

概 要

本概要旨在概述本文件所載的資料，因屬概要，並不包含對閣下可能屬重要的所有資料。此外，任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。在決定[編纂][編纂]之前，閣下應仔細閱讀整份文件。

關於我們

現時，以用戶規模及參與度計，我們是領先的在線音樂平台之一，為音樂愛好者提供互動的內容社區。例如，在我們每個音樂曲目下的「評論區」，用戶可以分享他們對音樂的欣賞和評論，以及被音樂重新喚起的個人軼事、回憶和記憶。我們打造了一個大型、富有活力且緊固、快速成長的業態，為用戶提供以社區為中心的在線音樂服務及社交娛樂服務。通過我們的標誌性重點產品「網易雲音樂」及附屬的社交娛樂產品，如「LOOK直播」、「聲波」及「音街」，我們藉各色各樣的科技驅動的工具讓音樂愛好者自主發掘、享受、分享並創作不同的音樂和音樂衍生內容，並與他人互動。

我們的平台主要通過銷售在線音樂服務的會員訂閱和銷售社交娛樂服務的虛擬物品來變現。為使我們的收入來源多樣化，我們一直積極開發其他變現渠道，如提供廣告服務、銷售數字專輯和音樂衍生服務。有關我們平台變現的更多資料，請參閱「業務－我們的變現模式」。

我們在用戶群、內容儲備、品牌吸引力、科技和財務實力等各方面的成就將在下文詳細介紹。

規模及快速增長

於往績記錄期間，以用戶群和內容儲備計，我們經歷快速增長，詳見下列各項指標：



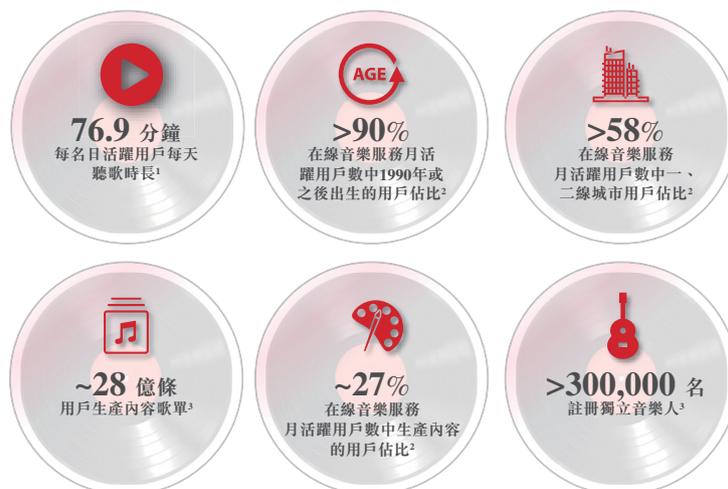
附註：

1. 截至2021年6月30日止六個月。
2. 截至2021年6月30日。

概 要

品牌吸引力

我們的品牌吸引年輕、積極參與的音樂熱愛者，並與他們產生精神共鳴。根據灼識諮詢報告，多年來，我們的平台已匯聚大批粉絲、音樂人、評論家、意見領袖和音樂行業的其他力量，使我們能為中國的用戶提供優秀的音樂體驗。下列各項指標可反映我們強大的品牌吸引力：



附註：

1. 截至2021年6月30日止六個月。
2. 於2021年6月。
3. 截至2021年6月30日。

高超技術

我們通過不斷創新、優化平台、並大量投資於研發，確保持續大量提供滿意音樂體驗。我們具備業界領先的AI及數據分析能力，為我們平台的個性化內容推薦、輔助內容創作、互動社交功能及其他強大功能奠定基礎，藉以優化用戶體驗並實現多元化內容的獨特價值。

我們與眾不同

在過去八年中，我們堅守初心，為探索和創造音樂與音樂衍生內容，以及圍繞這些內容的社交互動，開啟了新的可能。我們認為，使我們在競爭中脫穎而出的因素主要包括以下各項：

- **年輕一代的音樂愛好者。**根據灼識諮詢報告，在所有音樂平台中，我們是出生於1990年或以後的用戶佔比最高的平台，且我們在出生於1990年或以後用戶中的滲透率高於行業平均值。同時，根據灼識諮詢所進行的調查，我們是中國1990年或以後出生人群中最受歡迎的在線音樂平台，該快速增長的年齡段群體佔在線音樂

概 要

娛樂市場近50%。我們對年輕群體的深入瞭解使我們能夠適應他們不斷變化的品味和喜好，並拓寬他們的音樂視野。憑藉對各類音樂內容的濃厚熱情和好奇心，年輕用戶構成了我們充滿活力的社區結構，積極貢獻新內容，發起互動。

- **新生代才華橫溢的獨立音樂人。**我們擁有大批年輕的音樂愛好者，他們更易於接受並感興趣新聲音、新作品和新風格，因此我們不斷吸引新興獨立音樂人加入我們的平台，以表達他們的創作願景。我們系統地開發了一套全面的工具，供獨立音樂人在其事業發展的關鍵方面使用。截至2021年6月30日，我們已為超過300,000名註冊獨立音樂人提供服務，根據灼識諮詢報告，我們為中國最大的獨立音樂人在線孵化器。於2021年6月，註冊獨立音樂人的音樂曲目佔我們的平台所有音樂流媒體播放量的47%以上。
- **以創新培育的生氣勃勃的社區。**我們相信音樂應該被更多人分享、共同欣賞和創作。在這一信念的指引下，我們開創了眾多產品功能以鼓勵用戶互動和創作內容，而根據灼識諮詢報告，這已經影響了中國眾多音樂平台用戶的習慣。當用戶沉浸在他們喜愛的音樂及音樂衍生內容時，用戶可以與他人分享他們對音樂的熱情，並與他們共鳴，從而促成我們充滿活力的、迷人的社區文化。

我們的社區

當我們在發展的最初幾年開始積累穩定、忠實的用戶群時，我們的用戶給我們的社區起了一個可愛的暱稱「雲村」。這一暱稱自此成為我們明星社區的標誌。我們社區的個人參與者包括各色各樣且不斷轉變需求的活躍音樂愛好者。機構參與者包括多家重要合作夥伴，我們已與他們建立協同合作的商業關係，以加強和擴大我們的社區。

個人參與者

我們為用戶提供各種服務功能，方便他們在參與我們的社區時扮演他們所希望的各種角色。

- **探索熱愛的電台。**我們為用戶提供各種工具來搜索、瀏覽和發現音樂及音樂衍生內容。通過用戶利用這些工具進行音樂探索的行為，使我們對他們在特定情境下的個人喜好、品味和習慣積累了深入的瞭解。於2021年6月，每10次音樂播放之中有3.0次來自我們平台的推薦，反映出我們強大的推薦能力和積極的用戶反饋。
- **分享感受的空間。**為促進社區內充滿活力和有吸引力的互動，我們為用戶提供各類頻道，讓他們在音樂愛好者中自由表達自我。例如，在我們每個音樂曲目下的「評論區」，用戶可以分享他們對音樂的欣賞和評論，以及被音樂重新喚起的個人軼事、回憶和記憶。「評論區」成為用戶生產內容的來源，並成為社區精神的象徵。於2021年5月，我們的聽眾中有超過48%亦有瀏覽「評論區」。

概 要

- **展現才華的舞台。**我們讓用戶能夠在我們的平台上自由地以不同參與程度創建各種音樂衍生內容，從編輯歌單、發佈評論、製作播客和音樂視頻到在線直播和K歌表演。於2021年6月，在線音樂服務月活躍用戶約27%已在我們的平台上創造內容，這證實我們努力吸引用戶並幫助豐富平台的內容。
- **釋放潛能的孵化器。**我們為獨立音樂人提供久經考驗的工具和服務（例如基於AI的音樂製作工具及數字收入結算工具）以追求他們的願望，從人才發現、內容生成至推廣以及作品變現方面，幫助他們實現抱負。為支持他們的創作付出，我們提供AI創作輔助，發掘適合他們靈感的音樂資源。我們的多頻道社區功能幫助獨立音樂人接觸到更多的粉絲，並以高效且有吸引力的方式與他們互動。獨立音樂人可通過我們的平台藉各種便捷的激勵渠道從他們的作品中獲得收入。

機構參與者

機構參與者在發展「雲村」、積極幫助我們改善用戶體驗、豐富我們的內容和使我們的平台商業化變現方面發揮重要作用。

- **音樂廠牌。**音樂廠牌幫助我們建立了龐大的音樂內容庫，供用戶享受，並利用它作為創作音樂衍生內容的靈感。我們已與中國和世界各地的眾多領先音樂廠牌建立長期的合作關係。另一方面，我們龐大的活躍用戶群為音樂廠牌提供了變現其內容資產的良機。
- **直播公會。**作為我們平台上音樂衍生內容的主要貢獻者，直播公會是我們發現、培訓和支援直播表演者的重要合作夥伴。我們尋求不斷加強與他們的關係，為我們的用戶提供多樣化且有吸引力的內容，並幫助我們的平台變現。
- **廣告商。**我們的平台吸引了許多尋求面向我們平台上年輕用戶群體的廣告商。我們努力為廣告商和用戶創造更多的價值，相信與我們的社區文化相符且與我們用戶相關的廣告可以提升我們的用戶體驗，並增加廣告商的回報。

客戶及供應商

我們有廣泛的客戶群，包括廣告商、版權被授權方及付費用戶。前五大客戶主要為媒體及互聯網公司，截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度各年及截至2021年6月30日止六個月，分別佔總收入的37.4%、21.9%、14.6%及15.6%，而來自最大客戶的收入佔該等期間各自總收入的21.8%、11.8%、9.9%及8.8%。更多詳情請見「業務－客戶」。

我們的供應商主要包括版權授權方、直播表演者的公會以及技術服務、廣告代理服務及其他服務提供商。我們的前五大供應商截至2018年、2019年及2020年12月31日止

概 要

年度各年及截至2021年6月30日止六個月分別佔營業成本的56.6%、48.1%、28.8%及21.9%，而我們最大供應商所佔的營業成本佔該等期間各自的總營業成本的36.8%、27.6%、14.4%及7.7%。更多詳情請見「業務－供應商」。

