

## 關於我們

全世界的人們對於音樂有共同熱愛。無論我們是什麼身份，也無論我們來自何處，我們都有自己喜歡的歌曲、唱片或歌手。音樂以非常個性化的方式，為我們帶來具有參與感、社交性和趣味性的體驗，將我們彼此聯繫起來，使我們的生活變得豐富多彩。我們正在開創性地為人們創造更多享受在線音樂和以音樂為核心的社交娛樂服務方式。

我們為用戶打造集「發現、聽、唱、看、演出、社交」的一體化在線音樂娛樂體驗。為進一步豐富用戶體驗，我們也在平台上拓展了長音頻服務。我們相信，音樂和音頻內容能夠為人們帶來兼具視覺化、沉浸式、互動式、社交性和趣味性的體驗。

我們對用戶有多重視，就對內容創作者有多尊重。正因如此，我們倡導版權保護，並基於廣泛的用戶群體以及寶貴的資源和技術，不遺餘力地支持我們的內容合作夥伴。多年來，我們持續助推中國音樂娛樂行業的可持續發展。我們在發展規模、技術、保護版權的決心及對原創作品的宣推等方面的能力，也使我們成為音樂人和內容創作者的優選合作夥伴。

時至今日，根據艾瑞諮詢報告，按月活躍用戶數計算，我們是中國最大的在線音樂娛樂平台。在2022年第一季度，我們的在線音樂移動端月活躍用戶數為604百萬，社交娛樂移動端月活躍用戶數為162百萬。根據艾瑞諮詢報告，截至2022年3月31日，按曲目數量計算，我們還擁有中國最大的音樂內容庫。

## 我們平台提供的產品和服務



騰訊音樂娛樂集團旗下擁有一個一站式的音樂和音頻娛樂平台，用戶可以流暢地享受到多元的音樂及音頻內容，在「發現、聽、唱、看、演出、社交」的不同體驗中自由切換。我

們憑藉內容與平台「一體兩翼」的戰略，不斷豐富平台上的內容供給，同時賦能內容創作和發行，並提供卓越的用戶體驗。我們憑藉活躍的社區、技術以及視覺化和互動式的功能，提升我們的用戶體驗、活躍度和留存率。

- **在線音樂服務**，主要包括**QQ音樂**、**酷狗音樂**和**酷我音樂**，用戶能夠以個性化的方式發現、享受和分享音樂。我們提供多樣的發現音樂功能，包括智能推薦、音樂排行榜、歌單、官方音樂賬號和數字化產品。我們還提供豐富的長音頻內容，包括有聲書、播客和脫口秀，以及以音樂為核心的視頻內容，包括音樂視頻、現場演出和短視頻。
- **社交娛樂服務**，用戶能夠在我們的平台演唱、觀看和社交。我們主要通過**全民K歌**提供在線K歌服務，用戶能夠演唱我們海量的K歌內容庫裡的曲目，並以音頻或視頻的形式與朋友分享他們的表演。此外，我們主要通過**QQ音樂**、**酷狗音樂**、**酷我音樂**、**全民K歌**上的「直播」標籤以及**酷狗直播**和**酷我直播**提供以音樂為核心的直播服務，為表演者搭建一個和用戶的在線互動平台，以展示他們的才華並幫助他們與多元化的用戶群體互動。

我們的收入由2019年的人民幣254億元增至2020年的人民幣292億元，並進一步增至2021年的人民幣312億元，我們在2022年第一季度錄得收入人民幣66億元(10億美元)。2019年、2020年、2021年及2022年第一季度，我們分別實現淨利潤人民幣40億元、人民幣42億元、人民幣32億元及人民幣6億元(1億美元)。

### 我們的創新以及其如何促成我們獲得領先地位

我們在業務上追求創新，是產品和變現模式創新的先行者和潮流引領者。

- **在線音樂服務**。根據艾瑞諮詢報告，我們是最早向中國用戶推出在線音樂服務的公司之一，且率先引入在線音樂訂閱模式。根據相同來源，我們是中國首家為逾100百萬移動端月活躍用戶數提供在線音樂服務的公司。近二十年來，我們一直在引領中國在線音樂行業的重大變革——從作為中國最早推出在線音樂服務的平台之一，到引入中國第一個在線音樂訂閱模式——所有這些均是為了履行我們的使命，即讓人們能夠享受技術帶來的音樂創作、享受、分享、互動體驗。
- **社交娛樂服務**。根據艾瑞諮詢報告，我們是中國在線音樂和音頻娛樂行業最早提供在線K歌服務的公司之一。根據相同來源，我們是中國首家為逾100百萬移動端月活躍用戶數提供在線K歌服務的公司，目前亦運營著中國在線音樂行業內就移動端月活躍用戶數而言最大的社交娛樂服務。
- **變現模式的先行者及引領者**。我們不僅率先成功推出在線音樂訂閱服務，並隨著時間的推移，亦開發出全方位的創新變現模式，目前包括在線音樂訂閱、虛擬禮

物銷售、廣告及高級會員服務等。憑藉該等多元化變現模式，我們不僅成為中國唯一具有盈利能力的大型音樂平台，而且形成了一種對行業變化具有很強適應性的可持續商業模式。

根據艾瑞諮詢報告，我們能夠在許多主要產品線上比主要競爭對手更早地推出新產品，並在許多經營及財務指標方面表現得更具優勢。有關騰訊音樂娛樂集團與其他主要市場參與者的運營及財務表現的比較，請參閱「行業概覽」。我們於行業內率先進入市場，因而在了解用戶需求及偏好以及贏得用戶的信任及品牌認知方面具有巨大的先發優勢。該等先發優勢，加上我們對創新的持續投入，使我們能夠實現規模化、卓越化的運營、投資先進技術並培育龐大而忠誠的用戶規模，由此共同為我們的長期可持續增長奠定堅實的基礎。在我們的先發優勢及持續創新的推動下，我們在過去二十年一直引領中國在線音樂及泛娛樂行業的重大變革。

我們的創新性也體現在持續投資研發而實現的領先技術的廣泛應用。我們在研發方面投入大量資源，2019年、2020年及2021年以及截至2022年3月31日止三個月的研發開支分別增長為人民幣1,159百萬元、人民幣1,667百萬元、人民幣2,339百萬元及人民幣596百萬元（94百萬美元），分別佔我們同期總收入的約4.6%、5.7%、7.5%及9.0%。隨著我們在研發方面進行大量投資，我們開發出多項創新的技術，包括AI賦能的內容預測模型（「PDM」）、聽歌識曲技術和專有音效以及廣泛的知識產權組合，所有這些都有助於我們推動用戶規模增長和參與。根據艾瑞諮詢報告，QQ音樂在中國在線音樂行業率先採用AI賦能的PDM模型，其準確度處於行業最高水平。我們屢獲殊榮的專有音效設置（即酷狗蝮蛇音效、QQ音樂銀河音效及全民K歌Super Voice音頻設置），不僅為用戶帶來卓越的音質及一流的聆聽體驗，還孕育出一個規模龐大、日益增長的線上社區以供用戶分享其對音效的反饋意見。有關我們技術的更多資料，請參閱「業務 — 技術及數據能力」。

### 我們的優勢

#### 為中國音樂娛樂行業創造價值的領先平台

作為中國最大的在線音樂娛樂平台，我們認識到我們擁有的規模也意味著我們肩負的責任更多，因此我們將竭力為中國音樂娛樂行業中的每一個人創造價值。我們高度重視用戶，並通過不斷創新來吸引他們。多年來，我們專注於為所有音樂愛好者帶來個性化、參與度高且互動性強的音樂體驗。在2022年第一季度，我們為龐大的用戶群體提供服務，其中，在線音樂移動端月活躍用戶數達604百萬，而社交娛樂移動端月活躍用戶數為162百萬。

我們幫助內容創作者向中國最大的音樂社區展示他們的音樂才華。用戶通過我們的平台更容易發現和分享優質音樂和音頻內容。我們重視原創作品，並通過為音樂人新秀提供創作和發行原創作品的工具，幫助他們在成長過程中積累受眾。我們通過創新的變現模式獎勵創作，以樹立他們的行業意識及版權保護意識。我們的騰訊音樂人平台通過有效宣推、變現和職業培訓，幫助音樂人從他們不斷增長的粉絲群中獲得靈感並從中提升自我，從而實現抱負。截至2021年底，騰訊音樂人平台上的獨立音樂人數目達到300,000人。

音樂是生活與情感的紐帶，蘊含著豐富的社會價值。我們致力於用音樂激勵人們了解、關心社會並為社會貢獻一份力量。2018年6月，我們推出了騰訊音樂公益計劃，旨在用音樂傳遞愛與能量，讓音樂發揮更大的社會價值。該計劃圍繞一個開放平台及三大戰略展開：音樂關愛、文化傳承、音樂教育。

### 一站式的在線音樂娛樂平台

騰訊音樂娛樂集團是一個一站式的在線音樂娛樂平台，可隨時滿足用戶在日常生活中多元化和不斷變化的音樂和音頻娛樂需求。我們通過對內容和產品的不懈創新持續升級平台能力，打造集「發現、聽、唱、看、演出、社交」的多維度體驗，帶來兼具視覺化、沉浸式、互動式、社交性和趣味性的體驗。

**拓展聆聽的邊界。**用戶可隨時使用手機或在汽車及其他設備上發現和享受音樂和音頻內容。我們還為用戶提供全面的功能以提升每個人的發現和聆聽音樂的體驗，包括卓越聲效、智能推薦、音樂榜單和互動式歌單。

**用音樂建立起人與人的聯繫。**我們平台的設計理念著眼實現用戶間的社交互動。分享、點讚、評論、關注和贈送虛擬禮物等社交功能均無縫融入我們的產品中。從演唱到觀看音樂視頻，再到與好友共玩音樂遊戲，用戶沉浸在有社交屬性的音樂娛樂體驗中。用戶可在微信或QQ等主要社交平台上分享他們的所聽、所看、所創和所想。

**音頻到視頻。**我們向用戶提供視頻內容，為他們帶來沉浸式的視聽體驗。一直以來，我們在音頻和有聲書中添加漫畫和環繞聲等視覺元素。為豐富用戶體驗，我們還打造了一個龐大的以音樂為核心的視頻內容庫，如完整的音樂視頻、短視頻、幕後花絮、藝人訪談和音樂綜藝節目。

我們通過實現一站式的音樂和音頻娛樂體驗，正不斷拓寬和加深用戶、內容創作者與我們之間的紐帶。

### 充滿凝聚力的內容生態系統

我們希望用戶能夠輕鬆找到他們喜愛的內容。多年來，我們已建立起一個覆蓋全部主要流派和形式的音樂和音頻內容庫。根據艾瑞諮詢報告，截至2022年3月31日，按曲目數量計算，我們擁有中國最大的音樂內容庫。

我們的內容合作夥伴分佈廣泛，包括國內外音樂版權方、獨立音樂人、直播主播和其他內容創作者。我們幫助內容合作夥伴與中國最大規模的在線音樂用戶群體建立起連接，致力於版權保護，並為內容合作夥伴提供有價值的洞察與資源以幫助其了解用戶喜好並推動變現，我們因此成為了他們的優選合作夥伴。

我們依託技術，在內部原創內容製作方面進行投資，內容形式包括引領潮流的原創歌曲和以音樂為核心的短視頻以及綜藝節目。我們致力於扶植獨立音樂人，推廣他們的原創作品，進一步促進了我們內容庫的有機增長。大量的用戶創作內容與我們的品質內容供給相輔相成，包括海量在線K歌歌曲、短視頻和長視頻、音樂直播、用戶評論以及與音樂和音頻相關的評論和文章。

我們憑藉充滿凝聚力的內容生態系統，不斷吸引更多的內容合作夥伴，擴大內容供給，並進一步提高用戶參與度。

### 已被證明的變現能力

多元化變現模式能讓我們在實現規模化增長和盈利的同時，不斷促進中國音樂產業的發展。

我們開創了中國在線音樂訂閱模式的先河，並已經形成龐大的規模。我們的在線音樂付費用戶規模由2018年第四季度的27.0百萬人穩步增至2022年第一季度的80.2百萬人。我們的在線音樂服務付費率實現連續13個季度增長，由2018年第四季度的4.2%增至2022年第一季度的13.3%。

我們的多元化變現模式以在線音樂訂閱為主，此外，還包括嵌入我們社交娛樂服務中的虛擬禮物銷售。用戶可在欣賞音樂直播時送出虛擬禮物以示讚賞，為表演者提供一個有效和粉絲互動並通過表演獲得收入的方式。

### 創新的技術

我們利用行業領先的科技持續為用戶和內容合作夥伴創造價值。

**利用科技提升用戶體驗及參與度。**我們強大的AI技術能夠最大程度根據用戶喜好，為他們做出智能推薦。我們還率先開發出一項專有的聽歌識曲技術，這項技術能讓用戶無需知道關鍵詞即可找到無意間聽到的音樂片段源自哪首曲目。這項專有聽歌識曲技術擁有全球最高的準確率。在2019年的國際音頻檢索評測大賽上，我們的聽歌識曲技術在音頻指紋任務中，以90.8%的正確率一舉打破世界紀錄。此外，我們提供數百種獨家音效設置，為用戶打造卓越的聆聽體驗。這些音效設置包括我們自主研發的QQ音樂銀河音效、酷狗蝮蛇音效和全民K歌Super Voice音頻設置。我們已佈局能夠聲情並茂演繹的AI語音朗讀技術用以製作有聲書，產出多部以知名文學作品為藍本的作品。

**利用科技賦能內容合作夥伴。**我們利用科技幫助內容合作夥伴保護版權及提高宣推效率。例如，我們的實時內容審核系統會掃描我們的平台和其他線上內容平台，以發現潛在的版權侵權行為。此外，我們持續訓練和優化預測算法，提高內容管理、分發和宣推的效率以及智能推薦的精準度。為更好地了解用戶喜好的變化，QQ音樂由AI賦能的內容預測模型（「PDM」）分析流行歌曲和音樂人以及從用戶在平台上留下的海量足跡中獲取的寶貴信息洞察。PDM模型能夠準確預測音樂內容的流行度，引導音樂人創作能夠真正引起音樂愛好者共鳴的內容，或提高作品分發效率，提升他們的知名度。在國際音頻檢索評測大賽中，該模型在預測識別任務中以91.6%的「預測音樂片段真實後續片段準確率」刷新了世界紀錄。

### 優秀的管理團隊

我們的管理團隊包括中國在線音樂和音頻娛樂行業的開拓者和領軍人物，具備豐富的經驗和行業知識。憑藉管理團隊的遠見卓識，我們能夠持續創新產品、引領保護音樂版權、與行業參與者建立牢固的合作夥伴關係，並在中國建立一個海量的在線音樂和音頻內容庫。我們既往的財務表現穩健，長期處於行業領先地位，為中國音樂及音頻娛樂行業的繁榮作出了貢獻，這些成績與我們的管理團隊的成功領導密不可分。

### 我們的戰略

#### 持續的產品創新

為進一步提升用戶體驗和用戶參與度，我們不斷對產品和服務進行創新。在社交娛樂中構建更多的垂直領域，例如音頻直播和虛擬互動產品。我們將繼續賦予產品更多的視覺、互動和社交屬性，為用戶提供更多方式發現及享受音樂和音頻內容，讓他們能夠通過沉浸式體驗進行互動並樂在其中。

