

ORIGINAL RESEARCH

Seriously Funny

# 全球音乐品味变迁的量化解析

HID: HELL-2026-04-007 | Vol. 3 • Issue 7 (Apr 2026)

Author: Dr. Hell Black | Affiliation: 全球流行文化量化观察中心, Hell Press

Correspondence: Hell.Press@outlook.com | Website: <https://hellpress.org>

## Key Points

- 2015–2025 全球音乐消费从单中心转向多中心，拉丁、Afrobeats、K-pop 与英语流行交替领跑。
- 流媒体订阅规模扩张与演出市场复苏形成“线上热度到线下兑现”的协同链条，但因果识别仍受数据频率限制。
- 研究给出跨平台指标映射、流派聚类与可复现抓取流程，为后续区域化高频研究提供统一框架。

## 摘要

**背景 (Background):** 过去十年，全球音乐消费方式、流派扩散路径与现场演出市场均发生显著变化，但不同平台指标口径不一，导致“音乐品味变迁”的量化研究仍缺乏统一框架。

**方法 (Methods):** 本研究整合 IFPI、Spotify Wrapped 与 Charts、Live Nation 等 2015–2025 年公开数据，从流媒体消费、现场演出与流派热度三个维度构建分析框架，并结合时间序列比较、增长率分析、相关性检验及流派聚类，对全球音乐品味演化趋势进行描述与解释。

**结果 (Results):** 2015–2025 年间，全球付费流媒体用户由 6800 万增至 8.37 亿，流媒体收入占录制音乐市场比重稳定在约 70%。演出市场在疫情冲击后快速恢复，并表现出更强的全球巡演扩张与头部集聚特征。流派层面，拉丁音乐与 Afrobeats 持续突破地域边界，K-pop 与英语流行则在平台传播与巡演兑现中交替领跑，全球主流口味由单中心结构转向多中心并存。

**结论 (Conclusion):** 全球音乐品味变迁并非单纯的流派轮替，而是平台算法、短视频传播、跨境扩散与线下演出共同作用的结果。构建跨平台、可复现的统一量化框架，有助于更系统地理解全球流行文化格局的动态重构。

# 1. 方法与研究设计

本研究将“音乐品味”的可量化部分拆为三个可观测层：

其一是流媒体消费（播放、订阅、榜单）；其二是现场演出（场次、观众、票房等）；其三是流派热度（平台流派标签、榜单上榜结构、在短视频平台的传播形态）。由于不同平台的“播放/热度”口径不一致，本报告采用“多指标互证”策略：用 IFPI（全球录制音乐收入、付费订阅账户、区域增速）定义宏观市场约束，用 Spotify 年度榜单与播放数据刻画“可见的全球主流品味”，用演出巨头披露的“观众/场次”刻画线下兑现强度。

分析方法按从“描述 → 解释 → 因果线索”推进：

第一步做时间序列与结构突变识别（2015–2025 年；尤其标注 2020–2021 疫情冲击带来的断点）。第二步做相关性分析，并将显著的趋势项用“增长率（对数差分）”重新度量，避免仅因共同上升造成的伪相关。第三步做因果推断的可行近似：在样本量受限条件下，执行 Granger 检验（年度增长率/对数差分；滞后 1–2 期），并用学术研究与行业机制补足“可解释的因果链条”。

第四步做流派演化的聚类/分群：以 Spotify 年度全球 Top 艺人结构为代理变量，把跨年“主流注意力”投影到统一“超流派”（super-genre），对年份进行聚类，以识别阶段性风格主导权切换（例如拉丁、K-pop 的阶段性跃迁）。

## 2. 数据资产与可复现获取

### 2.1 主要数据源与优先级

本报告优先采用“可核验、可复现”的公开来源，按优先级分层如下（同层内按可复现性排序）：

A 层（官方/行业权威，适合时间序列基准）

—IFPI 年度口径：全球录制音乐收入、付费订阅账户、流媒体收入占比、分区域增速与市场份额（2015–2025 可拼接）。

—Live Nation Entertainment 披露的演唱会“Estimated Concert Fans/Events”等关键经营指标（可作全球演出规模代理；疫情断点可见）。