業務可持續性

我們於整個往績記錄期間錄得毛虧損、淨虧損和經營現金淨流出，原因為我們一直專注於通過投資於我們的品牌及高質量內容來擴大我們的用戶群體，為長期發展奠定堅實基礎，而非尋求即時的財務回報或盈利能力。我們的變現工作處於相對較早的階段。我們未來的盈利能力尚不確定，並受多種因素影響，包括我們能否有效地將我們的產品及服務變現，並通過提升運營效率以具成本效益的方式持續增加收入。雖然我們的用戶群持續上升，但由於我們持續對內容、技術、營銷活動以及研發進行投資，我們於可預見的將來（包括截至2021年12月31日止年度）可能會繼續產生毛虧損及淨虧損及經營現金淨流出。我們預期截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度仍會持續虧損。我們預期於上市後恢復或達到綜合淨資產狀況。然而，倘我們的盈利能力於上市後進一步轉差，我們可能達到淨負債狀況。倘我們未能增加運營規模及未能達到理想的未來增長，我們的資金或會短缺，而我們或須在達至經調整淨利潤及／或營業現金流量淨額收支平衡前進一步募集資金。請參閱「風險因素－我們於往績記錄期間產生毛虧損及淨虧損及經營現金淨流出，且日後未必能達到或維持盈利水平」。

我們專注於為用戶提供合適的服務，短期內會產生較高的開支，但這對為長期成功奠定堅實基礎至關重要。我們擬主要通過以下方式實現盈利：(i)進一步擴大用戶群體，深化用戶參與度；(ii)通過提供新功能、產品及服務進一步提升我們的變現能力，包括更多音樂衍生社交娛樂功能及產品，例如「一起聽」功能及音頻直播內容，提高我們在線音樂服務及社交娛樂服務的付費率。我們還通過為廣告商提供更多服務選項來增加我們的廣告服務收入，例如在我們的經典黑膠唱片設置提供沉浸式營銷選項及為若干品牌提供個人化播放清單或音樂；(iii)進一步豐富我們的音樂內容產品及管理相關內容成本；(iv)進一步豐富我們的社交娛樂內容及管理相關成本；(v)進一步提升經營槓桿；及(vi)進一步提升技術能力。往績記錄期間的數據證明，上述措施能整體上有效提升我們的盈利能力。隨著盈利能力上升，我們亦預期經營現金流量同步上升。儘管如此，由於營商環境及競爭格局快速變化，我們仍無法預測我們何時才能開始獲得正向經營現金流量及利潤，在可見將來亦可能會繼續產生毛虧損及淨虧損以及經營現金淨流出。

我們強勁及穩健的歷史增長

自2013年開始提供服務以來，我們持續以多元化的音樂及音樂衍生內容吸引用戶，以活躍的社區留住用戶，並以合適的內容滿足他們的消費需求。我們建立了高參與度、忠誠的用戶群體，我們增長的內容生態系統持續滿足用戶不斷變化的需求，為我們團

概 要

繞用戶進行變現提供了多種手段及途徑。自2017年起，我們開始與廣告代理合作，開拓廣告業務，並自2018年6月起推出「黑膠會員」。

於往績記錄期間，我們的業務運營及財務狀況錄得強勁增長。因在線音樂服務及社交娛樂服務及其他均錄得快速增長，我們的收入由2018年的人民幣11億元增加至2019年的人民幣23億元及進一步增至2020年的人民幣49億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣20億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣32億元。

- **在線音樂服務：**我們的在線音樂服務月活躍用戶數由2018年的105.1百萬人大幅增至2019年的147.2百萬人及進一步增至2020年的180.5百萬人，且從截至2020年6月30日止六個月的173.2百萬人增加至截至2021年6月30日止六個月的184.5百萬人。我們的在線音樂服務月付費用戶數由2018年的4.2百萬人增加至2019年的8.6百萬人，並於2020年進一步增加至16.0百萬人，且從截至2020年6月30日止六個月的13.0百萬人增加至截至2021年6月30日止六個月的26.1百萬人。在線音樂服務每月每付費用戶收入保持相對穩定，2018年為人民幣8.9元，2019年為人民幣9.3元及2020年為人民幣8.4元，以及截至2020年及2021年6月30日止六個月分別為人民幣9.3元及人民幣6.8元。在線音樂服務月活躍用戶數的增長主要是由於我們持續致力於改善用戶體驗、創新互動功能及豐富內容服務。因此，我們在線音樂服務的收入由2018年的人民幣10億元增至2019年的人民幣18億元，並進一步增至2020年的人民幣26億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣11億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣16億元。
- **社交娛樂服務及其他：**我們的社交娛樂服務月付費用戶數由2018年的5.8千人增至2019年的91.7千人，並進一步增至2020年的327.1千人，且從截至2020年6月30日止六個月的270.2千人增加至截至2021年6月30日止六個月的496.4千人。我們於2020年的社交娛樂服務月活躍用戶數已達至約19.4百萬人，並於截至2020年及2021年6月30日止六個月分別達至20.4百萬人及19.1百萬人。社交娛樂服務每月每付費用戶收入由2019年的人民幣477.6元增至2020年的人民幣573.8元。截至2020年及2021年6月30日止六個月，社交娛樂服務每月每付費用戶收入分別為人民幣551.9元及人民幣526.5元。我們的社交娛樂服務月付費用戶及每月每付費用戶收入錄得強勁增長，原因為我們的直播服務自2018年下半年推出以來取得快速發展。因此，在對2018年收入貢獻不大的情況下，我們社交娛樂服務收入及其他的收入由2019年的人民幣5億元增至2020年的人民幣23億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣9億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣16億元。

我們的增長策略及盈利路徑

透過進一步改善用戶體驗、豐富音樂及音樂衍生內容及培養我們的社區文化，我們相信可延續在線音樂服務月活躍用戶數，以及在线音樂服務及社交娛樂服務的月付費用戶增長，並提高用戶付費轉化率。

中國在線音樂及娛樂平台巨大且持續增長的用戶群體創造出一個繁榮的市場，根據灼識諮詢報告，市場規模由2016年的人民幣67億元增至2020年的人民幣414億元，年均複合增長率為57.9%，預期2025年將達到人民幣1,670億元，年均複合增長率為

概 要

32.2%。我們相信我們的多元內容及高參與度的社區為持續增長及用戶滲透提供了巨大機遇。我們相信，基於月活躍用戶數增長的有效變現戰略將有利於財務表現。隨著月活躍用戶數快速增長，我們通過促進用戶為在線音樂及社交娛樂服務付費及維持強勁的用戶增長，證明了在營收能力上的成功。

為更好地把握及利用這些機遇，我們作出了一項戰略決策，即專注於通過培養「雲村」社區擴大用戶群體及用戶參與度，為長遠盈利能力鋪平道路。我們投資於內容許可以豐富我們的內容庫，並專注於可最有效應對用戶需要並具有價值的內容。我們亦將通過有效配對音樂人、旋律、歌詞及其他資源持續開發自製內容，以進一步豐富我們的內容庫。我們獨特的社區文化、強勢的品牌及領先的市場地位，造就我們成為對音樂廠牌具吸引力的合作夥伴。我們致力於進一步鞏固與多個音樂廠牌之間的關係，從而有助我們以更有利的條款獲取音樂內容。

為了在該等趨勢下更有效應對用戶需求，我們亦持續鼓勵並扶持獨立音樂人創作更高質及多元化的音樂內容，繼而改善有關音樂內容獲取的成本架構。此外，我們產生更多支付予直播表演者及其他內容合作夥伴的收入分成成本，以進一步強化社區互動氛圍，鼓勵更多用戶分享、互動及創造內容。

憑藉我們對用戶參與平台的興趣及喜好的深入理解，我們可以根據用戶不斷變化的需求創建更多的消費場景。我們認為，這自然會帶來更大的用戶規模、更大的用戶參與度、更高的活躍用戶付費轉化、不斷擴大的付費用戶群體及更高的每名用戶平均消費。一些內容成本及收入分成成本佔收入百分比比較低的同行受益於其市場地位，從而證明我們有信心隨著用戶群及收入規模持續增長，我們可進一步增強議價能力，從而更好地控制成本並達至盈利能力。

營運資金充足

本公司相信其擁有充足營運資金，包括足夠現金及流動性資產，根據往績記錄期間持續向好的現金流狀況估算，在強勁融資能力補充下能夠應對我們目前及自本[編纂]日期起計未來12個月的要求。此外，經過往四輪融資活動佐證，本公司有良好的往績記錄，有能力向著名投資者融資來為業務提供資金。本公司相信[編纂]及其他潛在外部融資來源將為其營運提供額外資金（包括在未達到正向盈利能力及經營現金流量之前）。

| | 第1輪 | 第2輪 | 第3輪 | 第4輪 |
|------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 完成日期 | 2019年4月17日 | 2018年9月18日 | 2019年1月21日 | 2019年12月4日 |
| 總對價 | 132,121,625美元 | 150,000,000美元 | 476,000,000美元 | 701,647,059美元 |

我們下一步計劃

我們計劃在未來三年內實施以下策略。從長遠來看，我們竭力繼續成為音樂行業內改善質量、提升標準、不斷演變的品味及其他正面變動的驅動力。

- 不斷創新產品及服務

概 要

- 進一步發展我們的社區
- 繼續投資於科技能力
- 追求與合作夥伴的雙贏合作
- 進一步使我們的變現能力多樣化

與客戶的主要安排

我們主要自在線音樂服務、社交娛樂服務產生收入。下表載列我們與客戶的主要安排。

| 變現模式 | 我們的客戶 | 與客戶的主要安排 |
|-------------------|----------------|--|
| 在線音樂服務 會員服務 | 付費用戶 | <ul style="list-style-type: none">• 我們提供「經典黑膠會員」訂閱包，定價一般為每月人民幣18元；提供基本音樂訂閱包，定價一般為每月人民幣8元。• 我們亦與其他平台合作提供有折扣的聯合會員組合。• 用戶購買會員時可選擇固定期限或自動更新會籍。 |
| 廣告服務 | 廣告商 | <ul style="list-style-type: none">• 我們提供多種形式的廣告服務，包括品牌廣告及基於播放成果的廣告。• 我們支持多種計費模式，例如基於曝光及點擊數的計費。款項一般為定期支付，如每季或每半年。• 其中一家網易子公司北京網易傳媒有限公司自2020年1月1日至2022年12月31日擔任獨家代理。 |
| 數字專輯及單曲銷售 | 數字專輯及 單曲購買者 | <ul style="list-style-type: none">• 我們於平台銷售數字專輯及單曲，一般定價為每支單曲或每張專輯人民幣2元至人民幣25元。 |
| 轉授權 | 版權被授權方 | <ul style="list-style-type: none">• 我們按最低保證金額或收入分成激勵版稅或同時按兩者收費。款項於每宗交易後支付。• 我們與版權被授權方訂立的授權協議一般可經雙方協商續約。 |
| 社交娛樂服務及其他 直播服務 | 虛擬物品購買者 | <ul style="list-style-type: none">• 我們的直播服務收入主要從虛擬物品銷售中產生，定價一般為每件物品人民幣0.1元至人民幣5,200元。• 用戶一旦購買虛擬物品，無法將該等虛擬物品轉換為現金，必須由他們在我們的平台上使用。 |