### 豐富的內容供給

我們旨在通過進一步擴充內容合作夥伴網絡、提升內部原創內容製作能力、培養有抱負的音樂人、孵化用戶的內容自製和探索創新的內容形式，以不斷豐富內容供給。例如，我們利用PDM模型通過確定複雜的用戶喜好，以及分析旋律、歌詞、聲音和節奏進行預測和數據挖掘來發現具有成為爆款潛力的歌曲，並節約原創歌曲的製作成本。通過擴充內容的廣度和深度，囊括更多類型、風格和形式，我們將繼續豐富用戶體驗，滿足用戶的多元化需求，並提供更多符合需求和潮流的內容。

### 繼續作為優選合作夥伴

我們努力擴展和深化與價值鏈上夥伴的合作，加大技術創新投入，賦能在線音樂和音頻娛樂行業。我們將利用行業資源，幫助內容合作夥伴觸達更龐大的用戶群體，在版權保護、內容自製、宣推、職業培訓以及商業化方面提供更全面的幫助。我們還致力於讓內容和產品在人們的日常生活中變得更加觸手可及。例如，將更多的音樂內容應用於車載音響系統、智能音箱和電視等物聯網設備。

### 不斷增強的變現能力

我們的目標是通過不斷完善我們平台上的產品、內容供給及改善用戶體驗，提高用戶參與度。我們相信變現場景將隨參與度的提高而實現。根據艾瑞諮詢報告，我們擁有廣泛的用戶規模，而與2021年美國平均付費率相比，我們在線音樂服務的付費率還有進一步的增長空間。我們認為不斷增長的付費音樂用戶規模是我們實現變現的重大優勢。除付費會員外，我們將進一步增強我們的變現能力，包括不斷增長的廣告服務及社交娛樂服務下更加多元化的變現場景。我們將在過往取得的佳績之上，繼續探索新的變現模式，使之與我們的整體用戶體驗相輔相成。

## 業 務

### 我們的歷史業績

於往績記錄期間，我們的收入來自(i)在線音樂服務及(ii)社交娛樂服務及其他服務。下表載列於所示期間我們以絕對金額列示的收入及其佔總收入百分比的明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月					
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年			
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	美元	%	
	(以百萬元計，百分比除外)											
	(未經審計)											
收入												
在線音樂服務 .....	7,152	28.1	9,349	32.1	11,467	36.7	2,749	35.1	2,616	413	39.4	
社交娛樂服務及其他服務 .....	18,282	71.9	19,804	67.9	19,777	63.3	5,075	64.9	4,028	635	60.6	
總收入 .....	<u>25,434</u>	<u>100.0</u>	<u>29,153</u>	<u>100.0</u>	<u>31,244</u>	<u>100.0</u>	<u>7,824</u>	<u>100.0</u>	<u>6,644</u>	<u>1,048</u>	<u>100.0</u>	

由於我們持續精進內容、產品功能和用戶體驗，我們的在線音樂服務所得收入自2019年至2021年期間穩步增長。我們的在線音樂付費用戶數由2019年的33.7百萬人增長超過一倍至2021年的68.6百萬人，且由截至2021年3月31日止三個月的60.9百萬人大幅增至截至2022年3月31日止三個月的80.2百萬人，表明我們在培養用戶為優質音樂內容付費的意願方面取得成功，並為內容創作者和中國音樂行業整體創造了長期價值。我們的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2,749百萬元略微減少4.8%至2022年同期的人民幣2,616百萬元(413百萬美元)。該下降主要是由於廣告收入減少，且小部分是由於與若干音樂版權方重新簽訂協議，導致轉授權收入減少。廣告收入減少主要是由於對廣告形式的監管限制以及COVID-19疫情在中國若干主要城市捲土重來造成市場及經濟狀況疲軟。具體而言，自2021年下半年以來，工信部開展了一系列監管活動，對開屏廣告施加若干限制，以提升在線平台的用戶體驗，包括限制使用引導用戶流量的開屏廣告，並允許用戶跳過開屏廣告。該等限制整體上影響了中國在線平台開屏廣告的廣告效果，進而導致我們的廣告收入下降。於有關期間，在付費用戶數強勁增長31.7%的推動下，我們的訂閱收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣1,692百萬元大幅增長17.8%至2022年同期的人民幣1,993百萬元(314百萬美元)。有關解除獨家安排對我們轉授權收入影響的資料，請參閱「概要—近期中國監管發展—《反壟斷法》的執行」。

我們的社交娛樂服務及其他服務所得收入由2019年的人民幣18,282百萬元增加8.3%至2020年的人民幣19,804百萬元。該增加主要受在線K歌服務及直播服務收入增長所推動。2021年及截至2022年3月31日止三個月，我們的社交娛樂服務及其他服務所得收入同比下降，主要是由於日益加劇的市場競爭及疲軟的宏觀經濟環境對用戶在我們平台上的消費造成不利影響。我們經營業務所處於的以音樂為核心的中國社交娛樂服務市場正在快速發展且愈發繁榮。近年來，以音樂為核心的中國社交娛樂服務市場表現



## 業 務

出用戶需求及偏好不斷變化、競爭加劇及監管收緊等特點。具體而言，我們正面臨來自其他在線音樂平台及新內容形式(如音頻及短視頻)提供商的激烈競爭，這已經並預計將持續對我們社交娛樂服務的整體用戶規模的短期增長以及變現方面帶來壓力。有關進一步詳情請參閱「行業概覽—以音樂為核心的中國社交娛樂服務市場概況—競爭格局」及「行業概覽—以音樂為核心的中國社交娛樂服務市場概況—以音樂為核心的中國社交娛樂服務市場的新趨勢、挑戰和機遇」。

下表載列我們於所示期間的主要經營指標：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年
移動端月活躍用戶數 <sup>(1)</sup> (以百萬計)					
在線音樂服務 .....	653	644	622	615	604
社交娛樂服務 .....	240	240	203	224	162
付費用戶數 <sup>(1)</sup> (以百萬計)					
在線音樂服務 .....	33.7	49.4	68.6	60.9	80.2
社交娛樂服務 .....	11.6	11.7	10.3	11.3	8.3
每月每付費用戶平均收入 <sup>(1)</sup> (人民幣元)					
在線音樂服務 <sup>(2)</sup> .....	8.8	9.4	8.9	9.3	8.3
社交娛樂服務 <sup>(3)</sup> .....	131.3	141.1	160.0	149.7	161.8

附註：

- (1) 有關定義，請參閱「技術詞彙表」。
- (2) 用於計算在線音樂服務每月每付費用戶平均收入的收入僅包括訂閱收入。所示期間的訂閱收入分別為人民幣3,563百萬元、人民幣5,560百萬元、人民幣7,333百萬元、人民幣1,692百萬元及人民幣1,993百萬元(314百萬美元)。
- (3) 用於計算社交娛樂服務的每月每付費用戶平均收入的收入來自社交娛樂服務及其他服務等，包括在我們的社交娛樂平台上提供的廣告服務。

就在線音樂服務而言，我們通過增強原創內容製作能力、擴大和豐富音樂內容庫以及推出創新產品功能，持續強化核心用戶群的參與度。於往績記錄期間，通過以上努力，付費用戶的數量隨著時間的推移不斷增長。於往績記錄期間，我們龐大的移動端月活躍用戶數有所縮減，主要是由於我們的用戶流失。根據艾瑞諮詢的意見，一般來說，當一個在線平台達到一定龐大的規模，由於來自其他平台的競爭日益加劇，部分用戶可能不時被在線音樂及娛樂的其他形式、內容及服務所吸引。我們過往流失的移動端月活躍用戶數主要是由於在線音樂及娛樂行業的競爭日益加劇，用戶可能不斷尋求新的內容、產品形式及多元化的用戶體驗。根據艾瑞諮詢報告，除了平台之間不斷變化的競爭態勢，大平台上的用戶

流失是中國在線音樂市場所有主要參與者均面臨的普遍行業現象。鑒於競爭加劇，在現階段，我們會更加重視在線音樂服務的增長質量(付費率及付費用戶數方面)，而非整體用戶規模的增長速度，且我們戰略性地縮減在用戶獲取方面的投入。我們相信，我們與同業的區別在於我們的變現潛力、能力及可靠的往績記錄，其主要體現在我們有能力使有意願訂閱高質量音樂內容的付費用戶數不斷增加。

就社交娛樂服務而言，於往績記錄期間，主要由於日益加劇的市場競爭，我們的社交娛樂服務的移動端月活躍用戶數和付費用戶數有所減少。展望未來，我們在社交娛樂領域將不斷創新產品和推出新功能(如音頻直播和虛擬互動產品)，以繼續提高我們的競爭力。

其他資料請參閱「財務資料」一節。

## 獨特的在線音樂娛樂體驗

我們通過QQ音樂、酷狗音樂、酷我音樂和全民K歌4個主要應用程序提供在線音樂和社交娛樂服務，以滿足中國廣大用戶群體多元化的音樂娛樂需求。為完善我們以音樂為核心的旗艦產品組合，我們亦提供專注於長音頻的應用程序懶人聽書。該等應用程序專注於不同的內容類別及面向多元用戶群體，相輔相成，高度互補。多年來，我們致力於開發該等應用程序，為中國廣大的用戶規模提供內容管理與推薦服務，滿足他們具差異化的品味和喜好。具體而言，在我們的在線音樂應用程序中，QQ音樂專注於流行歌手及中國大都市的用戶，並提供全面的音樂內容。相比之下，酷狗音樂專注於大眾用戶市場，用戶滲透率高、遍佈全國。酷我音樂重點關注精選流派和品類，例如DJ混音和兒歌。

以下為該等主要應用程序的屏幕截圖。



從內容庫角度來看，由於QQ音樂、酷狗音樂和酷我音樂共享我們獲音樂版權方授予版權的所有曲目，這些平台相輔相成。同時，我們的產品具有互補性，可將我們的在線音樂服務用戶流量直接引至我們的社交娛樂服務，反之亦然，因此我們在線音樂服務及社交娛樂服務的用戶高度重疊。我們亦就在線音樂服務和社交娛樂服務的內容分享、用戶參與、技術開發和支持以及變現等方面通盤考慮。

除我們的主要應用程序外，我們亦提供若干輔助產品、服務和計劃，旨在通過多元音樂形式及媒介吸引用戶和內容創作者參與。以上所述皆構成我們更廣泛的音樂娛樂生態系統的一部分，並從本質上讓我們與同業(尤其是目前提供單一音樂應用程序且內容形式和媒介均有限的同業)有所區別。例如，我們提供*5Sing* (一個作詞人、作曲人及音樂人相互匹配、交流及交易原創音樂作品的在線服務)。我們亦提供*TME Live* (我們特有的線上融合線下的音樂演出)以及騰訊音樂人平台(我們為有抱負的音樂人提供這項在線服務，他們經過我們的篩選，將原創音樂內容上傳到我們的平台，供我們的廣大用戶在線播放和下載)。不同於我們專注服務個人用戶的主要音樂應用程序，該等輔助服務和計劃服務於我們龐大且不斷增長的內容創作者網絡，包括知名及新興歌手。通過該等輔助服務及計劃，我們能夠不斷豐富我們的內容供給，加強藝人及他們的受眾群體之間的聯繫。有關騰訊音樂人平台的詳情，請參閱「我們的內容戰略—扶植有抱負的藝術家」。我們目前並不依賴該等輔助服務和計劃來產生任何實質性的收入或利潤。然而，通過允許用戶以不同的方式及於各種使用情況下收聽、歌唱、觀看和分享音樂，該等輔助服務和計劃極大地豐富了我們的主要音樂應用程序，構成一站式的音樂和音頻娛樂生態系統的重要組成部分，為所有用戶提供一站式體驗。

### 在線音樂服務

我們主要通過QQ音樂、酷狗音樂和酷我音樂提供在線音樂服務，每個平台都擁有龐大且活躍的用戶規模。我們開發這些移動應用程序，立志為中國不同的用戶規模提供音樂服務，滿足他們具差異化的品味和喜好。我們通過QQ音樂提供海量內容庫和多類以音樂為核心的視頻內容，專注為中國大都市的年輕音樂愛好者推薦時下流行的歌手和熱門主流音樂內容。酷狗音樂提供大量娛樂功能，專注於大眾用戶市場，用戶滲透率高、遍佈全國。酷我音樂重點關注精選流派和品類，例如DJ混音和兒歌，以迎合用戶多元化的音樂喜好。雖然QQ音樂、酷狗音樂和酷我音樂內容管理與推薦的側重彼此互補，但是就我們海量的內容庫而言，由於這些平台共享我們獲音樂版權方授予版權的曲目，這些平台相輔相成。

用戶可在不登錄的情況下，使用QQ音樂的基本功能(包括流媒體)。若要購買會員訂閱

並享受其他功能(比如創建個人歌單)，用戶需通過*微信*或*QQ*賬號登錄*QQ*音樂。用戶可使用手機號碼、通過*微信*或*QQ*賬號註冊並訪問*酷狗*音樂和*酷我*音樂的在線音樂服務。

我們通過音樂發現和個性化功能，讓享受音樂變得簡單而有趣：

- **開拓聆聽體驗的邊界**

- **個人主頁**。用戶擁有自己的個性化主頁，可管理自己的歌單以及訪問最近下載及／或在線播放的音樂內容。主頁還提供關注歌手、購買會員訂閱、活動數據追蹤、更改應用主題等多種功能。
- **先進的音樂播放器**。我們提供各種功能來提升用戶體驗，如音質優化、隨機播放、日／夜間模式和音樂緩存。我們還開發出多種音效設置，可適應不同歌曲、環境、情感和輸出設備。我們基於雲服務使用戶能夠在不同設備上同步歌單。我們亦提供大量專有音效供用戶選擇，滿足他們的多元化音樂品味和喜好。例如，*酷狗蝮蛇*音效創新性地開發出媲美音樂現場的三維音效，為用戶提供新穎有趣的音樂聆聽體驗。對於喜好純粹音樂聆聽體驗的用戶，我們提供*QQ*音樂簡潔版，其具備全套核心的音樂流媒體功能和簡約友好的界面設計。
- **引人入勝的視頻內容**。為了打造趣味聆聽體驗，我們的內容供給加入了視覺元素，可讓用戶在播放音樂的同時享受視覺盛宴。例如，通過在音樂流媒體頁面嵌入音樂視頻，我們創造出音樂視頻產品，進一步滿足了用戶的音樂視頻消費需求，帶來更加沉浸式的視聽體驗。此外，隨著我們深化與*微信*視頻號的合作，我們將不斷豐富騰訊音樂娛樂集團旗下平台和*微信*視頻號的音樂視頻內容，我們的音樂人亦不斷受益於從此類音樂推廣上的深度合作。