B 层（平台官方公开内容，适合“品味/流派”刻画）

- Spotify Wrapped 年度全球 Top Lists（艺人、歌曲、专辑；部分年份给出播放量级）。
- Spotify 对拉丁与 Afrobeats 等流派的专题数据披露（份额、增速、城市分布）。
- TikTok 年度“Top Songs/Artists”（以短视频传播为替代指标，适合解释“爆红路径”）。

C 层（补充平台规模/地域分布，以及中文市场资料）

- YouTube 官方披露的“Music & Premium 订阅规模里程碑”（用于平台体量对比）。
- 中国演出市场的权威媒体/协会转述数据（用于东亚样本的线下规模刻画）。

- 腾讯音乐娱乐集团财报/公告中披露的 MAU、付费用户、ARPPU 与内容分发机制（用于“本地平台—本地品味”补充）。

## 2.2 平台指标可得性对照表

下表回答“平台—地域—指标”三维度中，哪些可直接拿、哪些必须用替代指标（并明确限制）：

平台	公开数据/接口（可复现）	可直接获得的指标示例	地域粒度	主要缺口	可用替代指标
Spotify	Charts 可下载 CSV；Web API 可取艺人流派、音频特征；Wrapped 年度榜单	曲目榜单排名、(Charts 口径) streams、艺人/曲目元数据、年度 Top Lists	国家/全球；部分城市 (Charts/专题)	其他平台不可比；部分数据为“榜单口径”而非真实总播放	以统一的“榜单份额/Top N 结构”做跨区比较
Apple Music	有开发者 API 但缺少官方公开“播放量”口径；多为歌单/榜单	年度 Top Songs 歌单 (排序)	主要为“全球/国家榜单”	播放量/听众数难公开复现	用榜单结构 + Shazam/电台曝光作替代
YouTube Music	官方订阅规模里程碑；YouTube 数据接口可取视频观看与互动	订阅规模、MV 观看量、短视频二创信号	国家/城市 (视频侧可做)	纯“音乐播放”口径与音频流媒体不一致	用“MV 观看量/Shorts 传播”补齐“可视化消费”
Amazon Music	公共数据有限（多为第三方估计）	平台规模多为估计	不稳定	播放/听众/榜单公开度低	用 MIDiA 订阅份额或地区性调查替代
TikTok/抖音	年度 Top Songs/Artists；内容传播与使用量指标（平台口径）	热门歌曲、挑战趋势	国家/区域可做但口径不统一	与“播放量/听众”不等价	用“被使用次数/热视频量/增长曲线”刻画“上游热度”
QQ 音乐/网易云等 (中国)	财报与公告披露的 MAU、付费用户、ARPPU (公司级)；部分榜单公开	MAU、付费用户、ARPPU、内容联动机制	中国为主；跨区较少	曲目级播放量难跨平台统一	用“会员增长 + 榜单结构 + 演出联动”替代

## 2.3 流派分类方法与映射规则

跨平台的流派标签差异极大：Spotify 偏“长尾微流派” (micro-genres)，短视频平台更多体现“情绪/玩法/舞蹈”，中文平台常用“语种/场景/榜单分区”。因此本报告采用“两层映射”：

第一层：平台标签 → 统一“超流派”

—以“Hip-hop/Rap、Pop、R&B、Latin、Afrobeats、K-pop、EDM、Rock/Alt、Regional（地方流

行)”为顶层。

—Spotify 端：取艺人 genres 集合 → 按关键词/词典映射到超流派（如包含“reggaeton/latin trap”归入 Latin；包含“afrobeats/afropop/amapiano”归入 Afrobeats）。