概 要

與內容合作夥伴的主要安排

我們已採用多種方法創建、保護及擴展我們的內容庫。下表載列我們與內容合作夥伴的主要安排。

我們的內容合作夥伴

與內容合作夥伴的主要安排

- | | |
|-------------|--|
| 音樂廠牌及其他機構來源 | <ul style="list-style-type: none">• 我們按照最低保證授權費用及基於播放成果的授權費或同時按兩者，向音樂廠牌支付獲授權音樂內容的費用。• 最低保證授權費用乃按每宗交易支付。基於播放成果的授權費乃定期支付，如按月支付。• 音樂廠牌或其他機構來源與我們訂立的授權協議現時為獨家或非獨家。• 除非在若干情況下根據相關條文提早終止協議（比如協議規定，若合約遭違反則有權終止合約），否則該等協議一般於期限結束時屆滿。• 我們能否轉授自音樂廠牌及其他機構來源取得的內容將視乎相關授權協議而定。 |
| 註冊獨立音樂人 | <ul style="list-style-type: none">• 我們一般向這些音樂人支付基於播放成果的授權費用。• 對於某些音樂人，我們亦根據他們的受歡迎程度及播放成果，向他們支付預付款或支付固定費用。• 註冊獨立音樂人與我們訂立的有關授權協議現時為獨家或非獨家。• 除非在若干情況下根據相關條文提早終止協議（比如協議規定，若合約遭違反則有權終止合約），否則該等協議一般於期限結束時屆滿。• 我們能否轉授自註冊獨立音樂人取得的內容將視乎相關授權協議而定。 |
| 直播表演者及他們的公會 | <ul style="list-style-type: none">• 根據與直播表演者及他們的公會訂立的安排，我們容許表演者從用於打賞該表演者的虛擬物品銷售中收取一定百分比的收入分成。我們一般將有關收入分成比例與行業參與者的範圍保持相若。• 我們為表演者及公會設定按照相關收入分成安排他們須符合的定性及定量要求。• 款項一般為定期支付，如按月支付。• 直播表演者或其公會與我們訂立的有關協議現時為獨家或非獨家。• 除非在若干情況下根據相關條文提早終止協議（比如協議規定，若合約遭違反則有權終止合約），否則該等協議一般於期限結束時屆滿。 |

概 要

風險因素

我們的業務及行業、公司結構、我們在中國的業務經營、[編纂]於我們的股份、上市及[編纂]均涉及若干風險，當中多個風險我們無法控制。例如，該等風險包括(其中包括)以下與我們的業務有關的風險：

- 我們於往績記錄期間產生毛虧損及淨虧損及經營現金淨流出，且日後未必能達到或維持盈利水平。
- 我們處在一個急速演變的行業。如果我們未能準確地預測並有效地滿足用戶在內容和產品方面不斷變化的偏好，我們可能無法留住現有用戶並吸引足夠數量的新用戶，如此，我們的業務、經營業績和前景可能會受到重大不利影響。
- 我們的業務產生並處理大量數據，我們須遵守中國及其他司法轄區有關數據隱私及安全的法律法規。不當使用或披露數據均可能對我們的業務及前景造成重大不利影響。
 - (1) 《個人信息保護法》
 - (2) 《數據安全法》
 - (3) 《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》(「《7月6日意見》」)
 - (4) 《網絡安全審查辦法(修訂草案徵求意見稿)》(「《網絡安全審查辦法草案》」)
 - (5) 《數據出境安全評估辦法(徵求意見稿)》
 - (6) 《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(「《數據安全條例草案》」)
- 我們面對與《第78號通知》的頒佈、詮釋及實施有關的不確定性。
 - (1) 《關於加強網絡秀場直播和電商直播管理的通知》(「《第78號通知》」)
- 根據中國法律，本次[編纂]及我們未來籌資活動可能需獲得中國證監會或其他中國政府機關的批准；我們無法預測我們是否能夠獲得我們可能需要的批准或我們多久能獲得該批准。

- (1) 《7月6日意見》

概 要

- 我們在《反壟斷法》及《關於平台經濟領域的反壟斷指南》的詮釋和執行方面面臨不確定因素。

(1) 《關於平台經濟領域的反壟斷指南》(「《指南》」)

- 中國的互聯網、音樂、直播及在線娛樂行業受到高度監管。缺少適用於我們業務營運的任何必要批准、證照、許可、登記或備案，或者適用的法律法規或政府政策發生任何變化，均可能會對我們的業務、前景和經營業績造成重大不利影響。

(1) 《第78號通知》；

(2) 《網絡表演經紀機構管理辦法》(「《網絡表演經紀機構管理辦法》」)

- 我們已致力並將繼續投入大量精力實現用戶群變現。如果我們未能有效地執行我們的變現戰略，則我們的業務前景、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們面對著針對用戶、用戶的時間和注意力、內容、人才、廣告客戶和其他資源的激烈競爭。在中國在線音樂服務行業中，騰訊音樂娛樂集團及我們是中國兩家大規模的在線音樂平台，按2020年的收入計，分別佔市場份額的72.8%及20.5%。我們面臨的競爭主要來自騰訊音樂娛樂及中國其他音樂服務提供商。有關2020年中國在線音樂娛樂市場的主要經營指標進一步資料，請亦參閱「行業－在線音樂娛樂市場格局」。如果我們未能有效競爭，我們可能無法增加或維持我們的市場份額。

歷史財務資料概要

下表載列摘錄自本[編纂]附錄一所載會計師報告的往績記錄期間合併財務資料的財務數據概要。下文所載合併財務數據概要應與本[編纂]中的合併財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。合併財務資料乃根據《國際財務報告準則》編製。

概 要

節選合併收益表項目

下表載列於所示期間的合併損益表（均以實際金額及佔收入總額百分比列示）：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | | 截至6月30日止六個月 | | | |
|-----------------------------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|
| | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | | 2020年 | | 2021年 | |
| | 人民幣 | % |
| | (未經審計) | | | | | | | | | |
| | (千元，百分比除外) | | | | | | | | | |
| 收入 | 1,148,037 | 100.0 | 2,318,390 | 100.0 | 4,895,731 | 100.0 | 1,978,586 | 100.0 | 3,183,674 | 100.0 |
| 營業成本 | (2,465,255) | (214.7) | (3,375,104) | (145.6) | (5,491,066) | (112.2) | (2,375,100) | (120.0) | (3,196,530) | (100.4) |
| 毛虧損 | (1,317,218) | (114.7) | (1,056,714) | (45.6) | (595,335) | (12.2) | (396,514) | (20.0) | (12,856) | (0.4) |
| 銷售及市場費用 | (127,867) | (11.1) | (223,410) | (9.6) | (327,323) | (6.7) | (90,550) | (4.6) | (154,925) | (4.9) |
| 一般費用及管理費用 | (34,323) | (3.0) | (55,373) | (2.4) | (96,909) | (2.0) | (44,625) | (2.3) | (130,261) | (4.1) |
| 研發費用 | (265,978) | (23.2) | (363,200) | (15.7) | (576,457) | (11.8) | (247,158) | (12.5) | (420,313) | (13.2) |
| 其他收入 | 132 | 0.0 | 50,946 | 2.2 | 71,251 | 1.5 | 24,494 | 1.2 | 13,500 | 0.4 |
| 其他淨收益／(虧損) | 21,174 | 1.8 | 8,398 | 0.4 | (17) | (0.0) | 11,898 | 0.6 | 3,540 | 0.1 |
| 營業虧損 | (1,724,080) | (150.2) | (1,639,353) | (70.7) | (1,524,790) | (31.2) | (742,455) | (37.5) | (701,315) | (22.0) |
| 應佔使用權益法計算的 | | | | | | | | | | |
| 投資業績 | (3,969) | (0.3) | (1,011) | (0.0) | (3,658) | (0.1) | (2,659) | (0.1) | (1,780) | (0.1) |
| 財務收入 | 22,181 | 1.9 | 79,055 | 3.4 | 100,642 | 2.1 | 57,976 | 2.9 | 24,795 | 0.8 |
| 財務成本 | (123,060) | (10.7) | (28,814) | (1.2) | - | - | = | = | = | = |
| 可轉換可贖回優先股 | | | | | | | | | | |
| 公允價值變動 | (175,284) | (15.3) | (423,499) | (18.3) | (1,361,581) | (27.8) | (180,110) | (9.1) | (3,128,668) | (98.3) |
| 回購可轉換可贖回 | | | | | | | | | | |
| 優先股的虧損 | - | - | - | - | (160,500) | (3.3) | (160,500) | (8.1) | = | = |
| 除所得稅前虧損 | (2,004,212) | (174.6) | (2,013,622) | (86.8) | (2,949,887) | (60.3) | (1,027,748) | (51.9) | (3,806,968) | (119.6) |
| 所得稅費用 | (2,037) | (0.2) | (2,137) | (0.1) | (1,576) | (0.0) | (475) | (0.0) | (2,179) | (0.1) |
| 本公司權益持有人 | | | | | | | | | | |
| 應佔年／期內虧損 | (2,006,249) | (174.8) | (2,015,759) | (86.9) | (2,951,463) | (60.3) | (1,028,223) | (52.0) | (3,809,147) | (119.6) |
| 非《國際財務報告準則》 | | | | | | | | | | |
| 計量： | | | | | | | | | | |
| 經調整淨虧損 | | | | | | | | | | |
| (未經審計) ⁽¹⁾ | (1,813,745) | (158.0) | (1,580,283) | (68.2) | (1,567,989) | (32.0) | (837,787) | (42.3) | (532,976) | (16.7) |