- **音樂發現**

- **搜索**。用戶可通過我們強大的搜索引擎發現音樂內容。他們可按歌單、音樂排行榜、歌手和風格搜索音樂內容。我們屢獲殊榮的聽歌識曲功能能讓用戶無需知道關鍵詞即可找到無意間聽到的音樂片段源自哪首曲目。
- **智能推薦**。利用可智能反映用戶不斷變化的音樂品味的算法，我們在用戶搜索時向其推薦音樂，並基於其收聽的內容，通過每日歌曲、新歌、音樂電台和用戶喜歡的歌曲向其推薦音樂。我們利用深度學習和數據分析技術，不斷提高內容管理的效率及智能推薦的準確性，從而大大增加了在線音樂和社交娛樂服務的日均聽歌次數和用戶活躍度。隨著我們內容庫的擴大，通過完善音

樂元數據標籤，我們不斷加深對音樂和用戶喜好的了解，從而進一步提高發現和推薦音樂的能力。

- **音樂排行榜**。我們致力於促進行業健康可持續發展，製作了各種不同風格和語種的音樂排行榜，並獲得音樂愛好者、歌手和版權方的廣泛認可。
  - **精選歌單**。我們提供涵蓋不同風格、主題、語種和心情的精選歌單。同時，我們迎合年輕音樂用戶的喜好，增加了都市音樂、電子舞曲、動畫、動漫和遊戲及國風等風格。我們廣泛的歌單包括由我們的音樂編輯團隊創建的精選歌單、自動生成歌單和用戶自建歌單。我們還鼓勵用戶創建自己的歌單進行分享，從而進一步提升其在我們在線音樂社區中的參與度。我們的互動式歌單可由多個用戶共同創建和編輯，讓用戶突破時空的限制，將聆聽與社交進行動態融合。
  - **官方音樂賬號**。用戶可訂閱其喜歡的官方音樂賬號，這些賬號由知名及新興藝人、專欄作家及音樂行業的其他關鍵意見領袖運營。官方音樂賬號的擁有者可以通過其賬號上傳和分享歌曲、視頻、文學作品、照片等其他以音樂為核心的內容。
- **社交體驗**
    - **促進朋友間的互動**。我們的平台提供卓越和獨特的社交音樂體驗。用戶可通過**微信**或**QQ**等主要社交平台分享其歌曲或歌單。用戶聆聽歌曲的同時，可以通過發表評論和交流意見來與聆聽同一首歌的其他用戶進行互動。其亦可製作自己的歌詞海報，並分享給朋友。
    - **幫助用戶與志趣相投的人建立聯繫**。我們向用戶提供各種令人振奮的功能，使其能與喜歡的歌手進行互動，包括欣賞歌手發佈的數字單曲和專輯。我們立志於通過音樂將人們聯繫起來，因此我們的社交和社區建設工作不僅注重朋友、家人之間的互動，而且注重同樣熱愛音樂的陌生人之間的互動。例如，我們在**QQ音樂**中推出一個創新功能**撲通社區**，讓志同道合的音樂愛好者進行社交、互動，並支持他們喜歡的歌手。我們還推出**撲通星球**，可讓用戶瀏覽可視化用戶資料，並與聆聽同一首歌的用戶互動。此外，我們的樂心功能使用戶只需簡單的一鍵操作，便可聆聽另一個用戶正在聆聽的歌曲。另外，我們升級了**QQ音樂**的跟聽功能，鼓勵朋友間的互動。
    - 上述功能均能讓用戶通過音樂與其朋友甚至是陌生人保持聯繫、發現其周邊的流行音樂，並向其關心的人分享音樂，從而讓我們獲得有益的啟示，進一步提高發現音樂並向用戶推薦音樂的能力。

### 長音頻產品

我們提供廣泛而多元化的長音頻內容供給，涵蓋有聲書、播客、相聲和脫口秀等一系列精選流派和品類。2020年4月，我們推出獨立長音頻移動應用程序**酷我暢聽**，並迅速在**QQ音樂**和**酷狗音樂**內推出音頻頻道和內容供給。作為我們長音頻內容戰略的一部分，我們於2021年3月完成對深圳**懶人**（其運營中國知名音頻平台**懶人聽書**）全部股權的收購。2021年4月，我們合併**酷我暢聽**與**懶人聽書**，並重塑**懶人聽書**品牌形象（於有關期間原品牌名為**懶人暢聽**）。**懶人聽書**旨在滿足重度音頻用戶的需求，通過漫畫和環繞立體聲提供沉浸式交互音頻體驗。

隨著我們長音頻產品的發展，我們已通過產品設計來釋放音樂應用程序和獨立長音頻應用程序之間產生的重要價值。這種方法讓我們可利用現有的龐大音樂用戶規模來推動長音頻內容供給的滲透。

### 社交娛樂服務

隨著用戶逐漸傾向於在我們的平台上尋求聆聽音樂之外的各種娛樂，我們向用戶提供了既簡單又有趣的演唱、觀看和社交方式，不論是與一位朋友、一群朋友還是與平台上的其他用戶一起均可體驗。我們以音樂為核心的社交娛樂服務包括在線**K歌**社區和音樂直播。

### 在線**K歌**社區

在中國，無論是在週末聚會、家庭活動還是在簡單的社交聚會上，**K歌**均是享受音樂的流行方式。這啟發我們於2014年推出在線**K歌**社區，為用戶與朋友一起演唱和玩樂提供更多便利。在線**K歌**社區是一個面向用戶的平台，其面向的用戶想要一個簡單的舞台來分享其對音樂和歌唱的熱愛，或是成為明日之星的入門舞台。

我們主要通過**全民K歌**（中國領先的在線**K歌**社區）以及**酷狗音樂**上的「**K歌**」功能提供在線**K歌**服務。我們目前提供了海量涵蓋多種風格的**K歌**歌曲，我們將繼續復盤和更新**K歌**內容庫，以保持其新鮮、時興和流行。多年來，我們一直將**全民K歌**打造為以演唱為核心的社交娛樂平台。我們著重以有意義的方式展現演唱在社交、慶祝和社區支持中的力量，以及開發工具以提供更具個性化的歡唱體驗，從而達到吸引用戶的目的。由於用戶主要使用全

全民K歌通過音樂在微信或QQ上與朋友社交，因此我們目前要求用戶使用其微信或QQ賬號註冊全民K歌並獲取服務和功能。全民K歌與微信或QQ的聯動為微信或QQ用戶獲取我們的內容提供了便利，同時也豐富了騰訊內容生態系統。2019年，我們推出精簡功能設計的全民K歌極速版應用程序，用於吸引可能喜歡更簡約界面的用戶。

用戶能夠演唱我們海量的K歌內容庫裡的曲目，並以音頻或視頻的形式與朋友(主要是已連接到微信或QQ的用戶)分享他們的表演。用戶錄製的K歌歌曲顯著擴大了我們用戶所生成的音樂內容庫。

全民K歌具有推動用戶參與、社交互動和娛樂的功能和特色，包括：

- **錄唱功能**。用戶可以音頻及視頻形式錄製K歌歌曲。他們不僅可以獨唱，還可以和明星或其他用戶對唱，共同完成製作一首歌曲後與朋友分享這首歌曲。同時，用戶會收到一份系統生成的表演評估報告，有助於他們繼續提升唱歌水平。此外，用戶可以選用大量特色音效及視覺效果編輯錄製的K歌歌曲，或者在線下迷你KTV唱歌房錄製歌曲，然後在線上分享表演。為了讓廣大用戶更便捷地使用錄唱功能，提升錄製表演和在線唱歌的體驗，我們不斷升級音頻及視頻錄製工具，包括多曲風混響、智能修音和快唱，讓用戶創作和發佈錄製作品的過程更簡單、有趣。我們還升級了合唱功能，即在用戶演唱時不顯示其面部以保證匿名，讓最害羞的用戶也能加入合唱。
- **虛擬歌房**。用戶可以隨時隨地創建虛擬歌房並邀請他們的朋友或其他人加入在線K歌派對。用戶可以在歌房裡演唱並與他人互動，互動方式包括語音和文字聊天、贈送虛擬禮物，以及舉辦歌唱比賽看誰獲得最多點讚和禮物。我們的歡聚歌房把線下K歌體驗搬到線上，為親朋好友在一起演唱、聊天、遊戲和社交提供空間，讓用戶享受實時的社交互動。此外，我們還升級了全民K歌的在線歌房，提供更豐富的在線演唱體驗，包括獨唱、合唱、小群和大群等不同規模的派對，滿足點唱、獨唱、練唱和跨房活動等不同的需求。
- **在線唱歌群**。用戶可發現並加入一個更大的在線唱歌群，分享共同的音樂愛好。在線唱歌群為用戶提供創建在線音樂社區、結識志同道合的新朋友、提升唱歌水平及享受在線社交的良好途徑。我們還推出了專業伴唱的線上服務模式，該服務有效地鼓勵平台上的K歌明星把握潛在的商業化機會，可以通過自己的唱歌才能取得回報。
- **直播表演**。通過交互式直播間功能，用戶可以在線播放其歌唱表演，與他人聊天及贈送虛擬禮物。
- **增值服務**。用戶可以免費使用我們的基本演唱功能，也可以購買虛擬禮物送給他

們喜歡的歌手，以及開通會員享受增值功能，如更高解析度的音質、更多的應用程序主題及加入教唱課程。

- **豐富的多媒體內容**。我們推薦頁上的用戶界面設計採用全屏視頻，使內容瀏覽更具沉浸式和吸引力。此外，我們優化推薦算法，以實現更高的內容曝光度和更卓越的互動體驗。這項技術的改進順帶激勵用戶發佈更多內容，形成良性循環，使用戶能夠在平台上創作、發佈和分享內容。
- **內容創作**。我們持續在全民K歌普及音樂創作過程，鼓勵更多用戶成為內容創作者。我們還為用戶提供一個虛擬舞台背景和形象用於錄製視頻，用戶還可選擇通過全民K歌提供的半成品視頻模板簡單錄製聲音來創建個性化短視頻。

### 音樂直播

與錄製內容相比，音樂直播可提供實時互動、激動人心、令人振奮、引人入勝的內容。通過技術發展，在線直播已成為海量中國音樂愛好者青睞的新興娛樂方式，從而激勵我們為表演者提供一個展現自我以及分享創意作品的場所，也為觀眾提供一個享受完全不同、互動式的音樂娛樂體驗的場地。

我們主要通過QQ音樂、酷狗音樂、酷我音樂、全民K歌上的「直播」標籤以及酷狗直播和酷我直播提供音樂直播。我們在核心音樂應用程序中設立多個直播平台，能夠有效地吸引我們每個音樂應用程序的龐大在線音樂用戶規模使用我們的直播產品，並無縫滿足他們對視覺和互動內容的多元化社交娛樂需求。專業歌手和其他表演者可向廣大在線觀眾表演其歌唱及進行其他表演，打造一個充滿活力的在線社交音樂娛樂社區。

用戶可選擇使用他們的微信或QQ賬號註冊並使用我們的直播服務。或者，用戶也可使用他們的手機號碼註冊並使用我們的直播服務，而無需微信或QQ賬號。

我們的直播平台為直播主播和觀眾塑造一個富有魅力、互動交融的環境，讓他們能夠共同參與創作、發現、社交並享受樂趣，我們的直播平台主要具備以下特色：

- **以音樂為核心的直播內容**。我們的直播內容涵蓋廣泛的表演類別，例如由專業歌手和其他表演者呈現的演唱、樂器演奏和DJ表演。我們大部分的直播用戶還會使用我們的在線音樂或在線K歌服務。憑藉數據分析及AI技術，我們可根據用戶在平



台上收聽或演唱的歌曲推薦相關直播內容。例如，當**酷狗直播**上的直播主播演唱一首歌曲時，**酷狗音樂**會實時彈出消息氣泡，提示正在收聽同一首歌曲的用戶。這使用戶可以流暢地訪問該表演者在**酷狗直播**上的直播。作為我們海外擴張戰略的組成部分，我們尋求將我們的優質直播內容帶給不同地區的國際用戶。

- **音樂活動和才藝演出**。為進一步豐富我們的直播內容供給，我們的直播平台提供專業歌手的虛擬演出以及音樂活動、音樂綜藝節目和粉絲見面會，用戶可通過多種方式支持他們喜愛的歌手，並與他們互動。
- **社交功能**。我們的社交功能讓每個人都參與其中，表演者和用戶可通過多種形式進行互動，如語音和文字聊天、視頻聊天、給表演者的表現評分、贈送虛擬禮物等。直播主播可使用我們的平台參與各種實時演唱和表演比賽，而用戶可向他們喜愛的表演者贈送虛擬禮物。用戶還可以通過贈送虛擬禮物讓直播主播演唱自己喜歡的歌曲。直播過程中，用戶可隨時選擇關注他們喜歡的表演者，以便日後接收直播通知。
- **新的互動形式**。我們通過添加新形式的內容（例如迷你直播真人秀）和新功能（例如鼓勵用戶互動的實時合唱）來增強社交和年輕屬性。2021年第四季度，我們推出中國首個虛擬音樂嘉年華**TMELAND**，並在跨年夜舉辦首個沉浸式虛擬場景線上音樂節。在**TMELAND**中，我們不同平台的用戶可使用個性化3D形象在虛擬直播和虛擬演出等各種數字化場景中進行社交，沉浸在現實與虛擬世界融合的音樂娛樂體驗中。

我們鼓勵直播主播在我們平台上演唱和參與其他音樂表演。我們的直播平台成為表演者吸引興趣相仿的觀眾以及輕鬆獲取豐富創收機會的大型舞台，使其可打造自身藝術形象並追求成為流行歌手的目標。我們平台的直播主播包括專業歌手、有抱負的表演者以及想要分享自己的音樂的普通用戶。

我們致力於與直播主播建立並維持穩定、互利的關係。具體而言，作為我們的內容戰略的一部分，我們培養有潛力的直播主播，助其觸及更廣泛的用戶群體並以表演變現。我們通過為其提供表演培訓和宣傳支持以增加曝光率。此外，我們的平台還提供一種與眾不同的方式，以便直播主播與其觀眾互動，觸及到更廣泛的用戶群體，以提高其在行業中的知名度。

我們幫助受歡迎的直播主播發行新單曲和專輯。這不僅豐富了我們全面的音樂內容供給，還為我們的音樂和直播服務吸引更多流量，提高平台用戶的參與度和忠誠度。

直播主播須與我們簽訂合作協議。這些協議通常載有要求表演者在我們平台直播的條

款，期限通常為一至三年。我們採用收入分成模式，在該模式下表演者（及其經紀公司（如適用））與我們按比例對其直播中的虛擬禮物銷售進行收入分成。

### 其他音樂服務

我們還提供其他服務來增加用戶流量、加深用戶參與度和促進變現。這些服務主要包括(i)銷售音樂相關商品，包括**酷狗**耳機、智能音箱、**全民K歌**麥克風和高保真音響系統；(ii)為智能設備和汽車製造商提供服務，幫助其設備和車輛搭載和運行品牌音樂服務；及(iii)在線音樂活動票務服務。

為使用戶擁有穩定和順暢的聆聽體驗，2019年，我們開始與汽車、智能音箱和智能手錶領域的領先製造商建立物聯網(IoT)合作夥伴關係，為用戶獲取進一步拓展了渠道。作為一個新的音樂內容消費渠道，物聯網增強了我們在用戶日常生活的更廣泛應用場景中有效地向更廣泛的用戶群體推出和推廣新音樂內容的能力，使我們的服務更容易被用戶獲取和使用。我們還擴大了對更廣泛音樂使用場景的覆蓋，與智能音箱、車載音響系統和電視整合，並進軍公播市場。

