билеты на концерты, 9% покупают музыку на физических носителях, 5% покупают мерч, а 4% делают донаты музыкантам.

МОСКВА, 24 ноября 2023 года. В рамках форума «Российская креативная неделя – Сибирь», который в третий раз проходит в Красноярске, Аналитический центр НАФИ и АНО «Креативная экономика» представляют результаты исследования об экономике музыкального потребления в России. Исследование показало, какая доля россиян совершает регулярные или периодические траты на музыку, по каким статьям и каков средний чек на такие траты¹.

Отношение к музыке

Почти две трети россиян (61%) ежедневно или почти ежедневно слушают музыку.

Больше всего меломанов среди горожан (63% против 54% жителей сельской местности), мужчин (64% против 58% среди женщин), людей с высшим образованием (67%) и офисных сотрудников – специалистов и менеджеров среднего звена (77%).

Профессиональная или любительская вовлеченность в занятие музыкой на любовь к прослушиванию практически не влияет (57% среди музыкантов-любителей и 61% среди профессионалов). Однако среди находящихся в музыкальной творческой среде в 2 раза больше тех, кто считает музыку главным видом искусства (42% против 20% среди всех россиян).

Таблица 1. «Какое место в Вашей жизни занимает музыка по сравнению с другими видами искусств?», в % от всех опрошенных

	%
Главное место. Музыка важнее, чем другие виды искусств	20

¹ Всероссийский опрос проведен Аналитическим центром НАФИ в октябре 2023 г. Опрошены 1600 человек в возрасте от 18 лет и старше из всех регионов Российской Федерации. Выборка построена на данных официальной статистики Росстат и репрезентирует население РФ по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта. Статистическая погрешность данных не превышает 2,45%.

Равнозначное. Музыка так же важна, как и другие виды искусств	60
Второстепенное. Музыка менее важна, как другие виды искусств	11
Затрудняюсь ответить	7
Не слушаю музыку	2

Подавляющее большинство россиян в повседневной жизни слушают музыку на смартфоне (74%), также распространено прослушивание музыки на телевизоре (музыкальные телеканалы, радио, Youtube – 41%). Чуть менее пятой части населения используют для этого ноутбук (18%) или аудиосистему, музыкальный центр (17%).

В репертуаре большинства россиян преобладают российские исполнители (62%), а каждый четвертый отдает предпочтение зарубежным (23%). Поклонников отечественной музыки больше среди женщин (68% против 58% мужчин), а зарубежной – среди мужчин (30% против 17% женщин) и молодежи до 24 лет (34%).

Несмотря на то, что музыку слушают практически все россияне, большинство делает это бесплатно. Соотношение тех, кто слушает музыку довольно часто, и кто тем или иным образом платит за потребление музыкального контента, составляет 2 к 1 (61% активных слушателей и 31% тех, кто совершает траты).

Рейтинг трат на музыку

Самым распространенным видом расходов россиян на музыку является ежемесячная подписка на стриминговые сервисы. Такие подписки на сегодняшний день имеют 22% россиян. Зачастую один человек имеет несколько подписок одновременно, в том числе «комбо»-подписки, в которые помимо музыки входит доступ к телеканалам, фильмам и другому развлекательному контенту. **Средний платеж за подписку, включающую доступ к музыкальному стримингу, составляет 363 рубля в месяц.** Портрет самого активного пользователя подобных цифровых платформ – молодой мужчина от 18 до 34 лет, проживающий в Центральном федеральном округе и имеющий высокий уровень дохода.

20% россиян покупают билеты на музыкальные концерты. Половина (54%) поклонников живой музыки покупают билеты на подобные мероприятия 1-2 раза в полугодие. Каждый десятый (11%) ежемесячно, а каждый четвертый (28%) 1 раз в году или даже реже. Среди завсегдатаев музыкальных концертов больше

одиноких россиян, кто пока еще не женат/не замужем. **Средний чек на билеты составляет 2 920 рублей.**

9% россиян предпочитают покупать музыку на физических носителях (CD-диски, виниловые пластинки, аудиокассеты и проч.). 61% покупателей подобной продукции приобретают ее от 1 до 6 раз в полугодие. **Средняя стоимость таких товаров – 1 060 рублей.**

5% жителей России покупают мерч (вещи с символикой, связанной с музыкальными группами и артистами). Чаще всего такие покупки совершаются 1 раз в несколько месяцев (35% покупателей). **Средний чек – 2 520 рублей.**

4% россиян донатят музыкантам. Каждый третий из них (34%) делает это не реже 1 раза месяц. **Средний размер доната составляет 600 рублей.**

Ирина Гильдебрандт, директор стратегических проектов Аналитического центра НАФИ:

«Исследование показало, что самые распространенные траты и самые основные для потребителя – стриминги, которые позволяют легально слушать музыку каждый день, – имеют самый низкий средний чек в сравнении с иными затратами на музыку, что повышает доступность и популярность подобных цифровых ресурсов. И мы наблюдаем, что современная российская музыкальная индустрия стремительно переходит на цифровые платформы и стриминговые сервисы. Очевиден большой потенциал стримингов как по приросту подписчиков, так и по совокупным доходам. Росту количества подписчиков подобных сервисов уже сейчас способствует уход с российского рынка аналогичных зарубежных сервисов. Также на увеличение спроса, лояльности пользователей и повышение чека влияет факт включенности музыкальных сервисов в состав больших цифровых экосистем, когда подписка идет большим пакетом предложений. Безусловно, цифровой вектор развития музыкального рынка, активное музыкальное потребление со стороны молодежной аудитории и сокращение числа иностранных артистов, представленных на отечественных стримингах, открывают новые возможности для российских музыкантов и для слушателей».