概 要

附註：

- (1) 經調整淨利潤／(虧損) 為非《國際財務報告準則》計量。我們定義「經調整淨虧損」為年內經加回股本結算的股權款項及可轉換可贖回優先股公允價值變動調整的虧損。經調整淨利潤／(虧損) 並非《國際財務報告準則》所規定的計量或按《國際財務報告準則》呈列。使用經調整淨利潤／(虧損) 為分析工具存有限制，閣下不應將其脫離按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待、將其視為可替代對按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況所作之分析，或認為其優於按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況。更多詳情請參閱「概要－非《國際財務報告準則》計量對賬」。

非《國際財務報告準則》計量對賬

我們相信，非《國際財務報告準則》計量通過消除管理層認為對我們經營業績沒有指標作用的項目（例如若干非現金項目）的潛在影響，有助於比較不同期間及不同公司的經營業績。使用相關非《國際財務報告準則》計量作為分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待、將其視為可替代對按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況所作分析，或認為其優於按照《國際財務報告準則》所申報的經營業績或財務狀況。此外，相關非《國際財務報告準則》計量的定義或會與其他公司所用類似定義不同，亦未必可與其他公司同類計量項目比較。相關非《國際財務報告準則》計量的呈列不應解釋為我們的未來業績不受不尋常或非經常性項目的影響。下表載列所示期間非《國際財務報告準則》計量與根據最接近《國際財務報告準則》編製計量的對賬：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至6月30日止六個月 | |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2020年 | 2021年 |
| | | | | (未經審計) | |
| | | | | (人民幣千元) | |
| 本公司股東應佔年內虧損 | (2,006,249) | (2,015,759) | (2,951,463) | (1,028,223) | (3,809,147) |
| 股本結算的股權款項 ^(a) | 17,220 | 11,977 | 21,893 | 10,326 | 147,503 |
| 可轉換可贖回優先股公允價值變動 ^(b) | 175,284 | 423,499 | 1,361,581 | 180,110 | 3,128,668 |
| 非《國際財務報告準則》計量： | | | | | |
| 經調整淨虧損(未經審計) ^(c) | <u>(1,813,745)</u> | <u>(1,580,283)</u> | <u>(1,567,989)</u> | <u>(837,787)</u> | <u>(532,976)</u> |

附註：

- (a) 股本結算的股權款項主要指因《[編纂]前股權激勵計劃》而產生的股權激勵開支。預期股權激勵開支不會導致未來現金付款且並非我們核心經營業績的指標。對賬項目為非現金項目且並無導致現金流出，而於往績記錄期間已貫徹作出調整。
- (b) 可轉換可贖回優先股公允價值變動指本公司發行的可轉換可贖回優先股公允價值變動及與本公司估值變動相關。可轉換可贖回優先股公允價值變動與我們從日常營運產生收入的能力不直接相關，且我們預期不會將可轉換可贖回優先股的任何公允價值進一步變動入賬，茲因上市後，自動轉換為普

概 要

普通股致使有關可轉換可贖回優先股將由負債重新指定為權益。對賬項目為非現金、非經常項目且並無導致現金流出。

(c) 非《國際財務報告準則》計量。

因在線音樂服務及社交娛樂及其他服務均錄得快速增長，我們的收入由2018年的人民幣11億元增加至2019年的人民幣23億元及進一步增至2020年的人民幣49億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣20億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣32億元。於往績記錄期間，我們的負毛利率大幅收窄，從2018年的114.7%降至2019年的45.6%，並進一步降至2020年的12.2%，且從截至2020年6月30日止六個月的20.0%降至2021年同期的0.4%。我們於2018年、2019年及2020年確認可轉換可贖回優先股公允價值虧損人民幣175.3百萬元、人民幣423.5百萬元、人民幣1,361.6百萬元以及於截至2021年6月30日止六個月確認可轉換可贖回優先股公允價值虧損人民幣3,128.7百萬元，主要受本公司估值增加驅動的導致的可轉換可贖回優先股公允價值負債增加，從而致我們於往績記錄期間虧損上升。由於我們的可轉換可贖回優先股於上市後將自動轉換為普通股，其將被重新指定及由負債重新分類至權益。可轉換可贖回優先股公允價值變動於往績記錄期間大幅影響本集團表現，直至其轉換為本公司普通股之前，當本公司估值持續上升時，該等可轉換可贖回優先股公允價值變動或會持續對本公司業績構成不利影響。在其轉換為本公司普通股之後，我們預期不會確認來自於該等可轉換可贖回優先股的任何進一步公允價值變動損失或收益，並將恢復至淨資產狀況。

我們的淨虧損於2018年及2019年維持在人民幣20億元，及後增加至2020年人民幣30億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣10億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣38億元。淨虧損增加主要源於業務擴張使收入增加，惟被銷售及市場費用增加及研發費用增加所抵銷；以及本公司估值增加而使可轉換可贖回優先股公允價值虧損增加。於2018年、2019年、2020年以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的經調整淨虧損（非《國際財務報告準則》計量）分別為人民幣18億元、人民幣16億元、人民幣16億元、人民幣8億元及人民幣5億元。有關經營業績更多詳情，請參閱「財務資料」。

於2018年、2019年、2020年以及截至2021年6月30日止六個月，我們產生股本結算股權激勵付款人民幣17.2百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣21.9百萬元及人民幣147.5百萬元。部分根據《[編纂]前股權激勵計劃》授出的股權須視乎我們完成[編纂]的表現情況。因此，本次[編纂]完成後，我們預期就有關上市完成的股本結算股權激勵付款金額產生大幅增加。

概 要

下表載列於各所示期間按業務線劃分的絕對金額收入及佔總收入百分比：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | | 截至6月30日止六個月 | | | |
|-----------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | | 2020年 | | 2021年 | |
| | 人民幣 | % |
| | (未經審計) | | | | | | | | | |
| | (以千元計，百分比除外) | | | | | | | | | |
| 收入： | | | | | | | | | | |
| 在線音樂服務 | 1,026,168 | 89.4 | 1,776,970 | 76.6 | 2,622,685 | 53.6 | 1,073,826 | 54.3 | 1,604,325 | 50.4 |
| 社交娛樂服務及其他 | 121,869 | 10.6 | 541,420 | 23.4 | 2,273,046 | 46.4 | 904,760 | 45.7 | 1,579,349 | 49.6 |
| 總收入 | <u>1,148,037</u> | <u>100.0</u> | <u>2,318,390</u> | <u>100.0</u> | <u>4,895,731</u> | <u>100.0</u> | <u>1,978,586</u> | <u>100.0</u> | <u>3,183,674</u> | <u>100.0</u> |

在線音樂服務

下表載列各所示期間在線音樂服務收入組成部分的絕對金額及佔在線音樂服務收入的百分比：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | | 截至6月30日止六個月 | | | |
|------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | | 2020年 | | 2021年 | |
| | 人民幣 | % |
| | (未經審計) | | | | | | | | | |
| | (以千元計，百分比除外) | | | | | | | | | |
| 在線音樂服務 | | | | | | | | | | |
| 會員訂閱 | 447,129 | 43.6 | 965,923 | 54.4 | 1,603,934 | 61.2 | 725,444 | 67.6 | 1,064,600 | 66.4 |
| 廣告服務 | 290,744 | 28.3 | 414,401 | 23.3 | 465,880 | 17.8 | 186,293 | 17.3 | 270,723 | 16.9 |
| 其他 | 288,295 | 28.1 | 396,646 | 22.3 | 552,871 | 21.0 | 162,089 | 15.1 | 269,002 | 16.7 |
| 合計 | <u>1,026,168</u> | <u>100.0</u> | <u>1,776,970</u> | <u>100.0</u> | <u>2,622,685</u> | <u>100.0</u> | <u>1,073,826</u> | <u>100.0</u> | <u>1,604,325</u> | <u>100.0</u> |

概 要

- 於往績記錄期間，我們的收入快速增長，從2018年的人民幣11億元增至2019年的人民幣23億元，並進一步增至2020年的人民幣49億元，且從截至2020年6月30日止六個月的人民幣20億元增加至截至2021年6月30日止六個月的人民幣32億元。
- 於往績記錄期間，我們的負毛利率大幅收窄，從2018年的114.7%降至2019年的45.6%，並進一步降至2020年的12.2%，且從截至2020年6月30日止六個月的20.0%降至截至2021年6月30日止六個月的0.4%。
- 我們的淨虧損於2018年及2019年維持於人民幣20億元，及後增加至2020年的人民幣30億元。截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的淨虧損由人民幣10億元增加至人民幣38億元。
- 經調整淨利潤／（虧損）為非《國際財務報告準則》計量。於2018年、2019年及2020年以及截至2020年6月30日止六個月及2021年6月30日止六個月，我們的經調整淨虧損分別為人民幣18億元、人民幣16億元、人民幣16億元、人民幣8億元及人民幣5億元。更多詳情，請參閱「財務資料－非《國際財務報告準則》計量」。