### 我們的內容

我們致力於建立最全面、最新的內容庫，在風格及形式上涵蓋用戶最喜歡的音樂和音頻內容。

#### 多元化音樂及長音頻內容庫

我們採用不同的形式提供多元化的專業音樂內容、用戶自製的錄製和直播音樂內容，以及長音頻內容，其通常涵蓋五種不同類型：

- **歌曲**。根據艾瑞諮詢報告，我們擁有中國最豐富的內容庫。截至2021年12月31日，我們共計擁有逾90百萬首音樂曲目。
  - 收錄國內外知名及新興的藝術家演唱的歌曲。
  - 依託全面的原創內容製作系統，發揮我們的科技實力、對音樂的深入理解及內外部資源，系統地創作、評估及宣推音樂。
  - 呈現多種音樂主題，例如最新熱歌、網絡熱歌、時代金曲和影視原聲。
  - 涵蓋海量音樂風格，包括流行、搖滾、小眾流行、嘻哈、R&B、古典、爵士及電子音樂（包括華語、粵語、英語、韓語及日語等語種）。

- 根據聽歌習慣、場景及心情分類為運動、旅行、學習工作、放鬆及更多不同類別。
- 迎合年輕音樂用戶喜好，覆蓋都市音樂、電子舞曲、動畫、動漫和遊戲及國風等多種風格。
- **音樂直播**。有抱負的專業藝術家及其他的表演者實時為我們的在線觀眾演唱音樂及其他表演。這些直播使用戶得以體驗和欣賞音樂直播，且可通過各種方式與表演者互動。此外，我們還為更知名的藝術家組織更專業的線上演出和音樂活動的直播。
- **視頻和音頻錄製**。各種以音樂錄製為導向的視頻內容，如專業製作及用戶自創的完整音樂視頻、短視頻、幕後花絮、藝人訪談、音樂綜藝節目和音樂頒獎典禮，以及涵蓋兒童、教育、歷史和人文等多元化主題的有聲書、播客和脫口秀等。
- **K歌歌曲**。海量的在線K歌歌曲及相關用戶評論，進一步拓寬我們音樂內容供給的廣度，提升我們用戶的體驗及參與度。
- **評論及文章**。我們通過內部編輯團隊撰寫或策劃的有關音樂和藝術家的龐大評論庫及文章庫，來補充我們的音樂內容供給。我們在文章中放置精選音樂的鏈接以便為用戶提供更多內容選擇。

### 我們的內容戰略

#### 與音樂版權方及領先行業參與者合作

目前，我們專注於獲得國內外主要音樂版權方熱門歌曲和優質內容的授權，以滿足廣泛的用戶群體的需求。一般來說，我們獲得音樂版權方授權的所有曲目均可通過在線音樂應用程序供用戶使用，在我們與授權方訂立的授權協議條款允許的範圍內，該等曲目可通過社交娛樂產品供用戶使用，惟若干情況下，藝術家或版權擁有者要求我們根據特定會員訂閱或特定形式發佈內容則除外。請參閱「一 內容採購安排」。

鑒於我們平台的影響力及幫助用戶發現音樂的能力，我們已經成為音樂版權方和藝術家獲得曝光度和衡量他們的音樂於用戶群體中受歡迎程度的最受青睞且高效的平台之一。多年來，我們已與包括國內外主要版權方在內的廣大音樂版權方建立長期關係，該等公司就新專輯發行、音樂活動及其他計劃給我們提供寶貴的合作機會。我們亦與知名藝術家及主要音樂版權方展開合作，推廣發行數字專輯，以滿足廣大用戶規模的需求。

我們的平台不斷在內容類型、風格及形式上進行多元化。此外，在擴大版權音樂服務的同時，我們亦與行業參與者、藝術家及其他合夥人開展緊密合作，創作更多具差異化的內容，共同製作了眾多橫跨遊戲、電影、文學及動漫領域高居榜首的歌曲。

我們亦尋求加深與更廣大的騰訊生態系統的合作夥伴關係，以創造新的音樂娛樂體驗和內容。例如，2021年，為豐富我們平台及*微信視頻號*的音樂視頻內容以及利用*微信*擴展我們的宣推能力，我們與*微信視頻號*開展了深入合作。此外，用戶可以從我們的內容庫直接給*微信*好友發送歌曲，或當他們在*全民K歌*上演唱或完成歌曲錄製時，可以更新他們的*微信*狀態，與*微信*好友分享體驗。

### **加強內部原創內容製作能力**

為滿足用戶對多元化音樂娛樂形式的需求，我們持續投資原創內容製作。我們已形成一套完整的原創內容製作流程，發揮我們的科技實力、對音樂的深入理解及內外部資源，系統地創作、評估及宣推音樂。例如，我們的*5Sing*平台已是一個作詞人、作曲人及音樂人活躍的在線社區，他們在平台上匹配、交流及交易，共同為平台貢獻更多吸引人的原創音樂內容。我們還利用專有的PDM模型通過確定複雜的用戶喜好，以及分析旋律、歌詞、聲音和節奏進行預測和數據分析來發現具有成為爆款潛力的歌曲，並節約原創歌曲的製作成本。詳情請參閱「一技術及數據能力—技術」。此外，我們已開發出許多整合了我們內外部推廣資源的內容推廣工具，提供一站式服務，幫助藝術家及歌曲觸達目標受眾，打開知名度。這些先進的工具及技術已推動我們的藝術家創作出優質、流行的作品，滿足了用戶的不同品味，極大豐富了我們的內容庫。

### **扶植有抱負的藝術家**

我們這個平台不僅是為已成名藝術家而設，也是為發掘及扶植新興音樂人才而設。我們為新一代有抱負的藝術家提供內容管理、宣傳、推廣、變現及職業培訓等方面的支持，讓他們有機會實現歌唱和表演理想。我們對促進了許多在我們平台上起步的新興音樂明星的歌唱事業而感到自豪。我們亦與音樂版權方密切合作，從我們平台上發現並扶植有抱負的藝術家。

我們通過騰訊音樂人平台打造原創作品，豐富獨立音樂人生態系統，使我們的內容呈現差異化特點。騰訊音樂人平台是我們為新興音樂人提供的在線服務平台，他們經過我們的篩選，將原創音樂內容上傳到我們的平台，供用戶在線播放和下載。這展示了我們在孵化音樂人才方面的強大實力，並能夠把他們的原創作品帶給中國成千上萬名音樂愛好者。我們為獨立音樂人提供實用的工具和合作機會，支持他們激發全部潛能，打造自己的藝術基地、發展和吸引用戶群體，並將此變現。我們的部分做法是給他們提供寶貴的資源，包括歌曲製作、國內外推廣、經紀服務、激勵計劃、表演資源、版權保護及專業培訓等。例

如，QQ音樂2021年度聽歌報告主題曲(由我們管理整個製作、發行及宣推過程)首日播放量即突破20百萬，創下獨立音樂人類別中流媒體首發紀錄。2021年，我們還推出讓藝術家在微信視頻號、QQ音樂、酷狗音樂、酷我音樂及全民K歌等多個騰訊音樂娛樂集團及騰訊平台上輕鬆同步發佈視頻內容的功能，使音樂人更容易觸達更廣泛的用戶群體。我們相信，該等具吸引力的跨平台機會使我們從其他在線音樂平台中脫穎而出。

騰訊音樂人平台亦為音樂人及本行業建立了可持續、多元化的變現模式。2021年，我們推出升級版的億元激勵計劃，激勵符合規定的音樂人在音樂創作上與我們合作，為他們提供全方位的激勵機制，讓優質內容和優秀藝術家在我們的平台上獲得曝光。

我們對獨立音樂人不竭的支持使入駐我們平台的獨立音樂人不斷增加。截至2021年第四季度末，騰訊音樂人平台上的獨立音樂人數目達到300,000人。

### 促進用戶內容創作

為進一步拓展我們內容供給的廣度，我們允許用戶上傳K歌歌曲、直播表演、短視頻和長視頻等形式的內容以及其他形式以音樂為核心的內容。這類用戶生成音樂內容進一步吸引用戶並提升了他們作為內容創作者和觀眾的體驗。

我們利用自身的數據分析技術及AI技術推送K歌歌手及直播主播生成的內容，幫助他們增加曝光度。

此外，為吸引更廣泛的用戶群體，我們的內容供給新增了其他視頻及長音頻形式，並持續引發社交媒體話題，推出更多精簡版應用程序。我們還通過不斷改進音樂內容的打標籤體系及分析我們平台的數據庫推陳出新，讓用戶享受個性化內容，更好地滿足用戶的音樂品味和喜好。我們相信，這些計劃都屬戰略性長期投入，並將改善我們的用戶體驗，吸引更多客戶到我們的平台貢獻更多用戶生成內容，推動可持續增長和變現的良性循環。

### 探索創新內容形式

我們不斷創新，推出用戶喜愛的全新內容形式。例如，我們憑藉TME Live打造線上線下融合的全新音樂場景。線上方面，TME Live於2021全年舉辦了56場多元化的現場演出，包括2021年Tomorrowland電子音樂節。電商、汽車及其他廣告主贊助TME Live的一系列電子

音樂表演，而*TME Live*則以這種充滿活力的形式助品牌方與用戶產生共鳴，並提高品牌的情緒價值影響力，同時塑造出新商業模式。*TME Live*與騰訊音樂人平台通過2021原力舞台計劃合作，在多個重點城市舉行現場演出，給有才華的音樂人提供參與全國巡迴演出的機會，讓更多線上及線下的觀眾看到他們。

此外，2021年第四季度，我們推出中國首個虛擬音樂嘉年華*TMELAND*，並在跨年夜舉辦首個沉浸式虛擬場景線上音樂節。活動參與者紛至沓來，他們以全新的3D形象和朋友們以及Vicetone、Luminn及DEXTER KING等世界知名DJ進行虛擬派對。我們不同平台（如QQ音樂、酷狗音樂及酷我音樂）的用戶可以個性化3D形象在虛擬直播和虛擬演出等各種數字化場景中進行社交，沉浸在現實與虛擬世界融合的音樂娛樂體驗中。

### 內容採購安排

內容是本平台的根基。我們從以下主要權利持有人獲得授權並向其支付版權使用費，以獲得在本平台提供的絕大部分音樂內容。

- **音樂版權方及音樂版權擁有者**

- 我們與眾多音樂版權方及其他版權擁有者建立了牢固的合作關係。我們從國內外音樂版權方獲得相關音樂內容的音樂錄音版權及／或詞曲著作權，期限主要為一年至三年。
- 我們基於授權費及收入分成激勵版稅就獲許可音樂內容向音樂版權方支付費用。根據該費用安排，授權費及激勵版稅的金額取決於多種因素，包括內容類型、演唱者的受歡迎程度以及我們與授權方的關係。授權費用通常可於授權存續期間分期付款。
- 我們與音樂版權方及音樂版權擁有者簽訂的授權協議為非獨家協議。
- 我們已與中國其他在線音樂平台達成安排，以交叉授權我們各自在音樂作品中的可授權權利。我們相信，該等安排不僅有利於像我們這樣的特定市場參與者，也因其加強了於版權保護方面的合作並使用戶可於多個平台訪問更多歌曲而有利於整個行業。
- 授權協議將規定我們是否有權轉授我們自音樂版權方及版權擁有者獲得的內容許可。
- 我們與音樂版權方及版權擁有者簽訂的授權協議一般於期限結束時屆滿，通

常為期一至三年，除非出現重大違約等情況，屆時合同會根據相關條文提前終止。

- **個人藝術家**

- 我們亦與個人藝術家或其經紀公司簽訂授權協議，以於本平台推出更廣泛及更多元化的內容供給。有關騰訊音樂人平台(旨在扶植有抱負的個人藝術家的在線服務平台)的詳情，請參閱「— 我們的內容戰略 — 扶植有抱負的藝術家」。
- 我們通常向該等個人藝術家支付演出授權費。我們亦根據若干個人藝術家的過往演出及於用戶間的受歡迎程度等多種因素，向他們預付及／或支付固定內容費用。
- 我們與個人藝術家簽訂的授權協議為不超過三年的獨家協議或非獨家協議。
- 根據與特定個人藝術家簽訂的合同條款，我們可能將相關個人藝術家的內容轉授予其他方。
- 我們與個人藝術家簽訂的協議一般於期限結束時屆滿，通常為期三年，除非出現重大違約等情況，屆時合同會根據相關條文提前終止。

- **直播主播及其經紀公司**

- 收入分成安排對直播主播(及其經紀公司，如適用)的用戶生成內容有規定，根據該安排，他們有權從在我們直播平台表演所獲得的虛擬禮物的銷售收入中分成。支付直播主播(及其經紀公司，如適用)的款項通常定期結算。我們通常力求保持我們認為與同業類似的收入分成比例水平。根據艾瑞諮詢報告，與本平台直播主播(及其經紀公司，如適用)約定的收入分成安排，包括收入分成比例，整體符合業內常態。
- 我們與直播主播(及其經紀公司，如適用)簽訂的協議將規定其有權享有收入分成須滿足的若干定性及定量要求。
- 直播主播(及其經紀公司，如適用)對其創作的直播內容擁有知識產權，根據我們的協議，我們獲准在我們的平台上使用有關內容。此外，將用戶生成內容上傳至我們平台的用戶通常同意授予我們該內容的相關版權。有關我們對用戶生成內容的版權保護的詳情，請參閱「— 知識產權 — 版權」及「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們允許將用戶生成的內容上傳至我們的平台。倘若用戶尚未就上傳內容取得所有必要的版權許可，則我們可能面臨潛在糾紛及法律責任」。

- 我們與直播主播或其經紀公司簽訂的協議為獨家協議或非獨家協議。
- 我們與直播主播(及其經紀公司,如適用)簽訂的協議一般於期限結束時屆滿,通常為期一至三年,除非出現重大違約等情況,屆時合同會根據相關條文提前終止。

### 我們的創收方式

我們的收入主要來自於(i)在線音樂服務及(ii)社交娛樂服務及其他服務。

#### 在線音樂服務

2019年、2020年及2021年以及截至2022年3月31日止三個月,我們在線音樂服務產生的收入分別為人民幣7,152百萬元、人民幣9,349百萬元、人民幣11,467百萬元及人民幣2,616百萬元(413百萬美元),分別佔我們收入的28.1%、32.1%、36.7%及39.4%。

#### 付費音樂及音頻內容

目前,我們通過QQ音樂、酷狗音樂及酷我音樂產品為用戶提供會員訂閱以訪問我們的內容。我們的基礎會員訂閱價格為每月人民幣8元,用戶每月可下載固定數量的音樂內容供給,並可訪問若干付費流媒體內容。用戶亦可以每月人民幣15元至人民幣18元不等的價格訂閱我們的高級會員,以獲得不同的附加功能及特權,包括額外的個性化應用主題和頭像設計、更多優化聆聽體驗的音效及更快的流媒體和下載速度。我們亦提供會員訂閱折扣及僅面向付費用戶的若干特權及福利,鼓勵用戶於本平台消費、促進本平台付費用戶的轉換及留存率。