—短视频端：以“歌曲传播语境”做补充标签（舞蹈挑战、合拍、剧情 BGM 等），不强行等同传统流派，而是作为“热度驱动因子”。

第二层：超流派 → 地域/语言簇（解释用）

—将超流派与语言、侨民网络、城市节点结合解释：例如 Afrobeats 在伦敦、巴黎、内罗毕等城市的领先地位可作为“跨境扩散路径”证据。

## 2.4 可复现的数据获取与分析步骤（代码片段/伪代码）

示例一：批量下载 Spotify Charts 并构建“国家 × 日期 × 曲目”面板

```
import requests, pandas as pd, io, datetime as dt
def fetch_spotify_chart(country="global", day="2025-12-03"):
    url = f"https://spotifycharts.com/regional/{country}/daily/{day}/download"
    csv_text = requests.get(url, headers={"User-Agent": "Mozilla/5.0"},
        timeout=30).text
    # CSV 第一行通常是说明行；按需要 skiprows
    return pd.read_csv(io.StringIO(csv_text), skiprows=1)
# 例：按季度取样，避免全量下载过重
days = ["2017-01-01", "2019-01-01", "2021-01-01", "2023-01-01", "2025-01-01"]
df_all = pd.concat([fetch_spotify_chart("global", d) for d in days],
    ignore_index=True)
```

Charts 下载 URL 格式与“Download to CSV”机制可公开验证。

示例二：用 Spotify Web API 把“曲目 → 艺人 → genres”映射到超流派（需开发者密钥）

```
# 伪代码
for track in chart_tracks:
    artist_ids = spotify_api.get_track(track.id).artists
    genres = union(spotify_api.get_artist(a).genres for a in artist_ids)
    super_genre = map_genres_to_supergenre(genres) # 词典/规则/embedding
```

示例三：抓取 Live Nation 年度披露中的“Estimated Concert Fans/Events”表

```
import pandas as pd
url = "https://www.sec.gov/ixviewer/documents/..." # 年度 10-K/EX-99.1
tables = pd.read_html(url)
# 在 tables 中定位包含 'Estimated Concert Fans' 的表
```

Live Nation 披露的“Estimated Concert Fans/Events”可从年度文件复现读取。

示例四：因果线索（Granger）与聚类（年份分群）

```
# 伪代码
g_stream = log(paid_subscribers).diff()
g_live = log(concert_fans).diff()
granger_test(g_live ~ g_stream, lags=[1,2])
# 年份聚类
X = normalize(topN_supergenre_counts_by_year)
kmeans.fit(X)
```

## 3. 全球趋势与关键发现

### 3.1 流媒体与录制音乐市场的十年“再增长”

IFPI 口径下，全球录制音乐收入从 2015 年的约 150 亿美元增长到 2025 年的 317 亿美元，形成连续多年增长通道。

付费订阅账户从 2015 年的约 6800 万增长到 2025 年的 8.37 亿，显示“付费化”已从北美/欧洲向全球多区域扩散。

在收入结构上，流媒体收入在 2024 年首次超过 200 亿美元并占总收入 69.0%，2025 年流媒体总收入超过 220 亿美元并占比 69.6%，说明“平台化消费”已经成为全球默认模式。

图中可以读出三个关键事实：

第一，付费订阅用户增长速度明显快于录制音乐总收入，意味着“用户数增长”与“单位用户收入（ARPU/ARPPU）”并非同步上升，行业增长越来越依赖规模与结构升级（如更高价分层、权益叠加）。第二，现场演出在 2020–2021 出现断崖式下跌后反弹更快：以 Live Nation 为代理，观众规模从 2019 年的约 9765 万降至 2020 年的约 1114 万、2021 年的约 3506 万，随后在 2022 跃升至约 1.21 亿并在 2025 达到 1.59 亿。第三，疫情后“线下复苏”不仅是回到旧水平，而是出现结构性扩张（大场馆、动态定价、全球巡演更密集），使得“线上热度 → 线下兑现”的链条更具确定性，但也更依赖头部供给。

### 3.2 播放量与“每用户消费强度”的变化线索

除“收入/订阅数”，播放量层面的直接证据更稀缺，但仍能从研究机构抽样与平台披露中拼接：例如 MIDiA 统计指出，音乐订阅用户的平均月播放量在 2017 年约为每月约 130 次，同时 2017 年总播放量约 1954 亿次，相比 2015 年的约 596 亿次显著提升。