我們竭力進一步令我們的變現渠道多樣化，並改善我們的財務狀況。有關我們經營業績的更多詳情，請參閱「財務資料」。

概 要

節選合併資產負債表

| | 截至12月31日 | | | 截至6月30日 |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
| | (人民幣千元) | | | |
| 資產 | | | | |
| 非流動資產 | | | | |
| 物業、廠房及設備 | 25,669 | 23,709 | 20,802 | <u>20,621</u> |
| 使用權資產 | - | - | - | <u>388</u> |
| 使用權益法計算的投資 | 26,401 | 73,531 | 88,580 | <u>86,800</u> |
| 預付內容許可費 | 550,645 | 652,860 | 894,758 | <u>597,391</u> |
| 預付款、押金及其他資產 | 30,421 | 30,634 | 633 | <u>495</u> |
| 長期銀行存款 | - | - | 190,000 | <u>=</u> |
| | <u>633,136</u> | <u>780,734</u> | <u>1,194,773</u> | <u>705,695</u> |
| 流動資產 | | | | |
| 應收賬款 | 300,420 | 373,898 | 254,375 | <u>463,646</u> |
| 預付內容許可費 | 1,081,418 | 1,184,462 | 1,362,001 | <u>1,276,849</u> |
| 預付款、押金及其他應收款 | 208,753 | 262,676 | 280,133 | <u>310,086</u> |
| 應收集團公司款項 | 2,134,151 | 18,461 | 171,682 | <u>173,420</u> |
| 按公允價值計量且其變動計入 | | | | |
| 損益的金融資產 | 162,759 | 338,742 | 971,315 | <u>52,840</u> |
| 短期銀行存款 | 2,892,839 | 5,166,923 | 816,917 | <u>3,622,897</u> |
| 現金及現金等價物 | 551,279 | 911,266 | 3,006,206 | <u>476,149</u> |
| | <u>7,331,619</u> | <u>8,256,428</u> | <u>6,862,629</u> | <u>6,375,887</u> |
| 資產總額 | <u><u>7,964,755</u></u> | <u><u>9,037,162</u></u> | <u><u>8,057,402</u></u> | <u><u>7,081,582</u></u> |
| 負債 | | | | |
| 非流動負債 | | | | |
| 合約負債 | 10,470 | 8,136 | 29,105 | <u>37,851</u> |
| 可轉換可贖回優先股 | 5,051,120 | 10,763,816 | 11,162,403 | <u>12,398,813</u> |
| 按公允價值計量且其變動計入 | | | | |
| 損益的其他金融負債 | 34,316 | - | - | <u>=</u> |
| 租賃負債 | - | - | - | <u>138</u> |
| | <u>5,095,906</u> | <u>10,771,952</u> | <u>11,191,508</u> | <u>12,436,802</u> |

概 要

| | 截至12月31日 | | | 截至6月30日 |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
| | (人民幣千元) | | | |
| 流動負債 | | | | |
| 應付賬款..... | 103,275 | 125,877 | 1,400 | <u>522</u> |
| 預提費用及其他應付款..... | 352,859 | 669,651 | 1,639,840 | <u>1,065,215</u> |
| 合約負債..... | 112,893 | 175,456 | 384,978 | <u>536,011</u> |
| 可轉換可贖回優先股..... | = | = | = | <u>1,812,387</u> |
| 應付集團公司款項..... | 3,198,920 | 239,117 | 145,800 | <u>153,765</u> |
| 應付所得稅..... | 523 | 618 | 642 | <u>548</u> |
| 租賃負債..... | - | - | - | <u>250</u> |
| | <u>3,768,470</u> | <u>1,210,719</u> | <u>2,172,660</u> | <u>3,568,698</u> |
| 負債總額..... | <u>8,864,376</u> | <u>11,982,671</u> | <u>13,364,168</u> | <u>16,005,500</u> |
| 歸屬於本公司權益持有人的權益 | | | | |
| 股本..... | 76 | 77 | 78 | <u>78</u> |
| 其他儲備金..... | 2,517,790 | 2,477,590 | 3,065,596 | <u>3,308,388</u> |
| 累計虧損..... | <u>(3,417,487)</u> | <u>(5,423,176)</u> | <u>(8,372,440)</u> | <u>(12,232,384)</u> |
| 權益持有人虧絀總額..... | <u>(899,621)</u> | <u>(2,945,509)</u> | <u>(5,306,766)</u> | <u>(8,923,918)</u> |
| 權益及負債總額..... | <u>7,964,755</u> | <u>9,037,162</u> | <u>8,057,402</u> | <u>7,081,582</u> |
| 流動資產淨額..... | 3,563,149 | 7,045,709 | 4,689,969 | <u>2,807,189</u> |
| 負債淨額..... | (899,621) | (2,945,509) | (5,306,766) | <u>(8,923,918)</u> |

截至2018年、2019年、2020年12月31日及2021年6月30日，我們錄得流動資產淨額分別為人民幣36億元、人民幣70億元、人民幣47億元及人民幣28億元。流動資產淨額主要來自預付當期許可費、短期銀行存款以及現金及現金等價物，部分由應付賬款、預提費用及其他應付款及應付網易集團款項所抵銷。往績記錄期間流動資產淨額波動主要由於從數輪優先股發行收取現金募集資金，部分由和網易集團之間的結餘變動所抵銷。有關各項營運資金項目重大變動的詳細討論，請參閱「財務資料－運營資金」。

截至2018年、2019年及2020年12月31日以及截至2021年6月30日，我們的負債淨額分別為人民幣9億元、人民幣29億元、人民幣53億元及人民幣89億元。負債淨額增加主要由於截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年6月30日止六個月我們產生的經營虧損；及本公司估值增加而使可轉換可贖回優先股負債公允價值增加。

入賬為負債的所有可轉換可贖回優先股將於緊接上市完成前轉換為本公司普通股，而有關負債將於上市後終止確認並入賬為權益增加。我們預期淨負債狀況將於上市後轉為淨資產狀況。

概 要

節選合併現金流量項目

下表載列各所示期間的現金流量概要：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至6月30日止六個月 | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2020年 | 2021年 |
| | | | | (未經審計) | |
| | (人民幣千元) | | | | |
| 營運資金變動前的經營現金流出... | (1,690,060) | (1,618,048) | (1,498,416) | <u>(728,971)</u> | <u>(551,839)</u> |
| 營運資金變動..... | (1,055,146) | (85,806) | 530,510 | <u>(989)</u> | <u>(193,903)</u> |
| 已付所得稅..... | <u>(1,239)</u> | <u>(2,042)</u> | <u>(1,552)</u> | <u>(488)</u> | <u>(2,273)</u> |
| 經營活動所用現金淨額..... | (2,746,445) | (1,705,896) | (969,458) | <u>(730,448)</u> | <u>(748,015)</u> |
| 投資活動(所用)/所得現金淨額.. | (3,130,149) | (2,440,046) | 3,405,915 | <u>664,433</u> | <u>(1,721,241)</u> |
| 融資活動所得/(所用)現金淨額.. | <u>6,370,794</u> | <u>4,488,208</u> | <u>(320,948)</u> | <u>(320,948)</u> | <u>(64,499)</u> |
| 現金及現金等價物增加/(減少) | | | | | |
| 淨額..... | 494,200 | 342,266 | 2,115,509 | <u>(386,963)</u> | <u>(2,533,755)</u> |
| 年初現金及現金等價物..... | 23,460 | 551,279 | 911,266 | <u>911,266</u> | <u>3,006,206</u> |
| 匯兌損益對現金及現金等價物 的影響..... | <u>33,619</u> | <u>17,721</u> | <u>(20,569)</u> | <u>21,430</u> | <u>3,698</u> |
| 年末現金及現金等價物..... | <u><u>551,279</u></u> | <u><u>911,266</u></u> | <u><u>3,006,206</u></u> | <u><u>545,733</u></u> | <u><u>476,149</u></u> |

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們錄得經營活動所用現金淨額，分別為人民幣27億元、人民幣17億元、人民幣969.5百萬元、人民幣730.4百萬元及人民幣748.0百萬元。經營活動所用現金淨額改善主要源於業務擴張。尤其是，會員訂閱及直播服務收入增加帶來的現金流入超出內容服務成本增加帶來的現金流出。我們已投資於內容購買以豐富我們的內容庫，專注於能最有效應付用戶需要的寶貴內容。有關更多詳情，請參閱「財務資料－流動性及資本來源－經營活動所用現金淨額」。

概 要

主要財務比率

下表分別載列於所示期間的若干主要財務比率：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至6月30日止六個月 | |
|------------------------------|-------------|-------|-------|-------------|-------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2020年 | 2021年 |
| 收入增長率(%)..... | 不適用 | 101.9 | 111.2 | 不適用 | <u>60.9</u> |
| 負毛利率 ⁽¹⁾ (%)..... | 114.7 | 45.6 | 12.2 | <u>20.0</u> | <u>0.4</u> |

附註：

(1) 負毛利率按毛虧損除以收入計算。

我們的負毛利率由2018年的114.7%收窄至2019年的45.6%，其後進一步減至2020年的12.2%，且我們的負毛利率由截至2020年6月30日止六個月的20.0%收窄至截至2021年6月30日止六個月的0.4%。於往績記錄期間負毛利率收窄乃主要由於(i)我們的業務經營規模擴大，特別是直播業務急速增長，及(ii)控制營業成本。

主要經營數據

下表載列於所示期間的在線音樂服務月活躍用戶數。

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至6月30日止六個月 | |
|--|-------------|-------|-------|--------------|--------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2020年 | 2021年 |
| 在線音樂服務月活躍用戶數 (百萬人) ⁽¹⁾ | 105.1 | 147.2 | 180.5 | <u>173.2</u> | <u>184.5</u> |

附註：

(1) 有關定義見「技術詞彙」。

於往績記錄期間，我們的在線音樂服務月活躍用戶數大幅增加，主要由於我們持續致力改善用戶體驗、創新互動功能及豐富提供的內容。

由於我們的在線音樂服務用戶群的規模及參與度水平持續增長，我們致力為他們提供更多音樂衍生社交娛樂服務，主要包括我們的直播服務。我們於2018年下半年推出直播服務，該業務產生的收入佔往績記錄期間社交娛樂服務收入絕大部分。我們活躍並鼓勵內容創作的社區文化，以及我們提供的各色各樣音視頻直播形式內容為直播業務貢獻強勁增長。我們的直播服務業務處於相對早期階段，而我們預期直播服務業務產生的收入絕對金額於可預見將來將繼續增長。

概 要

下表載列於往績記錄期間我們的月付費用戶數及每月每付費用戶收入。

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至6月30日止六個月 | |
|------------------------------------|-------------|---------|----------|-----------------|-----------------|
| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2020年 | 2021年 |
| 月付費用戶數 ⁽¹⁾ (千人) | | | | | |
| 在線音樂服務 | 4,201.1 | 8,626.5 | 15,961.5 | <u>12,999.0</u> | <u>26,134.5</u> |
| 社交娛樂服務 | 5.8 | 91.7 | 327.1 | <u>270.2</u> | <u>496.4</u> |
| 每月每付費用戶收入 ⁽¹⁾ (人民幣元) | | | | | |
| 在線音樂服務 ⁽²⁾ | 8.9 | 9.3 | 8.4 | <u>9.3</u> | <u>6.8</u> |
| 社交娛樂服務 ⁽³⁾ | 無意義* | 477.6 | 573.8 | <u>551.9</u> | <u>526.5</u> |

