

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

 **网易云音乐**
CLOUD VILLAGE INC.
雲音樂股份有限公司
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號：9899)

截至2022年3月31日止三個月的財務及業務回顧

雲音樂股份有限公司（「本公司」），連同其子公司統稱「本集團」董事會（「董事會」）欣然宣佈本集團截至2022年3月31日止三個月的未經審計財務資料及經營資料。

主要財務資料

	截至3月31日止三個月		
	2022年	2021年	變動(%)
收入	2,067,206	1,491,167	+38.6%
營業成本	(1,815,649)	(1,545,118)	+17.5%
毛利／(毛虧損)	251,557	(53,951)	-566.3%
期間內虧損	(180,027)	(1,665,236)	-89.2%
非《國際財務報告準則》計量： 經調整淨虧損	(151,719)	(283,896)	-46.6%

國際財務報告準則數字：

- 我們的收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣15億元增加38.6%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣21億元。
- 我們由截至2021年3月31日止三個月的毛虧損人民幣54.0百萬元轉為截至2022年3月31日止三個月的毛利潤人民幣251.6百萬元。
- 我們的期間內虧損由截至2021年3月31日止三個月的人民幣17億元減少89.2%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣2億元。

非國際財務報告準則數字：

- 我們的經調整淨虧損由截至2021年3月31日止三個月的人民幣283.9百萬元減少46.6%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣151.7百萬元。經調整淨虧損為非《國際財務報告準則》計量，並定義為期間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。下表將期間內虧損與各期間的經調整淨虧損進行對賬：

	截至3月31日止三個月	
	2022年	2021年
	(人民幣千元)	
本公司股東應佔期間內虧損	(180,027)	(1,665,236)
加：		
股本結算的股權款項 ⁽¹⁾	28,308	48,056
可轉換可贖回優先股公允價值變動 ⁽²⁾	-	1,333,284
經調整淨虧損	(151,719)	(283,896)

附註：

- (1) 股本結算的股權款項主要指因本公司於2016年批准採用《首次公開發售前股權激勵計劃》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。
- (2) 可轉換可贖回優先股公允價值變動與本集團從日常營運產生收入的能力不直接相關，且我們並無將可轉換可贖回優先股的任何進一步公允價值變動入賬，茲因於2021年12月首次公開發售中自動轉換為普通股致使有關可轉換可贖回優先股由負債重新指定為權益。對賬項目為非現金項目且並無導致現金流出。

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3月31日止三個月	
	2022年	2021年
在線音樂服務月活躍用戶數(百萬人)	181.7	183.1

我們的收入視乎轉化更多用戶到付費用戶以及提升付費用戶支出的變現能力。下表分別載列於截至2022年及2021年3月31日止三個月我們的月付費用戶數及每月每付費用戶收入。

	截至3月31日止三個月	
	2022年	2021年
月付費用戶數(千人)		
在線音樂服務	36,741.7	24,290.0
社交娛樂服務	1,181.7	438.1
每月每付費用戶收入(人民幣元)		
在線音樂服務 ⁽¹⁾	6.4	7.1
社交娛樂服務 ⁽²⁾	329.8	553.3

附註：

- (1) 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，於截至2021年及2022年3月31日止三個月的金額分別為人民幣514.4百萬元及人民幣710.2百萬元。
- (2) 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，於截至2021年及2022年3月31日止三個月的金額分別為人民幣727.2百萬元及人民幣1,169.2百萬元。

業務回顧

我們第一季度的表現為2022年創造良好開端。我們通過產品創新及內容優化，繼續改善我們差異化的社區生態系統及用戶參與度。同時，我們通過增強商業化能力及優化內容成本結構，成功提高盈利能力。

2022年第一季度，我們的在線音樂服務月活躍用戶數為181.7百萬人，同比及環比基本穩定，本季度的日活躍用戶數／月活躍用戶數比率穩定維持在30%以上。2022年第一季度，我們亦繼續提高我們的變現能力，以收入同比增長38.6%為證明，基於內容及服務的增強，我們的會員付費率達20.2%。2022年第一季度，毛利率達12.2%，而2021年第一季度為負毛利率3.6%。

於在線音樂行業，我們樂觀地認為，我們差異化的內容及產品，以及獨一無二的社區功能及經強化的變現能力，使網易雲音樂能夠達致穩健表現。展望未來，我們將努力在更健康的行業環境下繼續提升我們的競爭優勢。

