

# 上市即破发 网易云音乐难解版权痛

## 老股东 撑场

和递交招股书时不同,网易云音乐完成上市并没有登上热搜,回归了低调风格。

在杭州的线下敲钟仪式上,正处知天命之年的网易CEO丁磊,不仅与云端上两个虚拟形象的“他”一起敲响那面铜锣,在上市发言中,他引用“不以物喜,不以己悲”这句话勉励员工“好好吃一顿饭,忘记上市这件事”。作为网易云音乐的资深用户及新任CEO,丁磊直言:“非常开心,未来‘云村’要用创新拓展音乐产业的更多可能性,继续打造有人情味的音乐社区,并不断推动原创音乐、华语音乐快速发展。”

对于网易云音乐的股价走势,文渊智库创始人王超并不意外,他做出这个判断的理由是:“现在资本市场比较谨慎,不像是去年赴港二次上市那样开盘多是大涨。”

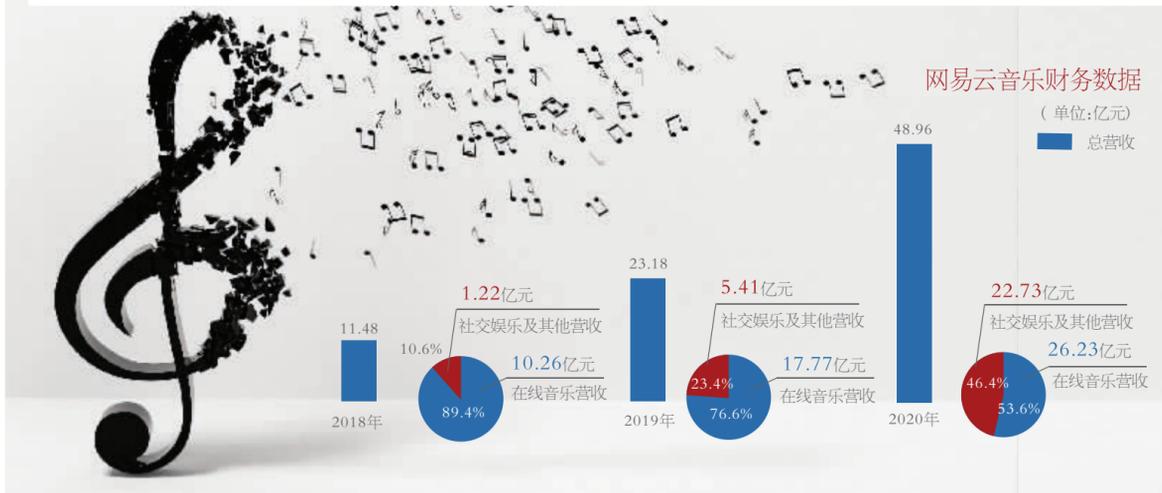
其实,通过网易云音乐的基石投资人也能窥见资本市场的态度。根据最新招股书,网易云音乐的三名基石投资人分别是网易公司、索尼音乐娱乐及奥比斯投资管理有限公司Orbis,其中网易公司认购2亿美元股份,索尼音乐娱乐认购1亿美元股份,Orbis认购5000万美元股份,合计认购3.5亿美元。其中网易公司是网易云音乐控股股东,Orbis是网易集团最大的机构投资者,索尼音乐娱乐和网易云音乐在今年5月达成全面版权合作。王超的话说:“网易云音乐是自己出钱抬股价”。

## “另类”音乐生态

从业务层面看,网易云音乐的营收来自于在线音乐、社交娱乐及其他两个板块,在线音乐服务营收主要通过会员订阅、销售数字

冲刺IPO期间,曾遭遇紧急暂停的网易云音乐,终于历经大半年时间,于2021年12月2日挂牌港交所。但好景不长,网易云音乐开盘破发,开盘价205港元,收盘跌至199.9港元。根据最新招股书,2021年前三季度网易云音乐总营收51亿元,同比增长52%,2021年上半年网易云音乐调整后净亏损5亿元,前三季度毛利率0.4%,同比转正,看起来网易云音乐亏损问题在改善。

但对于普通用户来说,大多不在乎网易云音乐在资本市场的表现,关注点仍在版权上,听不了周杰伦的歌这件事似乎成了用户调侃网易云音乐的万能梗。按网易云音乐的计划,此次募资额的40%将被用来发展音乐社区,对于将花多少钱在版权采买上,网易云音乐相关人士并未透露,不知网友心心念念的音乐版权何时能上架。