附註：

* 因我們的社交娛樂服務於該年度下半年開始，故並無意義。

(1) 有關定義，見「技術詞彙」。

(2) 用於計算在線音樂服務每月每付費用戶收入的收入僅包括會員訂閱收入，於2018年、2019年、2020年以及截至2020年及2021年6月30日止六個月的金額分別為人民幣447.1百萬元、人民幣965.9百萬元、人民幣1,603.9百萬元、人民幣725.4百萬元及人民幣1,064.6百萬元。

(3) 用於計算社交娛樂服務每月每付費用戶收入的收入僅包括社交娛樂收入，於2018年、2019年、2020年以及截至2020年及2021年6月30日止六個月的金額分別為人民幣3.9百萬元、人民幣525.6百萬元、人民幣2,252.2百萬元、人民幣894.7百萬元及人民幣1,568.2百萬元。

我們的在線音樂服務月付費用戶數於往績記錄期間大幅增長，主要由於加強會員服務所提供產品及內容。我們的社交娛樂服務月付費用戶數及每月每付費用戶收入急劇增長，乃由於直播服務自其於2018年下半年推出起快速發展。為進一步培養用戶的付費意願，我們致力持續改善用戶體驗、加強產品及內容供給以及深化用戶參與度。

競爭格局

根據灼識諮詢報告，在中國在線音樂服務行業中，我們是中國兩家大規模的在線音樂平台之一，並於2020年擁有最高的平均付費率，就用戶規模和參與度而言，我們為音樂愛好者提供了高度互動的內容社區。此外，根據灼識諮詢進行的一項調查，我們是最受1990年或之後出生的用戶歡迎的中國在線音樂平台，而快速增長的1990年或之後出生的用戶佔在線音樂娛樂市場用戶總數近50%。「網易雲音樂」截至2021年6月30日已吸引逾300,000位註冊獨立音樂人，標誌其成為中國最大的獨立音樂人在線孵化器。在中國有若干以音頻或音樂衍生的直播內容為基礎的社交娛樂平台。根據灼識諮詢報告，我們以2020年最高每月每付費用戶收入成為中國最大的音樂衍生的社交娛樂服務提供商之一。

概 要

根據灼識諮詢報告，中國在線音樂娛樂市場的最大市場參與者於2020年擁有約644百萬名平均移動月活躍用戶數及7.7%的在線音樂服務平均付費比率。此外，根據灼識諮詢報告，該市場參與者於2020年的在線音樂服務收入約人民幣93億元。公司有其本身的經營指標計算方法，如平均月活躍用戶數及平均付費比率。因此，有關其他市場參與者的數字可能無法與我們的數字直接比較，並僅供閣下參考。即使本集團較最大市場參與者而言屬於遲來市場進入者，2020年的在線音樂服務仍達到在線音樂服務月活躍用戶數約180.5百萬人的用戶群及平均付費比率8.8%，按2020年在線音樂服務收入計在中國擁有第二大市場份額，在線音樂服務收入約人民幣26億元，但本集團與最大市場參與者現時在規模上仍有顯著差距。有關本集團與其他市場參與者的主要經營指標及收入的更多比較結果資料，請參閱「行業」。

無重大不利變動

進行董事認為恰當的充分盡職調查及經審慎周詳考慮後，董事確認，截至本[編纂]日期，除附錄一會計師報告附註35所述的其後事件、「概要－近期發展」所述的近期發展及「概要－業務可持續性」所述風險外，我們自2021年6月30日（即本[編纂]附錄一會計師報告的報告期截止日）起的財務或交易狀況並無重大不利變動，且自2021年6月30日起並無發生對本[編纂]附錄一會計師報告所載的資料產生重大影響的事件。

[編纂]統計數據

下表載列的所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成且根據[編纂]已發行[編纂]股[編纂]；及(ii)於[編纂]完成後，已發行及流通[編纂]股股份。

| | 按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算 | 按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算 |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 股份的市值 ⁽¹⁾ | [編纂]百萬港元 | [編纂]百萬港元 |
| 未經審計備考經調整每股 有形資產淨值 ⁽²⁾ | [編纂]港元 (人民幣[編纂]元) | [編纂]港元 (人民幣[編纂]元) |

附註：

- (1) 市值按緊隨[編纂]完成後預計發行的[編纂]股股份計算（假設推定為實）。
- (2) 截至2021年6月30日的未經審計備考經調整每股有形資產淨值乃於作出附錄二所述的調整後及按發行[編纂]股股份的基準計算（假設[編纂]及優先股轉換為A類普通股已於2021年6月30日完成）。

概 要

有關股東應佔未經審計備考經調整每股有形資產淨值的計算，請參閱附錄二「未經審計備考財務資料」。

[編纂]

[編纂]

根據[編纂]的[編纂]範圍中位數每股[編纂][編纂]港元，以及假設[編纂]並未獲行使，經扣除我們應付的估計[編纂]及估計[編纂]，我們估計我們將收取的[編纂][編纂]約為[編纂]百萬港元，或[編纂]百萬港元（假若[編纂]獲悉數行使）。我們計劃將從[編纂]收取的[編纂]用於以下用途：

- [編纂]約[編纂]%（即約[編纂]百萬港元）預計將用作繼續深耕我們的社區。我們將繼續投資於音樂及音樂衍生內容以擴充音樂內容庫，並豐富垂直領域音樂內容作品，尤其是新興及創新類型，從而為年輕用戶提供多元化內容選擇，滿足他們不斷轉變的需要；繼續通過我們的平台及各種舉措發掘和吸引獨立藝術家，並利用我們的多渠道社區功能、用戶反饋及技術能力支持他們的音樂內容創作、推廣及變現獲利，以進一步豐富和充實我們的內容，滿足不斷變化的用戶需求及喜好；不斷完善我們的社交互動功能，實施支持項目，並增強我們社區文化的活躍度，以鼓勵及激勵我們的用戶相互交流及創作內容；及繼續推廣我們的品牌，提高其在用戶，特別是在年輕用戶中的知名度及影響力。我們預期於未來36至60個月將該部分[編纂]用於上述目的。
- [編纂]約[編纂]%（即約[編纂]百萬港元）預計將用作繼續創新並提高技術能力。我們將繼續吸引、留住及激勵我們的研發人才，特別是數據科學家、人工智能專家、軟件工程師及其他研發人員，以支持我們的研發計劃和產品創新，包括但不限於提升音樂及直播技術，以進一步提升我們應用程序的性能，並完善我們的產品特性和功能，以進一步提升用戶參與度；繼續投資於人工智能、機器學習及數據分析相關的研發計劃以加強我們的技術能力、增進我們對用戶需求及喜好的了解，優化我們的個性化內容推薦及進一步開發各種工具，支持獨立音樂人和用戶

概 要

的創作努力；繼續創新以改善及升級音樂及社交娛樂產品及服務，提供更加沉浸及更自由的用戶體驗，滿足用戶不斷增長的需求並提高用戶黏性；及繼續升級及擴展我們的IT基礎設施，包括數據中心及帶寬，以支持我們不斷增長的用戶群以及產品和內容供應。我們預期於未來24至36個月將該部分[編纂]用於上述目的。

- [編纂]約[編纂]%（即約[編纂]百萬港元）預計將用作甄選合併、收購及戰略投資，包括繼續物色能夠與我們的業務和資源產生協同效應的潛在業務和資產，特別是在內容採購、數據和音頻技術等領域。我們相信該等收購及投資將與我們的業務互補，亦符合我們的增長策略。尤其是，為鞏固我們的技術地位、吸引更多用戶使用平台以及培養及協助註冊獨立藝術家創作內容，我們將物色可以與我們的現有業務實現協同效應的潛在業務及資產。
- [編纂]約[編纂]%（即約[編纂]百萬港元）預計將用作營運資金及一般企業用途。

進一步詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。

我們的控股股東

於最後實際可行日期，我們的母公司網易（透過實益擁有的股份及本公司已發行股本總額[編纂]%）為唯一直接控制本公司投票權超過30%的股東。並無單一股東對網易具有法定控制權，網易為一家美國存託股在納斯達克上市（納斯達克：NTES）及股份在聯交所第二上市（香港聯交所：9999）的上市公司。因此，於上市後，本公司將繼續為網易的子公司，而網易將為我們的控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

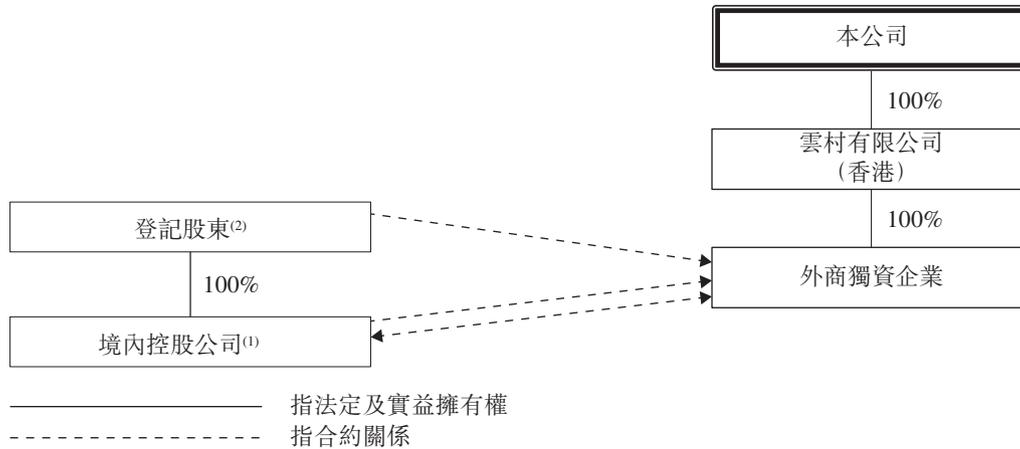
[編纂]

概 要

合約安排

我們所處的行業受現行中國法律及法規的限制。為遵守該等法律，我們通過合約安排控制境內控股公司。通過合約安排，我們對境內控股公司的財務及經營事項擁有實際控制權，並享有關聯併表實體經營產生的所有經濟利益。請參閱「合約安排」。