2019年第一季度,我們推出了「付費流媒體」模式,在此模式下,選定的歌曲僅提供給付費用戶在訂閱期限內通過流媒體(與在線播放及下載有所不同)收聽。我們認為,採用付費流媒體模式推動了我們在線音樂服務的付費用戶數及付費率增長。為了培養用戶為優質音樂內容付費的意願,我們將繼續實施有效的變現措施。

除按月訂閱外,我們亦允許用戶基於付費點播在線播放及/或下載單曲及專輯。在我們平台上首次發佈的歌曲僅供已購買該等歌曲的用戶於發佈後的特定「推廣」期內在線播放及/或下載,且該等歌曲可於推廣期結束後在付費流媒體模式下獲取。



此外，我們亦為用戶提供會員訂閱以訪問懶人聽書上的音頻內容。我們的懶人聽書平台上的付費用戶於訂閱期間可免費且無限制地訪問若干流行的及精心編輯的音頻內容。我們還為付費用戶提供各式各樣的其他特權及福利，包括優先訪問若干音頻內容及有聲書折扣。

### 廣告服務

我們在平台上向廣告客戶提供各種廣告服務。我們的廣告產品主要包括當用戶打開我們的移動應用程序時自動彈出的全屏廣告及我們的平台界面上不同尺寸及位置的符合行業標準的橫幅廣告。

### 社交娛樂服務及其他服務

2019年、2020年及2021年以及截至2022年3月31日止三個月，我們的社交娛樂服務及其他服務所得收入分別為人民幣18,282百萬元、人民幣19,804百萬元、人民幣19,777百萬元及人民幣4,028百萬元(635百萬美元)，分別佔我們收入的71.9%、67.9%、63.3%及60.6%。

我們主要通過在線K歌歌手及直播主播有趣的音樂表演將用戶吸引至我們的在線K歌及直播平台。我們主要通過虛擬禮物(包括消耗型、時限型及期間型的虛擬物品)的銷售及消費從在線K歌及直播服務獲得收入。消耗型虛擬物品主要為觀眾向在線K歌歌手及直播主播送出的禮物，以作為對其表演的支持及欣賞。在直播過程中，打賞給歌手或表演者的特殊虛擬物品(如鑽石戒指或汽車)將會出現在屏幕上。若用戶喜歡表演者上傳的錄製音頻，也可向在線K歌表演者打賞虛擬禮物。用戶還可自行選擇購買虛擬物品，而該等物品可在一段時間內賦予用戶某些特權或公認地位，例如某一段時間內在用戶的個人主頁上顯示徽章。雖然購買和使用該等虛擬禮物並非使用我們產品功能的先決條件，但可作為用戶參與在線K歌及直播的一種方式，提升用戶參與度及忠誠度。

除虛擬禮物銷售外，我們還通過銷售高級會員服務及其他變現模式從在線K歌及直播服務中獲得收入。就在線K歌而言，用戶可開通會員，會員可享有更高解析度的音質及獲得歌唱指導的教唱視頻片段。就直播而言，如果被選中的直播主播與我們分成，那麼他們可通過我們的平台製作並銷售自己的數字專輯。我們與K歌歌手及直播主播或其經紀公司分享我們平台產生的收入，通常按打賞其表演的虛擬禮物銷售所得收入的一定比例分成。此外，我們的在線K歌平台還提供各種廣告服務，與我們在線音樂應用程序上展示的廣告類似。

此外，我們通過銷售音樂相關商品獲得收入，這些商品包括酷狗耳機、智能音箱、全民K歌麥克風及高保真音響系統。

### 品牌、營銷及銷售

我們的營銷策略聚焦於進一步加強我們的品牌，包括QQ音樂、酷狗音樂、酷我音樂、全民K歌及懶人聽書，並擴大我們的娛樂生態系統，以連接更多用戶、藝術家及內容提供者。我們致力於以一流的娛樂內容及服務贏得眾口交讚的口碑，提高我們的品牌知名度。

我們主要依靠口碑及強大的品牌優勢將用戶吸引到我們平台。我們亦同時在線上線下開展多元化營銷活動，以此提高品牌知名度。具體而言，我們的營銷活動通過搜索引擎營銷及社交媒體增加平台流量。此外，為進一步提升品牌知名度，我們主辦或參與各類音樂相關賽事及活動，例如與知名藝術家合作、舉辦唱歌比賽、電視及網絡音樂選秀節目、音樂節、校園活動、藝術家巡演及粉絲活動，以提高我們的品牌知名度。我們亦繼續通過校園比賽和畢業典禮等線上線下活動，在中小學及大學校園裡深入傳播。

我們不斷採用新技術，上線新功能及工具，改善用戶體驗，以鼓勵用戶更頻繁地訪問我們的平台，延長停留時間，最終提高我們平台的變現效率。我們亦利用在平台界面部署的直接營銷工具將用戶轉化為付費用戶。

### 內容審核

我們致力於遵守有關通過互聯網提供內容的適用法律法規。我們利用技術實施審核程序，並刪除平台上的不當或違法內容。在對我們平台進行過濾的系統的定期輔助下，我們的內容審核團隊對文本、圖片及視頻進行篩查。例如，我們的視頻識別技術讓我們能夠有效監測直播，以預防內容侵權行為。我們還開發了一個有效的版權侵權監測系統，能夠檢測到其他平台或我們用戶潛在的版權侵權行為。我們亦通過各種公開舉報渠道來識別和刪除違法或不當內容。我們的法律團隊亦可能採取進一步行動，就任何違法或不當內容對內容創作者進行追責。

我們重點對用戶生成內容進行審核及篩查。我們要求直播主播及用戶實名註冊方可上傳內容至我們的平台，並要求他們同意不得發佈違反任何第三方權利或任何適用法律法規的內容。我們要求用戶及直播主播遵守我們的服務條款，該等條款嚴格禁止於我們的平台

上傳播不當內容。我們的服務條款詳細規定了禁止內容與行為，包括但不限於挑釁或煽動性語言、全裸或部分裸露、性暗示語言及肢體動作、針對其他用戶的侮辱性語言或行為、暴力行為及威脅，以及推進或推廣非法交易或活動的信息。我們亦根據適用法律法規通過人機篩選相結合的方式審核在我們平台上進行的直播表演，以識別及移除任何非法或不當內容，以及任何侵犯其他方知識產權的內容。用戶亦可使用移動應用程序中的「舉報」功能來舉報任何違反我們服務條款的行為或其他不當行為。由於直播表演為用戶生成內容，為使我們能充分利用版權侵權避風港，我們須根據中國版權法律法規，對該類內容實施「通知即刪除」政策，從而降低我們因在我們平台上發佈侵權內容而被追究版權侵權責任的可能性。請參閱「知識產權 — 版權」。

由於我們平台上展示了大量內容，我們可能無法始終及時識別違法、不當或可能因其他原因被監管機構認為屬不良的內容。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們平台提供的內容可能被中國監管機構認定為不良內容，這可能令我們面臨處罰及其他監管或行政措施」。

### 技術及數據能力

#### 技術

我們致力於不斷提升技術，以提供卓越的用戶體驗並提高運營效率。多年來，我們不斷創新並提升我們的技術，幫助用戶發現並享受內容，幫助藝術家找到目標受眾，從而實現更大價值。

我們擁有龐大的數據庫，投入大量資源分析數據，以獲得對我們用戶的音樂娛樂及社交行為的有用見解。我們認為，我們的技術將使我們更好地了解並響應用戶喜好，提供卓越的用戶體驗，並進一步將我們的服務與競爭對手區分開。

- **搜索和發現引擎。**我們利用以紮實的數據分析能力為基礎的強大的音樂搜索和發現引擎為用戶提供優質的趣味音樂娛樂體驗。這不僅幫助用戶更容易地發現和享受音樂內容，而且幫助藝術家找到目標受眾，從而實現更大價值。在騰訊音樂娛樂集團旗下平台上，我們不僅讓用戶在我們龐大的音樂庫中具高精度和相關性地搜索他們想要的音樂內容，而且還使用先進的專有技術管理並分發符合他們特定品味和興趣的音樂內容。例如，根據艾瑞諮詢報告，QQ音樂是中國在線音樂行業

中首個採用由AI賦能的內容預測模型(「PDM」)的品牌，其準確性在同業中最高。PDM使用專有的深度學習內容價值評估算法，通過分析最近的流行音樂趨勢和用戶喜好，能夠預測潛在熱門歌曲，從而準確發現內容並將其分發給感興趣的用戶。PDM的卓越性能得到了國際音頻檢索評測大賽的認可，國際音頻檢索評測大賽為一項檢驗頂尖音樂信息檢索方法的國際基準活動。在2020年的國際音頻檢索評測大賽中，QQ音樂的PDM在預測識別任務中刷新了「預測音樂片段真實後續片段準確率」的世界紀錄。

此外，我們亦採用先進的音頻指紋技術首創中國的聽歌識曲技術。該前沿技術能夠在數秒內自動識別嵌入短視頻片段或周圍環境中的任何歌曲。智能聽歌識曲技術與我們強大的音樂搜索引擎相輔相成，能讓用戶無需知道關鍵詞即可找到無意間聽到的音樂片段源自哪首曲目。該技術結合相似風格、類型及藝術家的音樂智能推薦，為用戶提供優質及愉悅的音樂發現體驗，從而有效提升用戶忠誠度。根據艾瑞諮詢報告，我們的聽歌識曲技術擁有全球最高精確率，眾多獎項及認可能夠證明該成就。在2019年的國際音頻檢索評測大賽上，我們的聽歌識曲技術在音頻指紋任務中打破世界紀錄。

我們一直不斷提高我們在內容管理的效率及搜索和發現引擎的精確度，我們認為這有助於我們服務的日均聽歌次數及用戶活躍度大幅提升。

- **提升用戶體驗。**我們提供各種音效以提升用戶的聆聽體驗。我們屢獲殊榮的專有音效設置(即酷狗蝮蛇音效、QQ音樂銀河音效及全民K歌Super Voice音頻設置)，不僅為用戶帶來卓越的音質及一流的聆聽體驗，還孕育出一個規模龐大、日益增長的線上社區以供用戶分享其對音效的反饋意見。此外，我們還為在我們平台上錄製視頻的用戶提供各種視覺特效及相機濾鏡。我們的技術亦使我們的產品成為日常生活的一部分，如QQ音樂跑步電台會推薦符合慢跑者跑步節奏的音樂。2021年，就全民K歌而言，我們引入沉浸式和聲伴奏音效，模擬大型畢業典禮，以及引入多維度評分系統，以改善我們的錄唱工具。該等改進使用戶在錄製歌曲時的體驗更加愉悅，從而促使用戶參與度的提升。此外，作為我們整體視頻化計劃的一部分，我們已建立並持續優化中台架構，這對我們進一步加強跨平台視頻內容供給的能力至關重要。
- **前沿技術的創新用例。**為給用戶帶來更加沉浸式、生動及流暢的聆聽體驗，我們已佈局能夠聲情並茂演繹的AI語音朗讀技術用以製作有聲書，產出多部以知名文學作品為藍本的作品，如《鬥破蒼穹》。此外，我們致力於採用尖端虛擬現實技術來提供全新、沉浸式的音樂娛樂體驗。2021年第四季度，我們推出中國首個虛擬音樂嘉年華TMELAND，並在跨年夜舉辦首個沉浸式虛擬場景線上音樂節。在TMELAND

中，我們不同平台(如QQ音樂、酷狗音樂及酷我音樂)的用戶可以個性化3D形象在虛擬直播和虛擬演出等各種數字化場景中進行社交，沉浸在現實與虛擬世界融合的音樂娛樂體驗中。

### 數據安全及隱私

我們認為數據安全對我們的業務運營至關重要。我們已採納並實施全面的內部規則及政策來管理我們使用和共享個人信息的方式，以及一套健全的協議、技術和系統以確保此類資料不會被不當訪問或披露。具體而言，我們在平台上制定了隱私政策，包括《QQ音樂隱私保護指引》、《酷狗音樂隱私政策》、《酷我音樂隱私政策》及《全民K歌隱私保護指引》。這些隱私政策就我們收集的個人信息類型、我們使用、共享和保護用戶的個人信息的方式及用戶在適用法律下的隱私權提供指引。尤其是，我們僅在必要的範圍內收集個人信息，從而使我們能夠在遵循適用法律法規的情況下提供服務。在使用我們的產品和服務之前，所有用戶必須接受用戶協議的條款和條件，包括我們的隱私政策。

從內部政策角度來看，我們制定了一套適用於整個平台的全面的政策及程序，包括《騰訊音樂娛樂集團數據安全管理規範》、《騰訊音樂娛樂集團用戶個人信息安全管理規範》，指導我們的數據安全及隱私保護工作：

- **數據收集。**在獲得用戶同意後，我們僅在必要範圍內收集用戶數據，以實現產品功能及提供服務。例如，我們收集若干基本信息(如QQ或微信賬號或手機號碼)用於用戶賬戶註冊及驗證。為了實現精準的內容管理與分發，提供卓越的音樂發現體驗，我們可能會訪問及分析用戶於我們平台的播放列表及收聽歷史。倘若用戶購買任何付費音樂及音頻內容或音樂相關商品，用戶需要提供若干個人信息，例如姓名及地址，以達成交易。對於我們向用戶收集的數據，我們會向用戶告知數據類型、潛在用途、數據保存期限及用戶權利等內容。
- **數據使用。**我們在隱私政策中詳盡披露我們自用戶收集的個人信息及數據的潛在用途。倘若我們需要將個人信息及數據用於隱私政策所披露目的之外的其他用途，我們將在行動前告知用戶並徵求其明確同意。
- **數據保護。**我們依照「需要知道」的原則限制訪問存儲用戶及內部數據的服務器。我們亦採用先進的數據加密系統，旨在確保數據的安全存儲及傳輸，並防止任何

未經授權的公眾成員或第三方以任何未經授權的方式訪問或使用我們的數據。此外，我們對用戶數據實施全面的數據脫敏，以抵禦潛在的黑客攻擊或安全攻擊。另外，我們亦實施事件響應計劃，為處理對服務器及數據的任何潛在威脅提供了一個明確界定的組織化方法，並在數據洩露涉及個人信息時採取適當行動。我們在集團內部為僱員提供定期培訓，重點為對我們業務運營至關重要的網絡安全意識主題，內容包括保護數據免遭丟失、修改、洩露或盜竊的最佳做法。

- **數據存儲及保留。**我們規定在中國收集的個人信息及數據應在中國境內存儲及保存。雖然我們保存用戶數據僅用於實現產品功能及提供服務，但用戶可選擇刪除其在使用我們的產品及服務時產生的個人信息，如收聽歷史及播放列表。在我們的產品或服務終止後，我們將在符合適用法律法規的合理期限內銷毀或匿名化我們收集的用戶數據。
- **數據傳輸。**除我們隱私政策中規定的若干例外情況外，我們不得在未經用戶明確同意的情況下傳輸我們向其收集的任何個人信息及數據。對於由我們的業務合作夥伴(包括騰訊及其聯營公司)和我們共同提供的若干服務，我們可能在必要的範圍內與該等業務合作夥伴共享相關個人信息及數據，以提供服務及增強用戶體驗。我們採取大量預防措施，確保向我們業務合作夥伴傳輸數據的完整性及安全性。有關措施包括(i)要求我們的業務合作夥伴按照我們的標準、規定及協定處理我們傳輸的個人信息及數據，包括提供相同程度的保護；(ii)在傳輸任何數據前，要求我們的業務合作夥伴提供書面保密承諾；(iii)獲得數據安全負責人員的內部批准；(iv)要求我們的業務合作夥伴於終止服務後歸還或刪除我們傳輸的個人信息及數據；及(vi)保存審查日誌以供未來檢查。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何重大資料洩漏或用戶數據丟失。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，根據內部規則及政策，我們在所有重大方面均遵守關於數據安全和隱私的監管要求。

