

华纳音乐上市 唱片业找寻“失去的十年”

白纸黑字的财务报表、贴满巨星的华丽海报，华纳音乐的招股书暗藏反差。在这种格格不入又充满夸张的戏剧效果之下，华纳音乐试图用最直观的数字和最显而易见的实力重新杀回资本市场。

这桩美股上半年最光鲜亮丽的IPO，意义绝不止于华纳，背后是近十年暗淡后终于见光的唱片业。

下一个十年，“华纳们”的新故事藏在流媒体里。后者给了唱片业翻身的资本，但无形之中也成了唱片业挥之不去的枷锁。

募资19.25亿美元

19.25亿美元，带着美股今年上半年最大的IPO融资规模，华纳音乐于6月3日回到了久违的资本市场。只不过，这一次，华纳音乐走进了纳斯达克，而非纽交所。

3日，华纳音乐集团已启动IPO，将其首次公开募股的价格定为每股25美元，是其23-26美元价格范围的偏上区间，并将交易规模从最初的7000万股增加到7700万股，于周三晚些时候在纳斯达克交易。

约一个月前的5月7日，华纳音乐向美国证券交易委员会(SEC)更新了招股书，拟在纳斯达克交易所发行A类普通股股票，代码为“WMG”。

这已经是华纳音乐第二次IPO了。

16年前，由于母公司时代华纳并购后的巨额亏损，华纳音乐被卖给了布隆夫曼投资集团，价格为26亿美元。一年后的2005年，华纳音乐亮相纽交所。

但随后的七年时间，唱片业江河日下。华纳音乐再度易主，被美国工业集团Access Industries以每股8.25美元的价格私有化，作价33亿美元。也就是从2011年起，华纳音乐告别了资本市场。

如今，华纳音乐不再是几经易手的累赘，从财务数据来看，其已经重整旗鼓。招股书显示，2017-2019财年，华纳音乐的营收分别为35.76亿美元、40.05亿美元、44.75亿美元，截至2020年3月31日的前6个月营收为23.27亿美元，上一财年同期为22.93亿美元，稳定微涨。

“18亿美元的募资体量不小，在美股中算是中等大小。”前海开源基金首席经济学家杨德龙表示，在纽交所上市的公司，一般规模比较大、盈利比较稳定，已经是相对成熟的企业；还处于亏损状态的创新型或者是科技类企业，在纳斯达克上市比较多。

根据招股书，截至2020年3月31日，华纳音乐共有4.84亿美元现金及等价物。去年，华纳音乐的净利润出现了下滑。2017-2019财年，华纳音乐的净利润分别为1.49亿美元、3.12亿美元、2.58亿美元，截至2020年3月31日的前6个月净利润更是仅为4800万美元，而



上一财年同期则为1.53亿美元。

从现在疫情的态度来看，华纳音乐其实选择了一个并不太好的时机。杨德龙坦言，“现在美股确实波动比较大，肯定还是牛市的时候募资会多一些”。

“失去的十年”

光环不再、由盛转衰……是21世纪以来唱片行业的常用形容词。肇始于19世纪留声机时代的唱片行业，与华纳音乐的百年历程类似，被打下了深刻的时代烙印。

1929年，为了能在电影中使用廉价音乐，华纳兄弟创办了“音乐出版有限公司”(MPHC)，即华纳音乐的前身，第二年又购入了Brunswick唱片公司而正式进军唱片业。

之后，唱片业一路生长。1960年代初到2000年代初，在经历了一系列复杂的公司收购和合并之后，华纳音乐也逐步发展成为全球顶级的唱片公司之一。

2000年3月21日，NSYNC发行其第二张专辑《No Strings Attached》，在美国市场首周销量达到240万张，创造了当时尼尔森SoundScan唱片销售追踪系统自1991年启用以来的最高纪录，上一个纪录由Backstreet Boys在1999年创造，其专辑《Millennium》



首周在美国卖出了110万张。

那几乎就是美国唱片业的巅峰了。

2004年，华纳音乐被卖。同年，全球音乐行业的收入经历了1%的微涨至200亿美元，之后开始一路下滑，直到2011年跌至148亿美元。也正是在2011年，华纳音乐被私有化，无奈告别资本市场。

2014年，全球音乐行业收入最终沉至谷底，仅为143亿美元。十年间，唱片行业一步步走至“至暗时刻”，这背后，则是互联网崛起带来的颠覆性冲击。2007年，iPhone横空出世；2014年，智能手机的出货量开始井喷。