这意味着品味变化的“速度”也在提升：新品更快获得跨区域曝光，老歌/目录曲（catalog）也更易在算法与短视频驱动下反复回潮，形成“更快的文化循环”。

### 3.3 相关性与因果检验结果

在年度层面，如果直接用“水平值”做相关性，流媒体订阅与录制音乐收入高度相关，但这很大程度来自共同上升趋势，不能直接解释“品味”或“直播驱动”。因此本报告对三条主线做对数

差分（近似增长率），并计算相关矩阵（下图）。这一处理会显著削弱共同趋势带来的伪相关，突出“冲击—恢复—再增长”的真实共振或背离。

基于上述年度数据计算的 Granger 检验（滞后 1–2 期、增长率口径）在统计上未显示“付费订阅增长 → 演唱会观众增长”的稳健显著性（样本量小且包含疫情结构断点）。因此，严格意义上的因果结论需要更高频（季度/月度）和更细分区域数据支撑。

但这并不等于“没有因果关系”。相反，学术研究给出了更直观、可解释的因果线索：基于 YouTube 曝光的研究发现，视频平台上的音乐传播能刺激线下演唱会需求，提示“线上可视传播 → 线下购票”的路径在机制上成立。

## 4. 区域与流派对比

### 4.1 区域增速的重心迁移

IFPI 数据显示，2024 年几乎所有区域都增长，但增速最强集中在中东与北非、撒哈拉以南非洲与拉美；到 2025 年，拉美仍是增速最快区域，同时亚洲增速显著抬升。这意味着全球品味的变化不再只是“北美/欧洲输出、其他输入”的单向结构，而是转向多中心：拉美与非洲音乐进入全球主流榜单的概率上升，且与当地付费化提升同步。

需要强调：IFPI 的“亚洲”并未拆分东亚/南亚/东南亚，因而本报告只能将其作为合并区域展示，并在国家层面补充代表样本。IFPI 2025 指出亚洲仍是实体收入最大区域、占全球实体收入 45.1%，并给出日本在 2025 年回到增长（+8.9%），中国在 2025 年增长 +20.1% 并升至全球第四大市场。

同一份报告也指出拉美内部的巴西（+14.1%）与墨西哥（+13.3%）增长强劲，并提示流媒体在拉美收入中占比高达 88.1%。

欧洲方面，英国、德国、法国在 2025 年均实现增长。

### 4.2 受众人口统计分层与“媒介形态”的品味差异

IFPI 的全球调查显示，消费者每周平均音乐聆听时长约 20.7 小时；在“听音乐的方式”上，音频流媒体占听歌时长 32%，长/短视频平台合计 31%，现场音乐约 4%。

年龄分层进一步解释了“品味变迁为何加速”：16–24 岁人群使用音频流媒体的比例约 60%，25–34 岁约 62%，而 55–64 岁约 28%。年轻群体对“歌单—短视频—二创”的适应度更高，导致风格传播更依赖算法、社交模板与情绪标签，而非传统“唱片—电台—电视”。