### 客戶及供應商

我們的客戶主要為在我們平台上購買在線音樂及／或社交娛樂服務的個人付費用戶。因此，我們並無任何重大的客戶集中情況。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度各年以及截至2022年3月31日止三個月，我們的前五大客戶佔我們總收入的10%以下。

我們的供應商主要包括版權擁有者、直播主播(包括其經紀公司)、技術服務提供者及其他服務提供者，我們向其採購受版權保護的內容、直播服務、技術服務及其他服務。我

們並無任何重大的供應商集中情況。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度各年以及截至2022年3月31日止三個月，我們的前五大供應商佔我們採購額的30%以下，且於各有關期間，並無任何供應商單獨佔我們採購額的10%以上。

目前，我們不存在任何內容供應商集中的風險，亦不依賴任何單一內容供應商來採購內容。我們相信，我們的規模和市場地位可促使我們成為廣大內容供應商的優選合作夥伴，從而大幅降低任何個體內容供應商終止合約的風險。我們與主要內容合作夥伴維持長期合作關係，該等合作夥伴包括音樂版權方及管理直播主播的經紀公司等其他內容提供商。

我們已經採取多種內部控制措施，以進一步降低內容供應商終止合約的風險。例如，在選擇內容供應商時，我們應用了具體的標準和參數以確保規模、地理位置、內容形式和風格以及目標受眾的多樣性，並盡量減少一定數量內容供應商的集中。就我們與內容供應商訂立的協議而言，我們已納入使我們有權在內容供應商嚴重違反其義務時尋求補救措施的條款。我們亦設立內部規則及程序，要求指定人員密切跟蹤內容供應商，以識別出現的質量或性能問題，並積極主動地計劃和談判合同續期。

### 知識產權

#### 版權

我們致力於版權保護，並努力在改善中國音樂和音頻版權環境方面繼續發揮引領性作用。

我們採取各種措施，確保我們平台上提供的內容不侵犯第三方的版權。一旦獲得許可，我們會密切監測我們平台上受版權保護的內容，以符合許可範圍，從而盡力及時發現及糾正我們平台上侵權第三方版權的行為。我們亦從我們與內容創作者或授權方達成的協議中尋求額外的合約保護。例如，我們通常要求授權方在授權協議中聲明他們擁有給予內容許可的合法權利，並要求他們賠償因任何侵權索賠或違反法律法規而造成的損失。就用戶生成內容而言，我們亦依賴中國版權法律法規下關於線上存儲服務提供商的避風港條款，並且我們已採取措施以盡量降低我們因在我們平台上發佈用戶生成內容侵犯版權而承擔責任的可能性。相關措施包括(i)要求用戶確認並同意不會上傳或表演可能侵犯知識產權的內容；

(ii)限制黑名單用戶上傳或發佈內容；(iii)在識別和核實相關版權擁有者的身份後，盡最佳的合理努力取得相關版權擁有者的許可，並就版權方和其他版權擁有者許可的作品採取合約保護措施；及(iv)實施「通知即刪除」政策，以符合就用戶生成內容適用避風港豁免的資格。據中國法律顧問告知，倘該等措施(特別是「通知即刪除」政策)根據適用的法律法規予以適當實施，我們未能取得用戶生成內容的完整版權許可並不違反現行中國版權法律。

針對侵犯我們內容權利的第三方平台，我們亦積極行使我們的權利，採用人機監測相結合的方式檢測其他平台上未經授權使用受版權保護內容的情況。具體而言：

- **監測**。利用我們先進的音頻和視頻指紋技術及龐大的數據庫，我們能夠持續篩查及識別在中國第三方平台上展示的侵權內容。
- **行使我們的權利**。當我們的系統發現我們的內容在第三方平台上遭侵權使用時，我們的系統會自動生成警報電子郵件，發送予我們的法務及版權保護人員，我們的法務及版權保護人員會及時向侵權平台送達移除通知，要求其刪除侵權內容。在發出移除通知後，我們的法務及版權保護人員將審查相關證據並啟動刪除程序，以確保對方及時刪除侵權內容，還可能向國家版權局投訴或啟動法律程序。
- **跟進**。一旦送達移除通知或啟動法律程序，我們的版權系統就會開始跟蹤相關平台，核查侵權內容是否已及時刪除。

### 其他知識產權

除我們內容的版權外，其他知識產權亦對我們的業務至關重要。我們依賴中國及其他司法管轄區的多項專利、版權、商標及商業秘密法律以及保密程序及合約條文，保護我們的知識產權。截至2022年3月31日，我們已申請註冊4,063項專利，其中2,308項專利已獲國家知識產權局及海外批准。我們的一項專利榮獲國家知識產權局頒發的第十九屆中國專利獎，另一項專利榮獲國家知識產權局頒發的第二十二屆中國外觀設計獎。此外，我們的一項專利榮獲廣東省人民政府頒發的第八屆廣東專利銀獎。截至同日，我們已申請5,385項商標，其中3,410項已在國家知識產權局商標局及海外註冊。我們亦已在中國版權保護中心登記552項軟件著作權。我們的「**酷狗**」商標已獲北京市高級人民法院認可為馳名商標。

儘管我們努力保護自身免受知識產權侵犯或盜用，但未經授權方可能試圖抄襲或以其他方式取得並使用我們的知識產權，侵犯我們的權利。如果針對我們的侵權索賠成功，或



## 業 務

者我們未能或無法及時開發非侵權知識產權或就侵權或疑似侵權的知識產權獲得許可，我們的業務可能會受到損害。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 未能保護我們的知識產權可能會嚴重損害我們的業務、經營業績及財務狀況」。

### 僱員

我們招聘及留下合資格僱員的能力對我們持續取得成功至關重要。截至2022年3月31日，我們擁有6,015名全職僱員。我們的絕大部分僱員位於中國。下表載列我們截至2022年3月31日按職能劃分的全職僱員明細。

職能	僱員人數	百分比(%)
研發.....	2,924	48.6
內容管理及運營.....	1,763	29.3
銷售及市場推廣.....	537	8.9
管理及行政.....	791	13.2
合計.....	6,015	100.0

我們與全職僱員訂立僱傭合同，當中載有標準的保密及競業禁止規定。除薪金及福利外，我們為全職僱員提供績效獎金，並為銷售及市場推廣人員提供以佣金為基礎的薪酬。

根據相關中國法律法規的規定，我們為我們的中國全職僱員參與由市級和省級政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括養老保險、失業保險、工傷保險、醫療保險及住房保險。根據中國法律，我們須按我們中國全職僱員的薪金、獎金及若干津貼的特定百分比，不時為有關僱員向僱員福利計劃繳納供款，但款額不超過中國地方政府規定的最高限額。

我們認為，截至最後實際可行日期，我們與僱員保持著良好的工作關係，並無發生任何重大勞資糾紛。我們的僱員並無工會代表。

### 競爭

我們主要與中國其他在線音樂和音頻娛樂提供商爭取用戶及其時間和關注。我們面臨的一般性競爭亦來自其他在線服務提供商提供的其他內容形式的在線產品，包括長短視頻、K歌服務、直播、電台服務、文學作品及遊戲。我們憑藉多元化的內容、產品功能、社交互

動功能、用戶體驗質量、品牌知名度及聲譽等眾多因素進行競爭，以吸引、維繫及留存用戶。我們的一些競爭對手較我們擁有更雄厚的財務、營銷或技術資源，使其能夠比我們更快地響應技術創新或用戶需求及偏好的變化、獲得更具吸引力內容的授權並投入更多資源進行產品開發、宣推及銷售。有關競爭風險的討論，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們經營所在的行業競爭激烈。倘若我們無法在競爭中取得成功，則可能會被競爭對手奪走市場份額」。

### 保險

我們概無投購任何責任保單或財產保單，以保障我們的設備和設施因火災、地震、洪水或任何其他災難而受到的傷害、死亡或損失。我們概無投購業務中斷保險或關鍵人物人壽保險。

### 環境、社會及管治

#### 環境可持續性

我們致力於音樂行業可持續發展的同時，亦在為長期的環境可持續性作出不懈努力。我們在環境可持續性方面作出的主要努力包括：

- **構建綠色低碳的工作環境**。我們力求減少對環境的影響。我們對環境的影響主要與日常辦公活動的水電、紙張消耗有關。我們已採取各種措施來提升我們的能源消耗效率，構建一個綠色低碳的工作環境。例如，我們嚴格控制所有工作場所的打印用紙，並鼓勵僱員盡量使用再生紙雙面打印。同時，我們還在盥洗室、食堂及僱員聚集的其他場所張貼節約用水標貼、標誌及海報。我們在深圳、北京、廣州及中國其他城市的辦公場所均符合適用的工作安全及環保標準。
- **維持節能型數據中心**。我們從第三方租賃數據中心。我們在篩選數據中心時，會考慮能源利用、效率提升、溫室氣體排放等各種環境因素。我們要求各數據中心須取得適用的環境管理體系認證，如國家環境管理體系GB/T24001及國際環境管理體系ISO14001。
- **與利益相關者合作**。我們努力吸引利益相關者及廣大群體參與到我們的環境可持續性工作中。例如，我們與中華人民共和國自然資源部及世界自然基金會（全球領先的環保組織）合作，開展教育活動，旨在通過音樂喚起大眾保護生物多樣性的意識。

### 社會責任

我們致力於履行自身作為企業公民的責任，並基於我們的市場領先地位，為中國在線音樂行業創造長遠的積極影響。

- **多方合作**。我們憑藉在市場的領先地位，與多個不同利益相關者合作，促進中國音樂產業的創新、版權保護及長期可持續發展。例如，2020年12月，我們與上海音樂學院簽署了戰略合作框架協議，共同培養音樂人才。我們亦擔任諸多領先行業協會的常務理事成員，包括中國互聯網協會、中國演出行業協會及中國網絡視聽節目服務協會等。
- **公益慈善**。我們致力於用音樂激勵人們了解、關心社會並為社會貢獻一份力量。2018年6月，我們推出了騰訊音樂公益計劃，旨在用音樂傳遞愛與能量，讓音樂發揮更大的社會價值。該計劃圍繞一個開放平台及三大戰略展開：音樂關愛、文化傳承、音樂教育。
  - **音樂關愛**。我們相信音樂遠不只是娛樂和情感連接，也可以集結力量，為社會帶來積極的改變。我們注重社區拓展，主動把音樂的治癒能量傳遞給有需要的人。例如，我們自2017年起為患有自閉症的中國青年鋼琴家周博涵無償製作數字專輯，呼籲社會關注及關愛自閉症患者。COVID-19疫情期間，我們直播了全球公民運動(Global Citizen)的慈善音樂會，為抗擊在全球蔓延的病毒籌集資金。2021年，我們為中高頻聽力損失人群發行了公益專輯《聽見「聽不見」的聲音》，並推出2021小紅花迴響音樂季活動，有數百名音樂人參加該活動創作公益歌曲。
  - **文化傳承**。作為我們文化傳承計劃的一部分，我們派出團隊前往中國邊遠地區，保護當地的民族音樂文化遺產。此外，我們與中國演出行業協會合作，於2018年8月推出新民韻計劃。根據該計劃，我們將打造系列民族音樂公益數字專輯，集結全國各地音樂人，徵集反映少數民族多元化背景、文化的原創音樂作品。2020年11月，我們與新華社「聲在中國」合作推出音樂公益專輯《中國韻2020》，以弘揚中國傳統文化和傳統音樂。此外，我們於2021年5月與三星堆博物館合作，邀請音樂人為博物館保存的文物創作國風歌曲。
  - **音樂教育**。2018年8月，我們與陳一丹基金會共同發起「樂圃音樂空間」，該計劃將為少數民族及偏遠地區的孩子們帶來多元音樂教育的機會，也將會為該地區的本土教師提供音樂培訓。2019年，首個「樂圃音樂空間」在四川省綿陽

市北川羌族自治縣東升村建立。我們計劃在新疆、河北及四川等10個省的鄉村小學建立100間互聯網音樂教室。我們的酷狗音樂通過「畢節大方天河智慧扶貧車間公益項目」，為當地小學建造了一座300平方米的教學樓。除「樂厠音樂空間」計劃外，我們亦開辦夏令營和線上音樂課程，助力少數民族、偏遠地區孩子們的音樂夢想發芽。

### 公司治理

我們積極完善內部管理體系，規範企業行為，並已建立決策、執行及監督權責分明且科學高效的公司治理機制。我們於運營過程中實施可持續發展，明確ESG管理工作流程，並推動ESG管理的持續改進。我們定期審閱我們的ESG願景及政策，以及持續評估、確定和應對ESG相關風險。我們繼續通過一系列措施改善對ESG事宜的管理，包括在策略規劃中考慮ESG事宜、開展並定期更新重要性評估以識別及評估所有重大ESG事宜、制定及定期審閱ESG政策，以及根據我們的目標定期監測ESG表現。我們的投資者關係部負責ESG工作協調，並於適當時向管理層及董事會報告。我們的ESG工作組由本集團各職能部門的業務負責人及人員組成，負責日常ESG工作，並收集與ESG相關的數據及資料，以編製年度ESG報告。

### ESG風險識別及管理

我們通過全面的分析及評估流程來識別及評估重大環境、社會以及氣候相關風險。我們已建立由業務運營團隊、內部控制部門以及內部審計部門組成的三級聯動風險管理體系，用以監督此類風險以及促進採取應對風險的行動。我們定期總結並審閱在短期、中期及長期內識別的重大ESG風險，並針對該等風險制定ESG舉措及內部控制計劃。

我們積極監督對影響業務、戰略及財務表現的實際及潛在環境、社會以及氣候相關風險的識別與監控，並在業務、戰略及財務規劃中考慮該等問題。我們將評估此類風險發生的可能性及任何潛在影響的估計程度。我們亦委聘獨立第三方來評估ESG風險及審核現有的戰略、目標及內部控制措施，之後將實施必要的改進來緩解已識別的任何重大ESG風險。