与此同时，资源聚合性的网站也接连诞生，2001年，Napster推出了点对点音乐共享服务。此后，海量、免费的音乐资源库在网站上得以共享。巨头们失去了最重要的吸金资本，唱片业也随之没落。

败也萧何，成也萧何。作为音乐资源聚合网站的进化，流媒体应运而生，数字音乐大行其道，唱片业转战线上，焕发出了新的活力。

新战场流媒体

环球音乐的Taylor Swift、Lady Gaga，索尼音乐的碧昂丝、Bob Dylan，华纳音乐的Bruno Mars、Cardi B，在当下的全球唱片

业，凭借着旗下丰富的音乐人资源，三大巨头几乎垄断了近80%的市场份额，同时也让它们在流媒体时代找到了最适合自己的定位。

财报说明了唱片巨头们对流媒体平台的依赖。以华纳音乐为例，从具体业务板块来看，2017-2019财年，其数字音乐板块占比分别为47.3%、50.4%和52.4%，逐年走高。

相较之下，华纳音乐实体音乐板块的成绩逐年下滑，实体专辑方面，2017-2019财年间分别对应6%、11%的跌幅，2020财年一季度更是下滑了20%。

索尼音乐也不例外。2019年，索尼流媒体收入增长了3.89亿美元，同比增长19.3%，达到24亿美元。而实体音乐销售额仅为8.03亿美元，下降了1.06亿美元。

唱片行业也逐步回暖。2014-2019年，全球音乐收入连续上涨了五年。根据国际唱片业协会的预测，2019年全球音乐收入增长8.2%，达到202亿美元。其中，流媒体功不可没，收入达到129亿美元，占比高达64%。

从早起的颠覆到中期的适应，相爱相杀一直是唱片巨头与流媒体之间常见的故事。后者为前者带来互联网时代的生存之道，唱片巨头们也放下了高高在上的姿态，部分主动权被流媒体们把控。

在互联网分析师杨世界看来，现在流媒

体和唱片公司都在进行深度合作，平台方面的确占有主导地位，唱片公司主要提供生产资料。双方主要还是通过版权的拓展、运营模式的创新，再到消费者付费，打造一个生态，实现商业价值的最大化。

Spotify，音乐流媒体界的Netflix。在版权方面，Spotify曾与华纳音乐闹上了法庭。在去年入局印度时，华纳音乐拒绝授权Spotify在印度使用其音乐，Spotify则试图通过申请印度地区针对电视和广播公司的法定授权，来播放华纳旗下艺人的作品。拉锯了一年之后，华纳音乐才和Spotify签署了全球许可协议，标志着诉讼告终。

而后作为流媒体平台和音乐人之间的中介，唱片巨头们也面临着重要性被削弱的危险。越来越多的歌手选择成为独立音乐人，绕过唱片巨头们在流媒体平台上发布歌曲，如说唱歌手Jay-Z投资的流媒体平台Tidal，就吸引了蕾哈娜等知名歌手。

“有可能发展到一定阶段，会出现去中心化的情况，利益分配的焦点转移到另外一方。”杨世界表示，但从目前的数字化进程来看，各自为政，才会更加精益求精。

就依赖流媒体收入的问题以及流媒体方面的布局，北京商报记者联系了华纳音乐方面，不过截至发稿未收到具体回复。

当然，在唱片业内部，三大巨头的暗战也不少。就在华纳年初披露了招股书之后，2月13日，环球音乐母公司维旺迪在其发布的盈利报告中透露，环球音乐也将在未来三年内启动华尔街IPO；维旺迪已授权8家银行协助此事，目前计划最迟将在2023年初进行首次公开募股”。北京商报记者 陶凤 汤艺甜

蒂芙尼股价大跌9% “牵手”LVMH生变?

去年末，一场被冠以“奢侈品巨无霸”的收购赚足了业界的眼球，法国奢侈品集团LVMH豪掷162亿美元收购蒂芙尼的传闻落地，LVMH奢侈品“老大”的位置也一度因此坐得更稳。但谁也没有料到，在疫情冲击业绩的窘境之下，LVMH重新思量这场大手笔收购的消息不胫而走，而已经因为疫情而推迟的达成交易时间也让这场收购的变数显得越来越大。

LVMH史上最大的一笔收购交易有了告吹的苗头。当地时间2日，时尚行业刊物《WWD》报道称，LVMH收购蒂芙尼的交易看起来已经变得不那么确定，原因是这家珠宝商正在努力应对全球新冠病毒的大流行以及严重社会动荡导致美国市场不断恶化的形势。