Методология: всероссийский опрос проведен Аналитическим центром НАФИ в октябре 2023 г. Опрошены 1600 человек в возрасте от 18 лет и старше из всех регионов Российской

Федерации. Выборка построена на данных официальной статистики Росстат и репрезентирует население РФ по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта. Статистическая погрешность данных не превышает 2,45%.

Таблица 2. «Как часто Вы слушаете музыку в повседневной жизни?», в % от всех опрошенных

	%
Ежедневно / почти ежедневно	61
2-3 раза в неделю	23
1 раз в неделю	5
1-3 раза в месяц	5
Реже, чем 1 раз в месяц	4
Не слушаю	2

Таблица 3. «На каком устройстве Вы чаще всего слушаете музыку в повседневной жизни?», в % от всех опрошенных*

	%
Смартфон	74
Телевизор	41
Ноутбук	18
Аудиосистема / музыкальный центр	17
Радиоприемник	15
Персональный компьютер	14
Планшет	6
Плеер	4
Магнитофон	4
Виниловый проигрыватель	1

Не слушаю музыку	2
------------------	---

**Сумма ответов может составлять более 100%, так как у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответа*

Таблица 4. «Каких музыкальных исполнителей Вы слушаете чаще всего?», в % от всех опрошенных

	%
Российских	62
Зарубежных	23
Советских	7
Затрудняюсь ответить	6
Не слушаю музыку	2

Таблица 5. «Какие траты на музыку Вы совершаете регулярно или время от времени?», в % от всех опрошенных*

	%
Оплачиваю подписку на музыкальные стриминговые сервисы	22
Покупаю билеты на музыкальные концерты	20
Покупаю музыкальные носители (виниловые пластинки, CD-диски, кассеты и проч.)	9
Покупаю мерч (вещи с символикой, связанной с музыкантами и артистами)	5
Делаю донаты музыкантам	4
Другое	1
Не совершаю никаких трат	67
Не слушаю музыку	2

**Сумма ответов может составлять более 100%, так как у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответа*

Таблица 6. «Как часто Вы делаете траты по следующим статьям?», в % от тех, кто имеет такие траты

	Донаты	Мерч	Билеты	Носители
1 или несколько раз в месяц	65	43	15	40
1 раз в несколько месяцев	20	35	53	37
1 раз в год	3	9	14	8
Реже 1 раза в год	4	12	14	12
Затрудняюсь ответить	8	1	4	3

Таблица 7. «Какую сумму Вы обычно платите за подписку ежемесячно?», в % от тех, кто имеет подписку на стриминговые сервисы

	%
до 199 руб.	27
200-299 руб.	19
300-399 руб.	20
400 руб. и более	22
Затрудняюсь ответить	12
Средняя сумма - 363 рубля	

Таблица 8. «Какую сумму за 1 раз Вы обычно тратите на донаты музыкантам?», в % от тех, кто делает донаты музыкантам

	%
до 149 руб.	22
150-299 руб.	15
300-499 руб.	13
500 руб. и более	45
Затрудняюсь ответить	5

Средняя сумма - 578 рублей

Таблица 9. «Какую сумму за 1 раз Вы обычно тратите на приобретение мерча?», в % от тех, кто покупает мерч

	%
до 400 руб.	21
401-1499 руб.	25
1500-2999 руб.	23
3000 руб. и более	25
Затрудняюсь ответить	6
Средняя сумма – 2.524 рубля	

Таблица 10. «Какую сумму за 1 раз Вы обычно тратите на покупку билетов на музыкальные концерты?», в % от тех, кто покупает билеты на концерты

	%
до 999 руб.	14
1000-1999 руб.	26
2000-2999 руб.	19
3000 руб. и более	32
Затрудняюсь ответить	9
Средняя сумма – 2.928 рублей	

Таблица 11. «Какую сумму за 1 раз Вы обычно тратите на покупку музыкальных носителей?», в % от тех, кто покупает музыкальные носители

	%
до 299 руб.	15
300-699 руб.	30

700-999 руб.	4
1000 руб. и более	41
Затрудняюсь ответить	10
Средняя сумма – 1.060 рублей	

Аналитический центр НАФИ – исследовательские решения для бизнеса

Аналитический центр НАФИ – исследовательская компания широкого профиля, один из лидеров российского рынка. Центр предоставляет полный спектр исследовательских услуг: изучение общественного мнения, маркетинговые исследования, такие как измерение и повышение лояльности клиентов (NPS), изучение потребностей и привычек потребителей (U&A) и другие, рыночный анализ и бизнес-консалтинг. Компания основана в 2006 году. География исследований охватывает российский рынок, большинство стран СНГ и Восточной Европы.

НАФИ входит в топ-3 самых цитируемых российских аналитических агентств и имеет более 200 упоминаний в РИНЦ. Результаты исследований – новые знания, точная и релевантная информация, на основе которой принимаются важные и обоснованные управленческие решения. Данные Аналитического центра НАФИ используются бизнесом, государственными ведомствами, российскими и иностранными компаниями, общественными организациями и СМИ.

Контакты для СМИ:

Варвара Осипова

osipova@nafi.ru

+7(925)095-7207

Сайт Аналитического центра НАФИ - <https://nafi.ru/>

[Исследовательские решения](#)

[Открытые исследовательские проекты](#)

[Telegram НАФИ – оперативная и эксклюзивная аналитика](#)