我們重視利益相關者的意見及建議，包括但不限於僱員、業務合作夥伴、投資者、非政府機構、行業協會、媒體與監管機構。我們與多個部門開展內部對話，並通過利益相關

者調查收集有關彼等重大ESG疑慮的回應。據此，我們可以快速識別重大問題，有效回應所有利益相關者的預期及要求，增強ESG實踐的適用性及針對性。例如，我們於2020年合共收集1,084份有效回應及超100條建議。基於反饋意見以及對國內外同業進行的基準分析，我們為關鍵ESG主題創建了一個重要性矩陣，注重吸引及留存人才，保護隱私及數據安全。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的業務、經營業績及財務狀況並未受到包括有關健康、安全生產、環境、社會或氣候相關問題的ESG風險的重大不利影響。我們並無經營任何生產設施，而且環境相關監管動向對我們經營及財務狀況的潛在影響有限。作為一家在線音樂娛樂公司，我們目前並未預見該方面的任何重大風險。然而，我們始終致力於降低任何潛在的中長期風險。例如，我們積極監測氣候變化帶來的風險、評估其對我們業務運營的潛在風險並採取適當行動以降低該等風險。氣候變化對我們的業務造成的主要風險包括實體風險及過渡風險。實體風險主要來自極端氣候災害及長期慢性風險。此外，海平面上升及其他風險可能導致實體資產折舊及損失。我們已制定應對極端氣候災害的應急措施，以最大限度降低業務中斷及資產損失風險。此外，作為碳中和行動的一部分，我們已採取措施應對中國加快向低碳經濟轉型帶來的轉型風險。為此，我們努力在日常業務過程中限制碳排放，推進綠色經營。

### 物業

截至最後實際可行日期，我們於中國廣州擁有合計9.7千平方米的物業，我們亦已訂立協議，以獲取位於中國深圳的合計6.8千平方米物業的土地使用權。我們擬將位於中國的該等自有物業用作辦公空間。

截至最後實際可行日期，我們租用了合計93.9千平方米的辦公空間，包括我們位於深圳的總部以及位於北京、廣州及全國若干其他城市的辦公室。該等場所目前為我們的總部管理、大部分的產品開發工作、內容獲取及管理、銷售及市場推廣以及一般及行政活動提供了空間。

截至最後實際可行日期，我們部分承租物業的出租人尚未向我們提供有效的產權證書或證明其有權把該等物業租給我們的相關授權文件或許可。因此，相關租賃協議可能會被認定為無效，倘任何第三方或監管部門對我們使用該等物業提出質疑，則我們可能會面臨無法繼續使用相關承租物業的風險。

此外，由於業主不配合我們登記相關租賃協議，我們至今尚未向相關監管部門登記大部分租賃協議。未能就承租物業登記租賃協議不會影響該等租賃協議的有效性，但房屋主管部門可能會責令我們於規定期限內登記租賃協議，倘未能於規定期限內完成登記，則就每份未登記的租賃協議對我們處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。

此外，我們未按照規劃用途使用部分承租物業。土地管理部門可能會收回相關土地，並就未經授權變更土地規劃用途向業主處以罰款，而我們可能會因搬遷產生額外成本。

截至最後實際可行日期，我們並不知悉監管部門、業主或任何其他第三方就我們於承租物業的權益或對該等物業的使用擬對我們或已經對我們提起任何重大索賠或監管措施。我們認為，倘承租物業問題阻礙我們繼續租賃任何物業以致我們需要搬遷，我們可以搬遷至其他可比及妥為租賃的替代場所，而不會對我們的業務及財務狀況造成任何重大不利影響。基於上述，我們的中國法律顧問認為承租物業問題不會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

### 法律程序及合規

#### 法律程序

我們曾在並可能在未來繼續成為在我們日常業務過程中(包括涉及侵犯版權、商業糾紛和競爭的事宜)產生的各種法律或行政程序的當事方。截至2022年3月31日，有590項針對我們或我們聯屬公司涉嫌在我們平台上侵犯版權的未決訴訟，所尋求的損害賠償總額約為人民幣72.9百萬元(11.5百萬美元)。我們目前不屬於任何經管理層判斷可能對我們的業務、財務狀況、現金流量或經營業績產生任何重大不利影響的法律或行政程序的相關當事方，且並未知悉任何提起此類法律或行政程序的威脅。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 未決的或未來的訴訟或監管程序可能會對我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。

2018年12月6日，我們獲悉一項由郭捍衛先生(「申請人」)個人提交予貿仲委的仲裁(「有關仲裁」)。有關仲裁將謝國民先生(曾擔任我們的聯席總裁兼董事，並於2019年6月因個人原因辭任該等職位)、中國音樂集團及中國音樂集團的若干聯屬人士列為被申請人(「被申請人」)。2012年，謝先生作為共同創辦人創立了中國音樂集團，申請人通過收購中國音樂

集團、海洋互動(北京)科技有限公司(「海洋科技」)及海洋互動(北京)文化有限公司(「海洋文化」)等實體的股權而成為中國音樂集團業務的投資者。中國音樂集團於2016年被騰訊收購，隨後更名為騰訊音樂娛樂集團。因此，海洋文化與海洋科技亦成為我們的中國併表實體。申請人指稱，2013年底，他在謝先生的欺詐及威脅之下簽署了一系列協議，放棄了他在包括中國音樂集團、海洋文化及海洋科技在內的多家實體(統稱「海洋音樂實體」)中的投資權益，並將他在海洋音樂實體中的股權以低於市價的價格轉讓予謝先生、中國音樂集團及若干其他被申請人。申請人尋求貿仲委作出下列裁決：(i)宣判申請人所稱的將其於海洋音樂實體中的權益轉讓予謝先生、中國音樂集團及其他被申請人所依據的協議無效；(ii)謝先生、中國音樂集團及其他適用的被申請人須向申請人歸還其於海洋音樂實體中的所有初始股權；及(iii)謝先生須支付人民幣100百萬元(15.8百萬美元)的損害賠償。此外，2018年12月5日，申請人在美國紐約南區聯邦地區法院(「地區法院」)提交申請和呈請，請求法院根據美國法典第28卷第1782節作出開示證據用於外國訴訟的命令(「證據開示呈請」)，藉此尋求法院准予其向Deutsche Bank Securities Inc.、J.P. Morgan Securities LLC、Merrill Lynch, Pierce, Fenner & Smith Incorporated及Morgan Stanley & Co. LLC(均為我們首次公開發售的承銷商，「首次公開發售承銷商」)送達傳票，要求其出示文件用於有關仲裁。我們及首次公開發售承銷商於2018年12月21日向地區法院提交反對意見書，反對申請人的證據開示呈請。2019年2月25日，地區法院駁回證據開示呈請。2019年3月27日，申請人就證據開示呈請遭駁回向美國聯邦第二巡迴上訴法院提交上訴通知書。2020年7月8日，美國聯邦第二巡迴上訴法院維持地區法院對申請人呈請的駁回，該判決為最終及不可推翻的判決。2021年3月，申請人修改其在有關仲裁中的申請，因而由於中國音樂集團的業務與騰訊原音樂業務的合併，申請人於海洋音樂實體中的股權無法獲歸還，故謝先生及我們各自須向申請人支付損害賠償，金額相當於截至最終仲裁裁決執行之日我們股本4%的公允市價減去申請人已經收到的金額，再加上應計利息。2021年4月，貿仲委作出有關仲裁的裁決。該裁決駁回了申請人的絕大部分申請，包括針對中國音樂集團的申請，惟謝先生須向申請人支付金額為人民幣661百萬元(104.3百萬美元)的損害賠償。謝先生隨後向法院申請撤銷貿仲委的裁決，且該訴訟案件已獲得受理。截至最後實際可行日期，法院尚未就該案件進行任何實體審理。亦請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們、我們在中國的若干併表實體及我們的前聯席總裁兼董事謝國民先生在中國的一項仲裁程序中被列為被申請人」。

我們在日常業務過程中可能會不時捲入法律程序。2019年9月及2019年10月，本公司及其若干現任及前任董事及高級管理人員分別在向美國紐約東區聯邦地區法院(「聯邦法院訴訟」)和紐約郡的紐約州高級法院(「州法院訴訟」)提交的兩起推定證券集體訴訟中被列為被告。兩起訴訟經修訂的起訴書均於2020年2月提交，彼時騰訊因其作為我們控股股東的身

份而被列為聯邦法院訴訟中的被告，而首次公開發售承銷商被迫列為兩起訴訟的被告。據稱，兩起訴訟均為代表一類指稱因買賣美國存託股份而蒙受損失的人士提起，聲稱我們違反1933年《證券法》第11條和第15條，指稱在日期為2018年12月12日、與我們的美國首次公開發售有關的登記聲明（「首次公開發售登記聲明」）中，包含關於中國監管部門就我們彼時存在的獨家音樂授權協議開展的所謂反壟斷調查可提起訴訟的錯誤陳述或遺漏。於聯邦法院訴訟中，基於有關首次公開發售登記聲明的相同指稱，原告亦聲稱我們違反1934年《證券交易法》第10(b)條和第20(a)條，並指稱我們的20-F表格中所載日期為2019年4月19日的年報中亦包含有關上述所謂調查的可提起訴訟的錯誤陳述或遺漏。2020年4月14日，本公司送達了一份撤銷聯邦法院訴訟的動議，該動議已於2020年5月15日向法院充分呈述並提交。2020年5月8日，本公司提交了一份撤銷（或擱置）州法院訴訟的動議。根據日期為2020年8月21日的命令，在撤銷聯邦法院訴訟的動議得到裁定前，將於所有方面擱置州法院訴訟。2021年3月31日，美國紐約東區聯邦地區法院批准了本公司撤銷聯邦法院訴訟的動議。2021年4月29日，聯邦法院訴訟的原告提出動議，懇請法院准予其提交第二份經修訂的起訴書，該動議於2021年12月27日獲得批准。第二份經修訂的起訴書於2022年1月10日在聯邦法院訴訟中提交。2022年2月18日，本公司送達了一份撤銷在聯邦法院訴訟中提交的第二份經修訂起訴書的動議，該動議已於2022年3月11日向法院充分呈述並提交。我們認為，該等訴訟並無理據，原因是(i)聯邦法院訴訟已於2021年3月31日遭聯邦法院全部駁回；及(ii)原告於2022年1月10日提交的第二份經修訂的起訴書未能實質性改變指控的性質。鑒於該等訴訟仍處於初步階段，我們無法預測其時間、結果或後果。此外，由於原告並無列明所尋求的損害賠償總金額，倘相關訴訟繼續進行，我們目前無法估計與解決該等訴訟相關的潛在損失（如有）。我們將就有關訴訟進行積極抗辯。據我們所知，我們有理由相信，董事並無於任何該等集體訴訟中有任何不當行為或不法行為，亦不會對其品格、經驗、誠信及履行董事職責（包括受信責任及以與其作為香港上市公司董事的職位相稱的標準來行使技能、謹慎和勤勉的職責）的能力造成不利影響。基於上述，我們預計該等集體訴訟不會對我們的業務運營產生重大不利影響，且我們認為該等集體訴訟並未對董事於上市規則第3.08條及第3.09條項下的適當性產生負面影響。基於當前可獲得的資料及聯席保薦人開展的盡職調查工作，包括(i)就集體訴訟與本公司管理層及董事以及本公司的訴訟律師進行面談；(ii)審閱提供予聯席保薦人的法庭文件；及(iii)對董事進行背景調查，聯席保薦人並無注意到任何會導致其對上述本公司的觀點產生異議的重大發現。與針對我們提起的待決案件有關的風險及不確定性，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們與我們的若干董事及高級管理人員在幾起股東集體訴訟中被列為被告，這可能對我們的業務、財務狀況、經營業績、現金流量及聲譽產生重大不利影響」。



## 監管合規

2021年7月，國家市場監管總局就騰訊於2016年收購中國音樂集團的交易向其發出行政處罰決定書。根據該決定書，我們須實施整改方案，包括自決定書發出之日起30日內解除獨家音樂版權許可安排。我們亦須停止向上游版權方支付高額版權預付金的安排，且無正當理由不得要求上游版權方給予優惠許可條件。為遵守該決定書，除決定書明確規定的若干有限例外情形外，騰訊及我們已解除與上游版權方的獨家安排，且我們將按照決定書的要求尋求與上游版權方的非獨家合作。我們已根據行政處罰決定書於2021年8月底解除與上游版權方的獨家安排，並且不再簽訂任何可能被國家市場監管總局視為違規的向版權方提供高額版權預付金的新安排及／或不再要求版權方給予可能被國家市場監管總局視為違規的優惠許可條件。因根據行政處罰決定書解除了獨家音樂版權許可安排，我們無需對上游版權擁有者作出賠償，亦未對相關版權進行減值。

除上文及「風險因素」一節所披露者外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守現行適用的法律法規。

## 牌照、許可證及監管批准

下表載列我們主要附屬公司截至最後實際可行日期持有的重要牌照及許可證列表：

牌照／許可證	持有人	到期日期
增值電信業務經營許可證(業務種類：在線數據處理與交易處理業務(僅限經營類電子商務)，不含網絡借貸信息中介類的互聯網金融業務；信息服務業務(僅限互聯網信息服務)，含文化、視聽節目，不含信息搜索查詢服務、信息即時交互服務).....	廣州酷狗	2026年5月26日
增值電信業務經營許可證(業務種類：國內甚小口徑終端地球站通信業務(全國)；固定網國內數據傳送業務(北京、浙江及廣東)；網絡託管業務(北京、浙江及廣東)；互聯網數據中心業務(機房所在地為北京、寧波及廣州)；內容分發網絡業務(北京、浙江及廣東)；國內互聯網虛擬專用網業務(北京、浙江及廣東)；互聯網接入服務業務(北京、浙江及廣東)；信息服務業務(不含互聯網信息服務)(全國).....	廣州酷狗	2023年9月27日

## 業 務

牌照／許可證	持有人	到期日期
信息網絡傳播視聽節目許可證.....	廣州酷狗	2025年2月20日
網絡文化經營許可證.....	廣州酷狗	2025年5月28日
廣播電視節目製作經營許可證.....	廣州酷狗	2023年3月31日
營業性演出許可證.....	廣州酷狗	2022年9月30日
出版物經營許可證.....	廣州酷狗	2026年3月31日
增值電信業務經營許可證(業務種類：信息服務業務 (僅限互聯網信息服務)，不含信息搜索查詢服務、 信息即時交互服務).....	北京酷我	2026年3月5日
增值電信業務經營許可證(業務種類：信息服務業務， 不含互聯網信息服務(全國)).....	北京酷我	2024年7月23日
信息網絡傳播視聽節目許可證.....	北京酷我	2025年1月29日
網絡文化經營許可證.....	北京酷我	2024年6月27日
廣播電視節目製作經營許可證.....	北京酷我	2023年6月30日
營業性演出許可證.....	北京酷我	2022年12月25日
出版物經營許可證.....	北京酷我	2028年4月30日
網絡文化經營許可證.....	騰訊音樂深圳	2024年7月16日
營業性演出許可證.....	騰訊音樂深圳	2023年6月26日
出版物經營許可證.....	騰訊音樂深圳	2026年5月31日
增值電信業務經營許可證(業務種類：信息服務業務 (僅限互聯網信息服務)，含文化，不含信息搜索 查詢服務、信息社區服務、信息即時交互服務 和信息保護和處理服務).....	深圳懶人	2024年9月17日
網絡文化經營許可證.....	深圳懶人	2023年9月5日
廣播電視節目製作經營許可證.....	深圳懶人	2023年6月1日