在全行業放緩的背景下，我們的社交娛樂服務於2022年第一季度亦實現強勁增長，其乃由於我們差異化的音頻產品及服務。

展望未來，我們正透過以下方式戰略性地擴寬我們的前景：

- 通過嵌入更多互動功能與生態及可釋放用戶生產內容創作的先進工具及技術優化我們全面及創新的產品，培育我們以音樂為導向的社區生態系統；
- 探索社交功能的創新，利用用戶行為及音樂偏好將用戶彼此聯繫起來，提供額外的社交選擇；
- 透過與版權持有人積極磋商以確保更多優質內容，以及在獨立音樂人孵化及自製音樂製作方面持續進步，以更高的投資效率進一步豐富及完善我們的內容；
- 透過優化用戶體驗及加深用戶參與度、創新產品及內容，以及拓寬消費場景，培養用戶的付費意願及追求商業化潛力；及
- 尋求佈局多終端及在有擴張機遇時佈局至海外市場，以及尋求潛在遊戲化的舉措，預期日後將從該等舉措中產生增量貢獻。

社區生態系統

整個2022年第一季度，我們通過龐大而穩定的用戶規模以強大的用戶參與度成功地使我們差異化的社區重現活力。2022年第一季度，每名日活躍用戶於我們的平台每天平均花費約82.0分鐘聽歌，高於2021年第一季度的76.5分鐘。同時，近一半的用戶聽歌的同時亦瀏覽「評論區」，體現出較高參與度。截至2022年3月，33%的音樂播放來自平台推薦，高於2021年3月的28%，顯示出我們強大的技術。

基於用戶生產內容的社區生態系統。2022年第一季度，我們通過持續優化多種內容格式的產品，繼續培育我們以音樂為導向的社區及用戶生產內容生態系統。同時，我們繼續開發多種輔助工具推動我們平台上的進一步用戶生產內容創作，這亦將增強我們有血有肉的以用戶生產內容為導向的社區及用戶參與度。在我們強大及有支持力的社區文化的輔助下，我們的用戶生產內容生態系統在市場上屬獨一無二。到2022年第一季度末，我們在我們的平台積累32.5億個用戶生產內容歌單。

為沉浸式及綜合的內容社區注入活力。除音樂評論區及歌單外，我們繼續豐富我們平台上的內容，以打造一站式、沉浸式及綜合的以音樂為導向的內容社區，包括動態、Mlog、播客等。我們以用戶生產內容為導向的播客於2022年第一季度覆蓋我們總用戶群的約20%，其進一步增強我們於在線音樂及音頻娛樂方面的一體化綜合產品。

產品及服務創新

2022年第一季度，我們通過產品創新優化用戶體驗及社區功能推進我們的計劃：

- **與網易遊戲合作**。我們正積極尋求與網易遊戲的內部合作機遇，以2021年12月為推銷我們的會員訂閱而進行的與永劫無間的合作計劃為起點，隨後是哈利波特魔法覺醒等。2022年第一季度，隨著我們將播客內容與遊戲相結合，我們與網易遊戲的合作邁出一步。具體而言，我們與網易的重磅遊戲合作，推出創新型哈利波特魔法電台，其令用戶及遊戲玩家可在遊戲中體驗哈利波特主題的播客內容。邁出這一步之後，我們認為我們已就利用我們在音頻服務方面的專業知識與內部及外部合作夥伴建立新的合作模式奠定基礎。
- **優化用戶體驗**。2022年第一季度，我們持續改善用戶體驗，推出無縫播放、倍速播放等多項以用戶為導向的創新功能，滿足用戶多樣化及個性化的聽歌喜好及需求。
- **品牌推廣**。2022年第一季度，我們亦開展多項以內容為導向及以事件為導向的活動，以進一步提升我們的品牌知名度及影響力，包括但不限於網易雲八級證書及網易音樂人2021年度盤點。

內容強化

隨著年輕用戶的需求日益多樣化與個性化，我們全方位提供各項內容。到2022年3月末，我們的內容庫包含超過9,000萬首音樂曲目，包括來自知名廠牌及獨立音樂人的音樂。我們強大的音樂庫連同基於音樂的用戶生產內容，為用戶帶來廣泛及差異化內容。