### 4.3 流派热度时间序列摘要表

下表汇总了过去十年“最确定、可量化”的流派变化证据，并说明其与现场演出之间的可观察线索（注意：不同来源口径不同，表内指标主要用于方向性比较）。

流派/场景	时间序列摘要（代表指标）	地域信号	平台信号	与现场演出关系（因果线索）
拉丁音乐（泛拉丁/Reggaeton等）	Spotify 全球份额：2015 约 8% → 2025 约 27%	拉美本土强 + 全球外溢	Spotify 拉丁歌单生态	拉美成为录音收入增速最快区域（2024/2025），提示“线上热度 → 线下市场扩容”同向
Afrobeats/非洲流行	Spotify：2017–2022 播放增长约 +550%；2022 超 13B 次；2023 年 Afrobeats 播放时长 223M 小时且单年流超 7.1B 次	西非 → 欧洲/北美扩散；伦敦/巴黎/内罗毕领先	Spotify + 视频/短视频二创	研究显示在线视频曝光可刺激演唱会需求，符合“侨民城市 → 线下演出扩张”路径
K-pop	Spotify 年度全球 Top 5 艺人中 2021–2022 出现 BTS；同时 K-pop 大型巡演观众规模上升	韩国 → 东亚/北美/欧洲，多城市体育场	视频平台 + 流媒体 + 粉丝社群	强粉丝经济支持高票价/多场次；平台传播缩短“海外破圈 → 体育场巡演”周期
英语流行/另类流行	2024 全球 Top Artist 播放量级：Taylor Swift > 26.6B；2025 仍居全球 Top 2	北美/欧洲强势并全球化	Spotify 年度榜单 + 多平台宣传	超级巡演刷新纪录，形成“发行 → 歌单 → 巡演 → 再播放”的飞轮

#### 4.4 流派演化可视化

下图用“Spotify 年度全球 Top-5 艺人构成”作为主流注意力代理，对应“品味重心”的阶段切换（每年总名额 = 5，颜色是超流派归类）。

从 2015–2018 的“嘻哈/流行占优”，到 2020–2022 的“拉丁强势 + K-pop 显性进入 Top-5”，再到 2023–2025 的“英语流行回潮但拉丁常态化”，可以看到全球主流口味已从单中心转向多中心。

### 5. 案例研究

#### 5.1 Bad Bunny 与拉丁全球化的定量证据

在 Spotify 2025 Wrapped 中，Bad Bunny 以约 198 亿次播放成为全球 Top Artist，并在 2020、2021、2022 也多次登顶，体现拉丁音乐进入全球主流的持续性而非偶发。

更关键的是结构性指标：Spotify 披露拉丁音乐在全球播放份额从十年前的约 8% 增长到约 27%。这类“平台份额”指标具备“品味变迁”的直接含义——不仅是某个艺人爆红，而是听众总体的语言/节奏偏好发生迁移。

区域侧也出现一致性：IFPI 数据显示拉美在 2024 与 2025 均为全球增速最快区域，且流媒体在拉美收入占比接近九成。线上“听得更多”，对应线下“可变现市场”更大。

## 5.2 Taylor Swift 与超级巡演的“线上线下载飞轮”

Spotify 披露其在 2024 年获得全球 Top Artist，并达到“超过 266 亿次播放”的量级；这说明即便在多中心化趋势下，英语流行依然可通过“目录曲 + 新专辑 + 强叙事”重夺主流注意力。线下端，Pollstar 总结其 Eras Tour 票房达到约 22 亿美元、售票约 1005.5 万张，提供了“线上规模 → 线下票房”的极端样本。值得注意的是，Spotify 在 2024 报道中明确把“巡演热潮与平台播放”并置叙述，说明平台本身也将巡演视为生态闭环的一部分，而非外生事件。

## 5.3 BLACKPINK 与 K-pop 的跨区域动员能力

Pollstar 对 Born Pink 世界巡演的总结显示其吸引约 180 万观众，并被描述为最成功的 K-pop 巡演之一。这类“跨洲体育场动员”是 K-pop 区别于许多流派的关键：它把线上娱乐（MV、舞台切片、粉丝社区）高效转化为线下高密度集会。同时，Spotify 年度榜单显示 BTS 在 2021–2022 进入全球 Top-5 艺人，提示 K-pop 不仅在小圈层强，而是实质进入全球主流消费面板。

## 5.4 拉各斯与 Afrobeats 的“城市节点扩散”

Spotify 对 Afrobeats 流派的披露不仅给出增速与播放量级，还给出了城市与国家的扩散路径：在 2023 年，Afrobeats 听众的头部城市包含伦敦、巴黎与内罗毕等，呈现出“侨民/国际枢纽城市先热、再向更广区域渗透”的典型扩散结构。

从供给侧看，这种扩散结构会反向影响巡演路由：演出策划更可能优先落点在“流媒体热度与侨民密度高度重合”的城市，从而缩短“线上走红 → 海外巡演”的转化周期（这与在线视频曝光刺激演出需求的研究结论一致）。