## 業 務

牌照／許可證	持有人	到期日期
出版物經營許可證 .....	深圳懶人	2026年5月31日
廣東省網絡視聽產業試點機構證書 .....	深圳懶人	不適用

### 牌照及許可證相關不合規事項

下表載列截至最後實際可行日期我們的牌照及許可證相關的若干不合規事項的詳情：

牌照／許可證	相關實體	說明	潛在處罰	截至最後實際可行日期的狀態及中國法律意見
ICP許可證	騰訊音樂深圳	截至最後實際可行日期，騰訊音樂深圳使用www.qq.com的子域名運營QQ音樂及全民K歌，而www.qq.com由我們母公司騰訊控制的實體所擁有，該實體持有有效的ICP許可證。然而，騰訊音樂深圳並無持有有效的ICP許可證。	主管部門可能責令我們改正，倘存在違法所得，則沒收該等違法所得並處以違法所得三至五倍的罰款；倘無違法所得或違法所得低於人民幣50,000元，則處以人民幣100,000元以上、人民幣100萬元以下的罰款。情節嚴重者，我們或會被責令停業整頓。	2022年5月27日，我們的中國法律顧問向深圳市通信管理局作出諮詢。據中國法律顧問告知，深圳市通信管理局為監管騰訊音樂深圳開展的增值電信業務的主管部門。根據有關諮詢，倘主域名所有人持有有效的ICP許可證，則任何子域名的關聯運營商無須另外取得ICP許可證，且不會因未持有該許可證而受到處罰。我們的中國法律顧問認為，騰訊音樂深圳因未持有ICP許可證而受到處罰的風險較低，因為(i) QQ音樂及全民K歌作為www.qq.com的子域名運營，而www.qq.com已取得有效的ICP許可證；及(ii)騰訊音樂深圳過往並無因其未能持有ICP許可證而受到任何法律或監管處罰。

## 業 務

牌照／ 許可證	相關實體	說明	潛在處罰	截至最後實際可行日期的 狀態及中國法律意見
信息網絡傳播 視聽節目許可 證	騰訊音樂深圳	截至最後實際可行日期，騰訊音樂深圳將其QQ音樂及全民K歌平台作為主域名www.qq.com的子域名運營，而www.qq.com由我們母公司騰訊控制的實體所擁有，該實體就www.qq.com持有有效的信息網絡傳播視聽節目許可證。然而，騰訊音樂深圳並無持有有效的信息網絡傳播視聽節目許可證。	我們或會面臨警告、責令改正及處以人民幣30,000元以下的罰款；情節嚴重者，主管部門可予以取締，沒收從事違法活動的設備並處以總投資一至兩倍的罰款。	截至最後實際可行日期，騰訊音樂深圳並無因其未能以自身名義取得信息網絡傳播視聽節目許可證而受到任何法律或監管處罰。即使騰訊音樂深圳須取得信息網絡傳播視聽節目許可證，其並無資格如此行事，因為現行中國法律法規要求信息網絡傳播視聽節目許可證的申請人須為國有獨資或國有控股實體。2022年5月27日，我們的中國法律顧問向廣東省廣播電視局作出諮詢。據中國法律顧問告知，廣東省廣播電視局為監管我們在廣東省開展視聽節目服務業務的主管部門。根據有關諮詢，倘域名所有人持有信息網絡傳播視聽節目許可證，則允許其他平台的關聯運營商使用前述域名的子域名經營視聽節目服務業務。我們的中國法律顧問認為，騰訊音樂深圳因未持有信息網絡傳播視聽節目許可證而受到處罰的風險較低，因為(i) QQ音樂及全民K歌作為www.qq.com的子域名運營，而www.qq.com已取得有效的信息網絡傳播視聽節目許可證；(ii)截至最後實際可行日期，QQ音樂及全民K歌在「全國網絡視聽平台信息管理系統」的註冊申請已提交並尚待受理；及(iii)騰訊音樂深圳過往並無因其未能以自身名義取得信息網絡傳播視聽節目許可證而受到任何法律或監管處罰。

## 業 務

牌照／ 許可證	相關實體	說明	潛在處罰	截至最後實際可行日期的 狀態及中國法律意見
信息網絡傳播 視聽節目許可 證	深圳懶人	為發佈音頻作品，深圳懶人或須取得信息網絡傳播視聽節目許可證。	我們或會面臨警告、責令改正及處以人民幣30,000元以下的罰款；情節嚴重者，主管部門可予以取締，沒收從事違法活動的設備並處以總投資一至兩倍的罰款。	截至最後實際可行日期，2020年9月，深圳懶人被廣東省廣播電視局列為廣東省網絡視聽產業試點機構，已取得廣電總局出具的復函。深圳懶人過往已完成「全國網絡視聽平台信息管理系統」(簡稱「網絡視聽系統」)備案，以提供視聽節目服務。隨後，該平台名稱發生變更，深圳懶人於2022年7月13日重新提交備案申請，同時就內容予以簡化的一個平台在網絡視聽系統上提交了另一項備案申請。截至最後實際可行日期，深圳懶人並未因缺少信息網絡傳播視聽節目許可證而遭受任何法律或監管處罰。2022年9月1日，我們的中國法律顧問已諮詢廣東省廣播電視局。基於上述諮詢，對於已被列為廣東省網絡視聽產業試點機構、已取得廣電總局出具的復函且過往已完成網絡視聽系統備案的實體，倘其已變更平台名稱及重新提交備案申請，同時就內容予以簡化的一個平台在網絡視聽系統上提交了另一項備案申請，該實體將獲允許提供視聽節目服務，且其提供視聽節目服務將不會被視為違反適用法律法規。基於上述諮詢及深圳懶人未

## 業 務

牌照／ 許可證	相關實體	說明	潛在處罰	截至最後實際可行日期的 狀態及中國法律意見
網絡出版服務 許可證	騰訊音樂深圳、 廣州酷狗、北京 酷我及深圳懶人	騰訊音樂深圳、廣州酷 狗、北京酷我及深圳懶 人可能須就通過互聯網 發佈音樂或音頻作品取 得網絡出版服務許可 證。	主管部門可能會予以取 締並責令關閉網站；可 能要求我們刪除全部相 關網絡出版物，沒收違 法所得和從事違法出版 活動的主要設備、專用 工具。違法經營額人民 幣10,000元以上的，並 處違法經營額5倍以上10 倍以下的罰款。違法經 營額不足人民幣10,000 元的，可以處人民幣 50,000元以下的罰款。 侵犯他人合法權益的， 依法承擔民事責任。	<p>曾因未能取得信息網絡傳播視聽 節目許可證而遭受任何法律或監 管處罰的事實，我們的中國法律 顧問認為，深圳懶人因在未取得 信息網絡傳播視聽節目許可證的 情況下開展業務而受到處罰的風 險較低。</p> <p>根據我們的中國法律顧問向主管 部門廣東省新聞出版局作出的 諮詢，該部門確認，於過往三年 內，其並未向網絡音樂及音頻行 業的任何公司發放網絡出版服務 許可證。該等實體擬在符合適用 中國法律法規規定的資格時申請 網絡出版服務許可證。截至最後 實際可行日期，概無實體因未能 取得網絡出版服務許可證而受到 任何法律或監管處罰。我們的中 國法律顧問認為，該等實體因 未取得網絡出版服務許可證而受 到處罰的風險較低，因為：(i)其 未能取得網絡出版服務許可證乃 由於上述資格問題所導致；及(ii) 該等實體過往並無因其未能取得 網絡出版服務許可證而受到任何 法律或監管處罰。</p>

## 業 務

牌照／ 許可證	相關實體	說明	潛在處罰	截至最後實際可行日期的 狀態及中國法律意見
網絡文化經營 許可證	騰訊音樂深圳	截至最後實際可行日期，騰訊音樂深圳持有網絡文化經營許可證，可開展經營性互聯網文化活動。然而，該網絡文化經營許可證項下註冊的域名並非QQ音樂及全民K歌所用域名，QQ音樂及全民K歌所用域名由騰訊音樂深圳作為www.qq.com的子域名運營，而www.qq.com由我們母公司騰訊控制的實體所擁有，該實體以自身名義持有有效的網絡文化經營許可證。	我們或會被責令更改網絡文化經營許可證項下註冊的域名，沒收違法所得並處以人民幣10,000元以上人民幣30,000元以下的罰款；情節嚴重者，我們或會被責令停業整改直至被吊銷網絡文化經營許可證。倘該不合規事項被視為未經批准從事經營性互聯網活動，我們或會被責令停止我們的經營性互聯網文化活動，並面臨警告及處以人民幣30,000元以下的罰款。倘騰訊音樂深圳在被責令停止經營性互聯網文化活動後拒絕停止，其可能被列入文化市場黑名單。	截至最後實際可行日期，騰訊音樂深圳並無因其未能就QQ音樂及全民K歌所用域名持有網絡文化經營許可證而受到任何法律或監管處罰。我們的中國法律顧問認為，我們因未能就QQ音樂及全民K歌所用域名持有網絡文化經營許可證而受到處罰的風險較低，因為(i)騰訊音樂深圳過往並無受到任何該等處罰；(ii)騰訊音樂深圳已經以自身名義持有有效的網絡文化經營許可證；及(iii) QQ音樂及全民K歌所用域名為www.qq.com的子域名，而www.qq.com已取得有效的網絡文化經營許可證。

除上文所披露者外，據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已從相關監管部門取得對我們在中國的業務經營而言屬重大的所有必要牌照、許可證及批准，並且截至最後實際可行日期，該等牌照、許可證及批准於我們主要業務運營所需的範圍內仍然有效及具效力，且該等重大牌照、許可證及批准的續期並不存在重大法律障礙。

### 風險管理及內部控制

我們致力於建立及維護由我們認為適合我們業務運營的政策及程序構成的風險管理及內部控制體系，並一直力求改進該等體系。我們不斷審查風險管理及內部控制政策和程序的執行情況，以提高其有效性及充分性。我們的風險管理及內部控制政策和程序涵蓋我們業務運營的各個方面，如數據及信息系統風險管理、人力資源風險管理、財務報告風險管理、監管合規及法律風險管理，以及投資風險管理。

### 數據及信息系統風險管理

對用戶數據及其他相關信息的充分維護、存儲及保護對我們的業務至關重要。由於對用戶數據及其他相關信息的充分維護、存儲及保護對我們的成功至關重要，因此我們密切關注與我們信息系統有關的風險管理。我們已設計並採取嚴格的內部程序，以確保我們的數據得到充分保護，避免該等數據外洩及丟失。有關我們在保護數據安全及隱私方面所作努力的詳情，請參閱「一 技術及數據能力 — 數據安全及隱私」。

### 人力資源風險管理

我們制定了涵蓋招聘、培訓、職業道德及法律合規等人力資源管理各個方面的內部控制政策。我們致力於秉持誠實、正直及公平的價值觀，並致力於有效、積極地管理所有商業道德風險，包括監控及預防腐敗、賄賂或任何其他欺詐活動，以確保我們的運營符合我們的商業道德標準。我們已推出行為準則並已派發予全體僱員。該行為準則載有與職業道德、欺詐預防機制、疏忽及貪腐有關的內部規則及指引。我們會為僱員提供定期培訓及資源以解釋說明行為準則所載的指引。我們亦針對不同部門僱員的需求提供定期及專門培訓，通過培訓使僱員在開展業務的過程中能更好地遵守適用法律法規。



## 財務報告風險管理

我們已就財務報告風險管理落實全面的會計政策，亦已制定嚴格的內部報銷和財務活動報告政策。具體而言，我們的財務部門對發票、匯票、票據及其他財務憑據實施特定審查及核驗程序，以核查我們所收到及使用的原始票據的合法性。我們的財務部門亦核查憑據所示金額及時間是否與相關合約相符。此外，我們向財務部門人員提供定期培訓，以確保彼等了解我們的財務管理和會計政策，並在日常運營中執行該等政策。

## 監管合規及法律風險管理

合規風險是指因未能遵守相關法律、法規、規則及準則而可能遭受法律及監管制裁以及重大財務及聲譽損失的風險。同時，法律風險是指因違反法律法規、違約、侵犯他人或與我們參與的任何合約或商業活動有關的人士的合法權利而導致承擔法律責任的風險。

為有效管理我們的合規及法律風險敞口，我們已設計並採用嚴格且全面的內部規則及程序，以確保我們的業務運營符合相關規則及法規。我們的法律部門負責審查及審批合約，監測我們業務經營所適用的法律法規的更新與變化，並針對業務部門的僱員提供有關法律、法規、規則及準則的培訓，以確保我們的經營持續符合相關法律。此外，我們已成立專門的反壟斷合規部門，負責建立整個集團的競爭合規政策與方案，確保我們的商業行為符合反壟斷法，並與監管部門溝通，積極履行其他職責。

## 知識產權風險管理

我們實施嚴格的內部規則及程序，以確保我們遵守有關知識產權保護的適用規則及法規並盡量降低侵犯版權的風險及減少相關商業及競爭糾紛。尤其是，我們擁有適當的內部流程，以確保我們的內部法律團隊審閱我們的產品及服務（包括對現有產品的升級），在某些情況下，我們亦會向外部法律顧問進行諮詢，從而確保相關產品及服務於提供予我們的用戶之前均符合該等法律法規。作為審閱的一部分，我們通過進行必要的知識產權搜索及分析，盡量降低侵犯第三方知識產權及潛在爭議的風險。我們亦定期監測已公佈的商標及專利，以識別潛在侵權風險。我們的法律團隊亦會協助我們的產品團隊以確保及時向主管部門作出所有必要的商標、版權及專利註冊申請或備案，並努力升級我們產品功能，從而盡量降低因用戶行為可能引起的版權侵權風險。

我們的內部法律團隊亦負責審閱及更新我們與客戶及供應商訂立的合同條款，包括該等有關知識產權保護的條款。其亦持續監測中國或其他司法管轄區的知識產權法律法規的更新及變動，以確保我們持續遵守該等法律法規。

我們採取各種其他措施，確保我們平台所提供的內容不侵犯第三方的版權，且針對侵犯我們內容權利的第三方平台，我們亦積極行使我們的權利，採用人機監測相結合的方式檢測其他平台上未經授權使用受版權保護內容的情況。例如，我們已指定適當人員負責持續監測我們平台所提供歌曲及其他內容的授權許可狀態。我們亦利用AI賦能及人工篩選與審查系統，實施「通知即刪除」政策，以便在適用中國版權法律法規允許的情況下，符合就用戶生成內容適用避風港豁免的資格。詳情請參閱「知識產權」。

如上文所披露，我們認為我們已就知識產權風險管理建立廣泛的內部控制措施。此外，於整個往績記錄期間，我們並未遭受第三方提出的單獨或總體上已對我們產生重大不利影響的知識產權侵權索賠。基於上述情況，我們認為有關內部控制措施合理有效。基於上文所述及聯席保薦人所進行的獨立盡職調查工作（包括與本公司的討論以及對內部控制審查報告的審閱），概無任何重大發現引起聯席保薦人的注意，以使其對本公司關於其知識產權風險管理的內部控制措施屬充足及有效的觀點產生合理懷疑。

### 董事會監督

董事會負責並擁有一般權力監督我們的業務運營，並負責管理本公司的整體風險。其負責審議、審閱及批准任何涉及重大風險敞口的重大業務決策。董事會將監督風險管理政策及企業管治措施的持續實施情況。我們的審計委員會由麥佑基先生及顏文玲女士以及一位無表決權觀察員（即鄭潤明先生）組成，其中麥佑基先生（具有適當專業資格的獨立非執行董事）擔任主席。有關我們審計委員會成員的專業資格及經驗，請參閱本上市文件「董事及高級管理層」一節。