以下簡圖說明合約安排下從境內控股公司到本集團的經濟利益流：



附註：

- (1) 境內控股公司為杭州樂讀及杭州熱歌。我們經營所在並受限於外商投資限制的行業為電台及電視節目製作、經營性網絡文化活動及增值電信服務。
- (2) 杭州樂讀的登記股東為丁先生及朱一聞先生，他們分別擁有杭州樂讀99%及1%的股份。杭州熱歌的登記股東為彭勇先生，彭勇先生全資擁有杭州熱歌。

[編纂]

概 要

[編纂]

股利

我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。未來任何有關宣派及派付任何股利（包括中期股利）的決定將由董事會決定，並將取決於（其中包括）從子公司收取的股利的可得性、我們的盈利、資本及投資需求、債務水平及董事會認為相關的其他因素。本公司沒有固定派息比率。我們目前擬保留大部分（若並非全部）可用資金及任何未來盈利用於經營及擴展業務。據我們開曼群島顧問的意見，根據開曼群島法律，開曼群島公司可從利潤或股份溢價賬派息。即使存在累計虧損，只要組織章程大綱及細則不禁止，仍可從股份溢價賬中派付股利。在任何情況下，若宣派或派付股利將導致公司在日常業務過程中無法償還到期債務，則不得宣派或派付股利。然而，[編纂]不應出於收取現金股利的預期而購買我們的股份。

概 要

近期發展

主要經營數據

下表載列所示期間我們的月付費用戶數及每月每付費用戶收入：

| | 截至9月30日止九個月 | |
|--------------------------------|-------------|----------|
| | 2020年 | 2021年 |
| 月付費用戶數 ⁽¹⁾ (千人) | | |
| 在線音樂服務 | 14,241.6 | 27,521.4 |
| 社交娛樂服務 | 303.0 | 583.7 |
| 每月每付費用戶收入 ⁽²⁾ (人民幣) | | |
| 在線音樂服務 ⁽³⁾ | 9.0 | 6.8 |
| 社交娛樂服務 ⁽³⁾ | 552.3 | 504.1 |

附註：

- (1) 有關定義，見「技術詞彙」。
- (2) 用於計算在線音樂服務每月每付費用戶收入的收入僅包括會員訂閱收入，截至2020年及2021年9月30日止九個月分別為人民幣12億元及人民幣17億元。
- (3) 用於計算社交娛樂服務每月每付費用戶收入的收入僅包括社交娛樂收入，截至2020年及2021年9月30日止九個月分別為人民幣15億元及人民幣26億元。

截至2021年9月30日止九個月未經審計財務資料

根據我們的未經審計管理賬目，截至2021年9月30日止九個月的總收入為人民幣51億元。截至2021年9月30日止九個月，我們的毛利為人民幣19.6百萬元，即毛利率為0.4%。截至2021年9月30日止九個月，我們的經營虧損為人民幣11億元。

概 要

截至2020年及2021年9月30日止九個月，我們的收入產生自在線音樂服務以及社交娛樂服務及其他。下表載列於所示期間分別按業務線劃分的絕對金額收入及佔收入百分比：

| | 截至9月30日止期間 | | | |
|------------------|------------------|---------------|---------------|------------|
| | 2020年 | | 2021年 | |
| | 人民幣 | % | 人民幣 | % |
| | (未經審計) | | | |
| | (以千元計，百分比除外) | | | |
| 總收入 | 3,371,222 | 100.0 | 5,108,357 | 100.0 |
| 在線音樂服務 | 1,851,299 | 54.9 | 2,435,566 | 47.7 |
| 社交娛樂服務及其他 | 1,519,923 | 45.1 | 2,672,791 | 52.3 |
| 收入成本 | (3,858,569) | (114.5) | (5,088,767) | (99.6) |
| (毛虧損) / 毛利 | <u>(487,347)</u> | <u>(14.5)</u> | <u>19,590</u> | <u>0.4</u> |

我們在線音樂服務的收入主要包括不同內容及服務組合的會員訂閱銷售。我們社交娛樂服務及其他的收入主要來自虛擬物品銷售。我們的收入由截至2020年9月30日止九個月的人民幣34億元大幅上升至截至2021年9月30日止九個月的人民幣51億元，主要由於我們的用戶群持續擴大，以及我們的社交娛樂服務及會員訂閱收入大幅上升。我們在線音樂服務的月活躍用戶數由截至2020年9月30日止九個月的179.6百萬人增加至2021年9月30日止九個月的184.2百萬人。我們社交娛樂服務的月活躍用戶數由截至2020年9月30日止九個月的20.0百萬人增加至2021年9月30日止九個月的21.1百萬人。

我們的收入成本主要包括內容服務成本，包括(1)向音樂廠牌、獨立音樂人及其他版權合作夥伴支付的內容授權費及(2)向直播表演者及其直播公會支付的收入分成費及其他成本。我們的收入成本由截至2020年9月30日止九個月的人民幣39億元上升至截至2021年9月30日止九個月的人民幣51億元，主要由於收入分成費隨著社交娛樂服務收入增加而上升，以及內容授權費輕微增加。

截至2020年及2021年9月30日止九個月，我們產生毛虧損分別人民幣487.3百萬元，即毛利率為負值14.5%，並獲得毛利人民幣19.6百萬元，即毛利率為0.4%。我們的毛利率由負值轉為正值，這是由於我們收入的大幅上升及控制內容授權費。

上述截至2021年9月30日止九個月的未經審計財務資料來自截至2021年9月30日止九個月的未經審計中期綜合財務資料。我們根據國際會計準則第34號《中期財務報告》，負責編製截至2021年9月30日止九個月的未經審計中期綜合財務資料。[截至2021年9月30日止九個月的未經審計中期綜合財務資料經已由我們的申報會計師根據國際審計及鑑證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號《由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱》所審閱。]

概 要

近期法規發展

於2021年7月24日，國家市場監管總局向某中國互聯網巨頭發出《行政處罰決定書》，或稱《決定》。根據《決定》，國家市場監管總局就該互聯網巨頭於收購一家音樂公司時沒有申請經營者集中反壟斷審查而向其處以人民幣500,000元罰款，並要求該互聯網巨頭及其關聯音樂公司實施整改計劃，其中包括自《決定》發佈之日起30日內解除其獨家音樂版權授權協議。

《決定》鼓勵於開放授權及合理版權費用的基礎上營造公開、公平、健康的產業環境。與版權資源相比，音樂服務及用戶體驗對於行業參與者來說將日益重要。我們提供多樣化的音樂以及音樂衍生產品及服務，將在未來的行業競爭中為我們帶來競爭優勢。自互聯網巨頭的關聯音樂公司被要求終止獨家音樂版權授權協議起，我們便一直與多家音樂廠牌洽談合作。近日，我們宣佈與中國其中一家主要原創音樂唱片公司摩登天空的新戰略合作，並獲得其完整音樂版權授權，以及與香港最大娛樂集團之一英皇娛樂集團的合作。

於2020年11月，國家廣播電視總局頒佈《第78號通知》，列明開辦網絡秀場直播或電商直播的平台登記規定以及若干直播業務的實名制註冊規定、限制用戶虛擬打賞最高金額、禁止未成年用戶打賞、直播審核人員規定、內容標籤分類規定以及其他規定。根據2021年2月9日發佈的《關於加強網絡直播規範管理工作的指導意見》，開展網絡視聽節目服務的直播平台須持有《信息網絡傳播視聽節目許可證》(或在全國網絡視聽平台信息登記管理系統中完成登記)並進行ICP備案。於往績記錄期間，我們部分收入產生自直播。我們的平台(包括「網易雲音樂(歌房)」、「聲波」、「LOOK直播」)登記申請已呈交至全國網絡視聽平台信息登記管理系統，目前處於審核階段。我們仍等待獲得監管機關進一步指示並評估《第78號通知》的各項規定對我們業務的適用性及影響。

於2021年8月30日，文化和旅遊部發佈《網絡表演經紀機構管理辦法》，列明網絡表演經紀機構不得以虛假消費、帶頭打賞等方式誘導用戶在網絡表演直播平台消費，不得以打賞排名、虛假宣傳等方式進行炒作。然而，《網絡表演經紀機構管理辦法》相對較新，其詮釋及執行涉及不確定性。

《未成年人保護法(2020修訂)》於2021年6月1日生效，規定(其中包括)網絡直播服務提供者不得為未滿十六周歲的未成年人提供網絡直播發佈者賬號註冊服務；為年滿十六周歲的未成年人提供網絡直播發佈者賬號註冊服務時，應當對其身份信息進行認證，並徵得其父母或者其他監護人同意。截至本文件日期，我們並無就未成年人保護而遭受任何處罰。

概 要

國務院反壟斷委員會於2021年2月7日頒佈《指南》，並於同日生效，旨在加強平台模式及總體平台經濟下業務的反壟斷管理。《指南》列明部分可被認定為壟斷的互聯網平台活動情況並載列有關可變利益實體的合併控制備案程序。截至本文件日期，我們並無就反壟斷而遭受任何處罰。

於2021年7月6日，中共中央辦公廳及國務院辦公廳聯合頒佈《7月6日意見》，要求加強對中概股公司的監管，修改關於該等公司境外募集股份及上市的特別規定，明確境內行業主管和監管部門職責。此外，隨著《7月6日意見》的頒佈，中概股公司在數據安全、跨境數據流動及涉密信息管理等方面的合規受到中國監管機關的嚴格審查。預計此類法律法規將發生進一步變化，可能要求強化信息安全責任和加強跨境信息管理機制及程序。截至本文件日期，我們並無就本次[編纂]接獲中國證監會或任何其他有關中國政府機關的任何詢問、通知、警告或制裁。