音樂廠牌。2022年第一季度，我們繼續獲取更多具有較高投資回報率的優質內容。我們在積極完善我們的主要中國音樂庫並與福茂唱片簽署版權合作協議，將流行歌手的音樂曲目增加至我們的平台，包括但不限於張韶涵及范瑋琪。更重要的是，我們欣然看到行業呈現版權費用及成本結構更為合理的有利趨勢，為我們採用更規範的方式優化內容投資提供了靈活性。

展望未來，我們對合作持開放態度，並將積極與多名版權持有人進行談判，以獲取更多優質內容，以補充我們的內容。同時，我們亦將與其他行業參與者一起，促進中國在線音樂行業整體更為健康地發展，造福所有音樂愛好者。

獨立音樂人。除音樂廠牌外，我們成為尋找觀眾的音樂人才的天然孵化器，這得益於我們龐大的社區及大量具有多樣化與個性化品味的年輕用戶群體。到2022年3月末，我們為我們平台上逾450,000名註冊獨立音樂人提供服務，同比增長約70%。同時，在我們的內容庫中，約有200萬首音樂曲目來自我們的註冊獨立音樂人。

財務回顧

收入

我們的收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣15億元增加38.6%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣21億元。

在線音樂服務收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣759.5百萬元增加16.5%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣884.8百萬元，主要由於會員訂閱銷售收入大幅增長。會員訂閱銷售收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣514.4百萬元增加至截至2022年3月31日止三個月的人民幣710.2百萬元，乃由於在線音樂服務月付費用戶數由截至2021年3月31日止三個月的24.3百萬人增加至截至2022年3月31日止三個月的36.7百萬人。我們的在線音樂服務每月每付費用戶收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣7.1元減少至截至2022年3月31日止三個月的人民幣6.4元，主要由於我們與其他平台合作增加聯合會員套餐的銷售，其中我們的會員訂閱以折扣價出售，以推銷我們的訂閱及擴大我們的服務覆蓋面。

社交娛樂服務及其他收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣731.7百萬元增加61.6%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣1,182.4百萬元，這是由於社交娛樂服務收入快速增長。尤其是，我們的社交娛樂服務月付費用戶數由截至2021年3月31日止三個月的438.1千人增加至截至2022年3月31日止三個月的1,181.7千人，而社交娛樂服務每月每付費用戶收入於截至2021年3月31日止三個月及2022年同期分別為人民幣553.3元及人民幣329.8元。

營業成本

我們的營業成本由截至2021年3月31日止三個月的人民幣15億元增加17.5%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣18億元，歸因於內容服務成本由截至2021年3月31日止三個月的人民幣14億元增加至2022年同期的人民幣16億元，而內容服務成本增加乃因收入分成費隨著社交娛樂服務收入的增加而增加。

(毛虧損)／毛利及正／負毛利率

基於以上所述，我們於截至2021年3月31日止三個月產生毛虧損人民幣54.0百萬元，即毛利率為負值3.6%，而於截至2022年3月31日止三個月獲得毛利人民幣251.6百萬元，即毛利率為12.2%。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對內容授權費的控制。

期間內虧損

我們的期間內虧損由截至2021年3月31日止三個月的人民幣17億元減少89.2%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣2億元。截至2021年3月31日止三個月，我們確認可轉換可贖回優先股的公允價值虧損人民幣13億元，截至2022年3月31日止三個月，我們並無將可轉換可贖回優先股的任何進一步公允價值變動入賬，茲因於2021年12月首次公開發售中自動轉換為普通股致使有關可轉換可贖回優先股由負債重新指定為權益。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，本公告所載資料未經審計，乃根據本集團初步內部資料編製，而鑒於校對該等資料過程中存在各種不確定因素，該等資料與本公司按年度或半年度基準刊發的經審計或未經審計合併財務報表中披露的數字可能有所差異。

因此，上述屬初步性質的資料僅供投資者參考。投資者於買賣本公司證券時務請謹慎行事，並避免過份依賴該等數據。

承董事會命
雲音樂股份有限公司
董事會主席
丁磊先生

香港，2022年5月24日

於本公告日期，本公司的董事會包括執行董事丁磊先生、李勇先生及王燕鳳女士，非執行董事李日強先生、鄭德偉先生及俞峰先生，以及獨立非執行董事盧英傑先生、顧險峰先生及許忠先生。