相册、广告服务和授权业获得,社交娱乐类服务营收主要通过在线卡拉OK虚拟物品的销售以及音频直播服务获得。

根据最新招股书,2021年前三季度网易云音乐总营收51亿元,同比增长52%,其中在线音乐板块的营收从2020年同期的18.5亿元增至24.4亿元;社交娱乐及其他板块的营收从去年同期的15.2亿元增至26.7亿元,在线音乐服务营收占比47.7%,社交娱乐服务和其他营收占比52.3%。2021年上半年,网易云音乐在

线音乐营收占比50.4%,社交娱乐服务和其他营收占比49.6%。

对比网易云音乐2018年、2019年、2020年数据,在线音乐营收占比收缩、社交娱乐服务和其他营收占比提高的趋势更加明显。2018年和2019年,在线音乐是网易云音乐绝对的营收大头,占比分别是89.4%和76.6%,到了2020年这两个板块的营收占比逐渐接近。

网易云音乐愈加倚重社交娱乐服务不是

没有道理,这可以从用户数据中一探究竟。从2021年上半年每月付费用户维度来看,网易云音乐社交娱乐服务49.6万人,低于在线音乐服务的2613.4万人,但在月度ARPPU(每付费用户平均收入)维度,社交娱乐服务是526.5元,在线音乐服务只有6.8元。

## 商业化考验

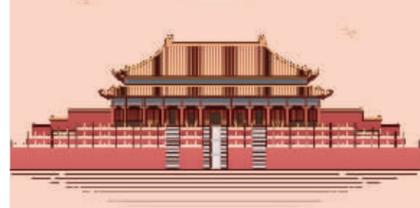
社区一直都是网易云音乐强调的特色,

北京商报记者 魏蔚

# 系统被挤爆 是谁在抢故宫年票

### 故宫博物院年票情况

- ◆ 12月1日-31日期间发售
- ◆ 年票限售5万张
  - 分为全价300元、半价150元两种
  - 2022年当年有效
  - 每人限购1张,每年限用10次
- ◆ 年票适用范围不包含珍宝馆、钟表馆



### 故宫博物院年票 风波

- 12.1 20:00 故宫2022年年票开售
- 12.1 22:19 故宫微博发布紧急停售公告
- 12.2 9:04 故宫微博发布恢复销售公告
- 12.2 11:30 2022年年票恢复销售

2022年故宫博物院年票一经推出就受到了广大游客的追捧。12月2日午时,故宫博物院宣布年票恢复销售。而就在年票开售首日的当晚,故宫博物院因短时间内购买年票人数过多,导致系统出现技术故障,紧急停售。这对于故宫来说也可谓经历了一场抢票风波。300元一张的年票到底值不值?又是谁在抢故宫年票呢?随着疫情的变化影响,近年来形成的“博物馆热”是否也成为一种受追捧的休闲旅游方式呢?

## 系统一度瘫痪

故宫博物院的年票开售牵动着大批游客的心,而游客也用热情“回馈”了故宫博物院的售票系统。

12月2日上午,故宫博物院官微发布关于2022年故宫博物院年票恢复销售的公告。公告显示,经过排查修复,故宫博物院年票销售系统已完成修复,对已经发现的网络攻击也加强了安全防范,年票销售将于12月2日上午11时30分恢复销售。

今年退休的传统文化爱好者李女士表示:“本想在售票首日购买故宫年票,但系统却瘫痪了,今天早上我听说又开卖了,就立刻打开手机抢票,这一次还挺顺利的。”

然而,12月1日晚间,故宫博物院发布公告表示,因短时间内购买故宫年票观众数量过多,超出故宫博物院年票销售系统的承载能力,导致年票销售系统出现技术故障,2022年年票紧急停售。由此可见,广大游客对于故宫博物院的热情十分高涨。

据了解,2022年故宫博物院年票在12月1日-31日期间发售。年票限售5万张,分为全价300元、半价150元两种,2022年当年

有效,每人限购1张,每年限用10次。年票适用范围不包含珍宝馆、钟表馆。

与此同时,针对未成年人,故宫博物院还决定在原6岁以下或身高1.2米以下儿童,以及每周二统一预约的中小学生的基础上,试行所有开放日对未成年人免费开放。据悉,从2021年12月3日20时起,游客可通过故宫博物院售票网站“故宫博物院观众服务”微信公众号预约2021年12月10日以后的未成年人免费门票,包含珍宝馆、钟表馆。

## 实现 故宫自由

故宫年票一经推出异常火爆,究竟是哪些人在购买呢?