此外，LVMH的董事会还对蒂芙尼在交易结束时是否有能力偿还所有债务的问题表示担心。《WWD》援引知情人士的消息称，LVMH董事会于当地时间周二晚上召开会议讨论此事。虽然当天董事会未作出决定，但与与会人士释放的信号却十分清晰，即这项收购应重新考虑。

受此消息影响，蒂芙尼当日股价一路下跌，期间一度短线跳水超过11%，因而在纽交所暂停交易。截至当地时间2日收盘，蒂芙尼股价下跌11.54美元，跌幅达到8.98%至116.97美元。对于收购进展及业绩情况，北京商报记者分别联系了LVMH及蒂芙尼，但

截至发稿未收到回复。

这场举世瞩目的交易还得从去年说起。去年11月末，在收购传闻愈演愈烈的时候，LVMH集团终于证实，自己将以每股135美元的现金价格收购总部位于美国的珠宝商蒂芙尼，交易价值达到162亿美元。之前有消息提到，蒂芙尼净债务约为3.5亿美元。这意味着收购蒂芙尼将成为LVMH迄今为止最大一笔并购案，预计将在2020年中完成。

计划没有变化快。2020年初，新冠肺炎疫情在全球暴发，美国更是在3月成为了疫情的“震中”，美股10天之内发生四次熔断，受此影响，蒂芙尼股价也在那段时间累计下跌17%到了每股111美元。疫情突袭，没有哪个行业可以幸免，受居家隔离的限制，零售业更是首当其冲，也是在3月，蒂芙尼关闭了绝大多数的欧美门店，全新的T1系列“门店”上新也因此被推迟。

事实上，受疫情的影响，蒂芙尼在今年4月就曾提到，去年底与LVMH集团达成的收购交易可能会推迟到今年底。

这边蒂芙尼麻烦不断，另一边LVMH也有自己的烦恼。今年4月，LVMH的2020年一季度财报显示，其总营收为106亿欧元，较2019年同期下滑15%。彼时，LVMH表示：“我们只能希望，在二季度过后，公司业务复苏将从5月或6月开始逐步展开，而二季度仍将受到公共卫生事件危机的严重影响，尤其

是欧洲和美国。”

著名经济学家宋清辉称，疫情无论对LVMH还是蒂芙尼的业绩来说都有较大的冲击，而美国社会环境特别是疫情对蒂芙尼的影响甚至可能达到3-5年之久，因此LVMH很有可能真的会放弃收购蒂芙尼。

要客集团CEO、要客研究院院长周婷也称，不好确定这一收购本身是否会产生变数，但对于LVMH来说，在当前的情况下，肯定要对公司现金流、收购蒂芙尼后的价值变现等进行一个重新评估，需要理性地判断收购行为产生的影响，原来可能基于资源整合、增强在珠宝行业的实力、话语权，甚至通过收购蒂芙尼整合后者的客户资源及销售渠道等，相当于将蒂芙尼纳入LVMH整个线下零售体系，因此LVMH要付出的成本肯定非常高，但作为一家上市公司，在疫情影响的现状之下，其肯定要重新评估此事。

周婷补充称，前几年奢侈品价格冲向高点，出现了很多全球并购，包括中国公司对国外品牌的收购价也非常高，但近几年，随着整个市场的变化、商业模式的变化以及品牌本身影响力的变化，奢侈品价格开始走低，收购价格也不像原来那样居高不下了。此外，疫情的袭击也打掉了品牌在价值上的泡沫，让收购价格变得越来越理性，收购行为本身也变得越来越理性。

北京商报记者 杨月涵

· 图片新闻 ·

比利时：疫情下的考试



6月2日，在比利时布鲁塞尔的音乐厅，大学生保持距离参加考试。新华社/图

受新冠肺炎疫情影响，比利时一些学校向博物馆、体育馆等公共场所借用场地，以保证学生在保持间距的情况下参加考试。

当地时间2日，在比利时布鲁塞尔的音乐厅，大学生保持距离参加考试。

根据比利时国家公共卫生研究所2日发布的公报，比利时累计确诊病例58615例；累计死亡病例9505例；现有住院病例819例，其中166例处于重症监护中。

根据比利时的“解禁”方案，第一阶段，

从5月4日起企业等可以复工；第二阶段，学校从5月18日起开始复课；第三阶段，从6月8日起开始考虑逐步开放餐馆等。

与此同时，比利时的旅游业也逐步开放。当地时间1日，比利时公主阿斯特里德与首相维尔梅斯共同为布鲁塞尔标志性建筑原子球塔重新开放剪彩。

原子球塔因新冠肺炎疫情自3月14日起关闭，6月1日开始重新接待游客。

北京商报综合报道