# 6. 驱动机制与因果线索

## 6.1 一个可检验的因果框架

下图给出本报告用来组织证据的“可检验框架”：短视频热度与歌单推荐拉动流媒体播放，跨境传播改变流派权重；随后演出路由与票房兑现反过来增强粉丝资产与二次传播，形成循环。

flowchart LR

```

A[短视频/社交热点] --> B[流媒体播放与歌单推荐]
B --> C[跨境传播与语言外溢]
C --> D[巡演路由与音乐节策划]
D --> E[票房与粉丝资产]
E --> B
  
```

这个框架的“可观察证据”来自三类：

第一类是 IFPI 确认的宏观约束：2025 年全球收入 317 亿美元、付费订阅 8.37 亿、流媒体占比

69.6%，说明“线上付费规模”已足以支撑更高强度的全球宣发与巡演投资。

第二类是平台披露的跨境收益结构：Spotify 指出，2024 年在平台上产生至少 1000 美元版税的艺人中，超过 50% 主要收入来自本国以外听众；2025 年“超过 50% 的版税来自海外”的趋势在其披露中继续被强调。这类数据直接证明“品味—收益”已高度跨境，因而“演出全球化”在经济上更成立。

第三类是学术研究与准实验：例如基于视频平台曝光的研究发现线上传播可刺激演唱会需求；另有研究与综述指出，付费流媒体并非必然挤出线下消费，反而可能通过“发现新音乐/提升偏好强度”增强付费意愿与现场参与。

## 6.2 TikTok 式“上游热度”如何改变流派迁移速度

短视频平台对音乐的影响，关键不在“它是不是音乐播放平台”，而在其对“注意力与记忆点”的重塑：歌曲作为“可复用的声音素材”被海量创作者二次使用，形成可观测的外生冲击。相关论文对 TikTok 与音乐消费关系进行了量化讨论，虽结论在不同样本与时期会差异，但方向上支持“短视频改变消费路径”。结合 IFPI“视频平台占听歌时长 31%”的调查结果，可以把短视频视作“流派演化的加速器”：它更偏好节奏鲜明、hook 清晰、情绪模板化的作品，从而在结构上利好某些流派（例如拉丁、Afrobeats 的舞蹈化传播）。

## 6.3 数据驱动巡演与“头部—长尾”并存

演出市场的扩张并不意味着人人受益相同。Live Nation 层面的观众回升很强，但同时超级巡演在票房榜中的影响力更突出（Eras Tour 就是典型）。

平台侧也在强调“跨境版税与更多国家艺人进入更高收入档位”的趋势（例如 Spotify 披露 2025 年在较高收入门槛的艺人覆盖国家数增长），提示长尾也在被抬升，但速度与头部不同。这构成未来品味演化的张力：一方面多中心化让更多地方流派进入全球视野；另一方面算法与宣发预算仍可能让少数超级叙事反复统治全球注意力。

# 7. 未来五年预测与不确定性

## 预测结论（2026–2030）

基于 IFPI 披露的订阅用户增速（2024 订阅账户增长 10.6%，2025 付费订阅收入增长 8.8% 且付费订阅账户达 8.37 亿），更合理的基线预测是：未来五年全球付费订阅用户仍增长，但增速将从“高两位数”逐步回落至“中个位数到低两位数”。

在此基线下，流媒体收入占比大概率维持在约 70% 上下波动（边际增长更多来自提价、分层会员、广告与“新型权利变现”）。

现场演出方面，2022–2025 的强反弹后，增速可能趋于温和，但“体育场化、大型沉浸体验、动态定价与更精细的城市路由”会继续强化“线上热度 → 线下兑现”的闭环。流派层面，拉丁与 Afrobeats 的外溢已形成结构性趋势，预计未来五年将继续在全球主流榜单中保持更高占比；同时南亚与东南亚的本土流派可能在“短视频模板化传播 + 本地平台生态”中出现更突然的国际化跃迁（但需要更细分数据验证）。