於2021年7月10日，國家互聯網信息辦公室就《網絡安全審查辦法草案》公開徵求意見，規定關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，數據處理者（連同關鍵信息基礎設施運營者統稱「運營者」）開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。根據《網絡安全審查辦法草案》，掌握超過1百萬用戶個人信息的運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。然而，《網絡安全審查辦法草案》並無就「國外上市」提供進一步解釋或詮釋。截至最後實際可行日期，《網絡安全審查辦法草案》尚未正式施行。根據現有中國網絡安全法律，關鍵信息基礎設施運營者擬採購網絡產品和服務，可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。如我們的中國法律顧問告知，在《網絡安全審查辦法草案》下，「關鍵信息基礎設施運營者」的實際範疇及現有監管機制尚未明確，而中國政府機關對詮釋及執行該等法律可能具廣泛的自由裁量權。截至本文件日期，我們並無涉及國家互聯網信息辦公室就網絡安全審查作出的任何調查，而我們亦無就此方面接獲任何詢問、通知、警告或制裁。

於2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《個人信息保護法》，其於2021年11月1日生效。《個人信息保護法》進一步強調處理者的義務及責任對個人信息保護的重要性，並制定處理個人信息的基本規則，以及個人信息跨境提供的規則。

概 要

根據《個人信息保護法》，僅在若干情況下，如取得個人的同意，或為履行個人作為一方當事人的合同或履行法定職責所必需，或者按照依法制定的勞動規章制度和依法簽訂的集體合同實施人力資源管理所必需，保護公共利益，或在合理的範圍內使用已經合法公開的信息等，個人信息處理者方可處理（包括收集、存儲、使用、傳輸、提供、公開、刪除等）個人信息。處理敏感個人信息，如一旦非法洩露，容易導致人格尊嚴受到侵害或者人身、財產安全受到危害的個人信息，以及不滿十四周歲未成年人的個人信息，須遵守更高的監管要求，包括須具有特定的目的和充分的必要性、向有關個人告知的責任，以及取得未成年人的父母或者其他監護人的同意。

此外，任何跨境個人信息傳輸均必須遵守必要性原則，以及具備下列條件之一：(i) 通過國家網信部門組織的安全評估；(ii) 按照國家網信部門的規定經專業機構進行個人信息保護認證；(iii) 按照國家網信部門制定的標準合同與境外接收方訂立合同；或(iv) 法律、行政法規或者國家網信部門規定的任何其他條件。

關鍵信息基礎設施運營者及處理個人信息達到國家網信部門規定數量的個人信息處理者，必須在中國境內存儲在中國境內收集或產生的個人信息。如確需向境外提供有關信息，則必須通過國家網信部門組織的安全評估。截至本文件日期，我們並沒有受到任何關於個人信息保護方面的處罰。

2021年11月14日，國家互聯網信息辦公室就《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》（「《數據安全條例草案》」）公開徵求意見。根據《數據安全條例草案》，數據處理者如進行以下活動：(1) 匯聚掌握大量關係國家安全、經濟發展、公共利益的數據資源的互聯網平台運營者實施合併、重組、分立，影響或者可能影響國家安全的；(2) 處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的；(3) 數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；(4) 其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動，應當按照國家有關規定，申報網絡安全審查。然而，《數據安全條例草案》並無就「影響或可能影響國家安全」提供進一步解釋或詮釋。如我們的中國法律顧問所告知，中國政府機關對於「影響或可能影響國家安全」的詮釋可能具廣泛的自由裁量權。

此外，《數據安全條例草案》還從個人信息保護、重要數據安全、數據跨境安全管理、互聯網平台運營者義務的角度就數據處理者利用網絡開展數據處理活動進行了其他具體規定。例如，有下列情況之一的，數據處理者應當在十五個工作日內刪除個人信息或匿名化處理：(1) 已實現個人信息處理目的或者實現處理目的不再必要；(2) 達到與用戶約定或者個人信息處理規則明確的存儲期限；(3) 終止服務或者個人註銷賬號；(4) 因使用自動化採集技術等，無法避免採集到的非必要個人信息或者未經個人同意的個人

概 要

信息。處理重要數據的，應符合具體要求，例如，重要數據的處理者應當明確數據安全負責人，成立數據安全管理機構，並在識別其重要數據後的十五個工作日內向設區的市級網信部門備案。

數據處理者處理一百萬人以上個人信息的，還應當遵守《數據安全條例草案》對重要數據的處理者作出有關重要數據安全的規定。處理重要數據或者赴境外上市的數據處理者，應當自行或者委託數據安全服務機構每年開展一次數據安全評估，並在每年1月31日前將上一年度數據安全評估報告報設區的市級網信部門。數據處理者向境外提供在中國境內收集和產生的數據，倘若數據中包含重要數據、或倘若數據處理者為關鍵信息基礎設施運營者或處理一百萬人以上個人信息，數據處理者應當通過國家網信部門組織的數據出境安全評估。

由於《數據安全條例草案》於頗為近期頒佈，《數據安全條例草案》部分要求需視乎更細化的明文規定或實行標準，我們仍正評估《數據安全條例草案》各項規定對我們業務的適用程度。基於事實上《數據安全條例草案》並未正式通過及視乎進一步指引，且本集團並無涉及國家互聯網信息辦公室按此基準作出的任何網絡安全審查的調查，亦並無就此接獲任何查詢、通知、警告或制裁，經諮詢中國法律顧問，董事認為有關條例並無對本集團業務經營及財務表現構成重大不利影響，且將不會影響本公司截至[編纂]日期在任何重大方面遵守法律及法規。然而，董事及中國法律顧問不能排除日後頒佈的新規則或法規將會對本集團施加額外合規規定的可能性。

鑒於上述《第78號通知》，《7月6日意見》及《網絡表演經紀機構管理辦法》尚待進一步指示，《網絡安全審查辦法草案》尚未正式施行，而我們並無因未成年人保護、壟斷或個人信息保護而受到任何處罰，董事及我們的中國法律顧問認為，截至本[編纂]日期，上述法律法規變動不會影響本集團在任何重大方面遵守法律法規。然而，董事及中國法律顧問無法排除未來頒佈的新規則或法規對本集團施加額外合規要求的可能性。

基於上述事實及分析，並考慮到下列由聯席保薦人進行的盡職調查，聯席保薦人並無注意到任何事項可能導致他們對董事及中國法律顧問意見的合理性產生懷疑，即上述法律法規變動（包括上述自2021年7月以來頒佈的法律法規的變動）將不會影響本集團截至本[編纂]日期在任何重大方面遵守法律法規。有關盡職調查工作包括（但不限於）：(i)與本公司管理層討論以理解（其中包括）本公司網絡安全及數據隱私控制以及現時適用中國法律及網絡安全近期監管發展對本公司業務造成即將發生的影響；(ii)審閱相關支持文件；及(iii)與中國法律顧問及聯席保薦人的中國法律顧問討論（其中包括）上述近期監管發展的潛在影響及最新狀態。

概 要

於往績記錄期間，我們在以下方面出現若干不合規事件，(i)《信息網絡傳播視聽節目許可證》及相關登記；(ii)《網絡出版服務許可證》及(iii)有關我們平台若干內容的行政處罰。詳情請參閱「業務－不合規事件」及「業務－質量控制及內容審核」。我們的中國法律顧問認為，除本[編纂]所披露之外，我們於往績記錄期間在所有重大方面已遵守相關中國法律法規。

COVID-19對營運的影響

COVID-19疫情對中國以至全球其他地區造成了嚴重的影響。

我們採取了一系列措施應對疫情以保護員工，包括臨時關閉辦公室、安排員工居家辦公、限制或暫停旅遊等。特別是我們的線下活動因旅遊限制而縮減規模甚至被取消，暫時不利於我們的營銷活動。我們亦在疫情爆發後為僱員提供口罩、洗手液及其他防護用品，這已經增加及可能繼續增加我們的經營及支援成本。另外，倘若任何僱員疑似感染COVID-19或任何其他傳染病，我們的僱員可能會被隔離及關閉辦公室以進行消毒，因而可能中斷我們的業務營運。因此，於2020年上半年，我們的營運在一定程度上亦因業務活動和商業交易延遲以及政府延長商業及旅遊限制期間的整體環境不明朗而受到影響。

此外，於2020年上半年，COVID-19疫情亦對廣告服務所得收入造成不利影響，原因是部分廣告商削減了他們的支出和預算。鑑於2018年至2019年廣告服務的收入增長為42.5%，2020年上半年的廣告服務所得收入較2019年上半年增長8.5%，如無COVID-19帶來的負面影響，本來可獲得更高增長。雖然在COVID-19爆發期間政府實行封城和各種社交距離措施導致大眾轉用網上社交和娛樂活動以取代實際的接觸，有關措施已導致整體業務活動減少。有關疫情及經濟的普遍疑慮和不確定，加上消費者情緒整體低迷，對我們的業務或會有負面影響。

其後，國內多項隔離措施開始逐步放寬，我們自2020年下半年起恢復正常營運。我們自2020年下半年起繼續採取一些措施改善我們的財務表現，包括提高社交娛樂服務的變現能力，如開通在線演唱會服務，以及開發如「心遇」等新產品。COVID-19疫情可能持續對我們營運及財務表現造成何種影響將視乎未來發展而定，而此具有極大不確定性且難以預測。儘管我們相信COVID-19爆發對業務的影響屬有限，我們難以確定影響及估計COVID-19爆發對長期業績的影響。請參閱「風險因素－與我們的業務和行業有關的風險－COVID-19疫情已對且可能繼續對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響」。

概 要

截至2021年12月31日止年度預測虧損大幅增加

我們估計，本集團截至2021年12月31日止年度的未經審計合併淨虧損相比截至2020年12月31日止年度而言將錄得大幅增加。我們截至2021年12月31日止年度的估計淨虧損將受大幅可轉換可贖回優先股公允價值變動、銷售及市場費用增加以及研發費用增加所影響。

隨著本公司估值上升，我們的可轉換可贖回優先股公允價值負債或會持續上升，並可能一直錄得可轉換可贖回優先股公允價值虧損。我們的可轉換可贖回優先股於上市後將自動轉換為普通股，預期其後不會確認可轉換可贖回優先股公允價值變動任何進一步虧損或收益。

按照我們的整體發展戰略，相比2020年，我們預期銷售及市場費用以及研發費用的絕對金額將於2021年增加，因為我們投資於銷售及市場以壯大用戶群及用戶參與度，以及進一步提升品牌辨識度。我們亦投資於其他各方面，包括研發能力，以進一步發展技術及基礎建設，從而提升用戶體驗。

因此，相比截至2020年12月31日止年度，我們預期截至2021年12月31日止年度的未經審計合併淨虧損將大幅增加。