北京商报记者注意到,购买故宫年票的顾客来自不同的年龄层,既有喜欢参观的中老年人,也有喜欢拍照打卡的年轻人。

退休前,李女士一直对故宫抱有极大兴趣,但由于工作原因,抽不出时间去故宫游玩,而节假日李女士又常常难以约到门票。“现在有了年票,退休后终于可以实现‘故宫自由’了。”李女士欣慰地表示。

近年来,故宫吸引了许多“80后”“90后”参观,他们中也有不少参与了此次抢票。从事文化工作的王女士就购买了去年的故宫年票,她认为有了年票可以更方便去欣赏故宫的景色,而且参观故宫展览也变得更加方便。“年票会给我一种‘想去就去’的感觉,我甚至可以在故宫里工作。”王女士说道,她身边有许多不同类型的人也跟着购买了年票,其中还不乏很多摄影爱好者以及对历史文化有兴趣的人,甚至还有一些古装汉服的爱好者。

一位购买了故宫年票的摄影爱好者向北京商报记者表示:“故宫一年四季的景色都非常好看,包括近两年在朋友圈风靡的故宫雪景。而对故宫的历史了解深入后,我和身边的人会对它不同季节的变化充满好奇,愿意用自己的镜头去记录它,而故宫年票对我们来说更加便利了。”

近年来,随着故宫餐饮业、文创产品的日渐丰富,也吸引了大批游客。“有一次中秋节,我跟朋友特地进去去吃月饼。我的朋友会为了买一个故宫盲盒、给日历盖一次章而前往故宫。每个人对故宫的兴趣点不同,前往一次后又会产生新的想法。所以大家愿意去抢票,也愿意一去再去。”王女士说道。

而对于购买年票是否“值”,多数采访者表达了肯定的态度。王女士表示:“虽然我的年票可能用不完,但一张年票可以有10次使用机会,折合下来平均一次只需要30块钱,比起普通60元的门票已经便宜了一半。而且拥有年票后,我可以在抢票比较困难的时段进入故宫,就不需要专门再去抢票了。”

## 博物馆也有粉丝

近年来因为受疫情变化的影响,不少游

曾经出圈的“网抑云”就是长于网易云音乐社区,丁磊当天云敲锣时强调的也是网易云音乐的社区“云村”,放至整个互联网泛娱乐平台,靠社交娱乐挣钱更是集体选择。

据资料集显示,继续深耕音乐社区是网易云音乐募资主要用途之一,占总募资额的40%,募资额的40%将用于继续创新并提高技术能力,其余用于甄选合并、收购、战略投资、日常运营等一般用途。丁磊曾表示,网易云音乐准备了充足资金,并愿意以最大的诚意,与版权方开展公平开放的合作,共同建设良好健康的音乐市场。不过,网易云音乐相关人士并未向北京商报记者透露会将多少募资额花在版权采买上。

北京商报记者了解到,网易云音乐的版权采买在持续推进,比如近期采买了摩登天空、英皇娱乐、中唱集团的版权,完成了与华纳音乐的版权协议,最新的消息是,风华秋实的版权已经回归网易云音乐,包括黑豹乐队、鹿晗等内容。

不过,用户并不买账,在“网易云音乐将在12月2日挂牌上市”的热搜下留言“多搞点版权”“没有周杰伦的歌,所以再喜欢网易云音乐也只能在别的App上买会员”。

另一方面,网易云音乐需要解决的还有流量问题。近两年,网易云音乐已经开始与外部平台合作,到更多生态里挖掘流量。据不完全统计,目前网易云音乐已与芒果TV、优酷视频、喜马拉雅、快看漫画、蜻蜓FM、KEPP、网易严选、网易邮箱等多个平台合作推出了会员“捆绑”销售服务。

但整个互联网流量红利已经见顶,各家目前均受困于流量增长瓶颈,跨平台合作能带来的增长相对有限。此外,抖音、快手等短视频平台也盯上了数字音乐市场,玩家间的竞争越来越激烈。

北京商报记者 魏蔚

北京商报记者 关子辰 吴其芸 实习记者 张怡然