## 7.1 关键不确定性与风险项

第一，AI 与流媒体作弊将影响“播放量 → 真实偏好”的可解释性。IFPI 在 2026 报告中明确讨论了流媒体欺诈与 AI 创新对行业的影响，意味着未来数据噪声可能上升，因果推断难度增大。第二，宏观经济与票价机制会改变“热度到购票”的转化率：即便线上热度高，若票价上涨或消费信心下降，现场演出可能出现滞后性回调。

第三，平台披露口径仍不统一：Apple Music、Amazon 等平台对播放量/听众数的公开度有限，跨平台“份额”更多依赖第三方估计或行业调查，导致区域与流派比较存在系统性误差。第四，地区数据口径不匹配：IFPI“亚洲”无法拆分东亚/南亚/东南亚，演出市场数据也常以“北美/国际”切分。面向精细区域研究，需要在后续用国家级榜单面板（Spotify 国家榜、YouTube 国家榜、票务平台城市级数据）补齐。

## 参考文献

1. GLOBAL MUSIC REPORT 2026: GLOBAL RECORDED MUSIC REVENUES GROW 6.4% AS RECORD COMPANIES DRIVE INNOVATION —IFPI  
<https://www.ifpi.org/global-music-report-2026-global-recorded-music-revenues-grow-6-4-as-record-companies-drive-innovation/>
2. Faith Inc. public materials and related references.  
[https://www.faith-inc.com/assets/en/ir/materials/quarterly\\_results/pdf/FY2022\\_Q1\\_Tanshin\\_Overview.pdf](https://www.faith-inc.com/assets/en/ir/materials/quarterly_results/pdf/FY2022_Q1_Tanshin_Overview.pdf)
3. Live Nation SEC filing and annual disclosure.  
<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001335258/000133525822000018/lyv-2021q4xex991.htm>
4. IFPI Global Music Report 2025 and 2026.  
<https://www.ifpi.org/>
5. Spotify Newsroom and Spotify Charts public materials.  
<https://newsroom.spotify.com/>  
<https://spotifycharts.com/>
6. YouTube official subscription milestone materials.  
<https://blog.youtube/news-and-events/youtube-music-premium-100-million-subscribers/>
7. 腾讯音乐娱乐集团 2025 年全年业绩公告。  
<https://ir.tencentmusic.com/2026-03-17-Tencent-Music-Entertainment-Group-Announces-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2025-Unaudited-Financial-Results>
8. Spotify support: Understanding Spotify charts.  
<https://support.spotify.com/us/artists/article/understanding-spotify-charts/>
9. MIDiA Research.  
<https://www.midiaresearch.com/>

10. Spotify Wrapped 2024 / 2025 newsroom posts.  
<https://newsroom.spotify.com/2024-12-04/taylor-swift-takes-the-crown-as-spotifys-global-top-artist-of-2024/>  
<https://newsroom.spotify.com/2025-12-03/wrapped-top-artists-songs-albums-podcasts-audiobooks/>
11. Pollstar reports on Taylor Swift and BLACKPINK tours.  
<https://news.pollstar.com/2024/12/09/taylor-swifts-eras-tour-sets-all-time-touring-record-breaking-2b/>  
<https://news.pollstar.com/2025/05/27/k-pop-icons-blackpink-add-asian-leg-to-world-tour/>
12. Spotify Latin and Afrobeats feature pages.  
<https://newsroom.spotify.com/2025-09-15/viva-latino-10th-anniversary-latin-music-growth/>  
<https://newsroom.spotify.com/2023-06-22/discover-the-latest-afrobeats-news-interviews-and-trends-on-our-dedicated-site/>
13. Rest of World feature on Afrobeats globalization.  
<https://restofworld.org/2024/spotify-afrobeats-go-global/>
14. Research literature on music streaming conversion and platform effects.  
[https://www.researchgate.net/publication/374180078\\_Conversion\\_in\\_Music\\_Streaming\\_Services](https://www.researchgate.net/publication/374180078_Conversion_in_Music_Streaming_Services)
15. Apple Music market statistics and public secondary sources.  
<https://www.businessofapps.com/data/apple-music-statistics/>