

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。



CLOUD MUSIC INC.
雲音樂股份有限公司

(前稱為Cloud Village Inc. 雲音樂股份有限公司)

(於開曼群島註冊成立的有限責任公司)

(股份代號：9899)

**截至2022年6月30日止六個月的
中期業績公告**

董事會欣然宣佈本集團於報告期（即截至2022年6月30日止六個月）的未經審計合併業績。該等中期業績已由本公司的核數師羅兵咸永道會計師事務所按照國際核數及保證準則委員會頒佈的《國際審閱準則》第2410號「由實體獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱，並經由董事會的審計委員會審閱。

	截至6月30日止六個月		
	2022年	2021年	變動(%)
	(未經審計)	(經審計)	
	(人民幣千元，百分比除外)		
收入	4,258,716	3,183,674	+33.8%
毛利／(毛虧損)	537,113	(12,856)	不適用
除所得稅前虧損	(266,790)	(3,806,968)	-93.0%
期內虧損	(270,810)	(3,809,147)	-92.9%
非《國際財務報告準則》計量：			
經調整淨虧損 ^{附註(1)}	(217,000)	(532,976)	-59.3%

附註：

- (1) 經調整淨虧損被定義為期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（如適用）調整的虧損。有關本集團期內虧損與經調整淨虧損的對賬詳情，請參閱下文「財務回顧」。

非《國際財務報告準則》計量

為補充我們根據《國際財務報告準則》編製及呈列的合併業績，本公司採用並非《國際財務報告準則》所規定或並非按《國際財務報告準則》呈列的經調整淨虧損作為額外財務計量。我們相信，該計量通過消除管理層認為對本集團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。該非《國際財務報告準則》計量用作一種分析工具存在局限性，本公司股東及潛在投資者不應將其脫離按照《國際財務報告準則》所申報的本集團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》所申報的本集團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》所申報的本集團經營業績或財務狀況。此外，該非《國際財務報告準則》財務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。該非《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。

一般附註

於本公告：(i)「我們」及「我們的」指本公司及倘文義另有所指，則指本集團；(ii)數字可能會約整至小數點後一位或兩位；及(iii)除另有所指外，所用匯率為人民幣1元兌1.1693港元及0.1490美元。

本集團

以用戶規模及參與度計，我們經營領先的在線音樂平台，為音樂愛好者提供高度互動的內容社區。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。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。通過我們的在線音樂平台「網易雲音樂」及附屬的社交娛樂產品，如「LOOK直播」、「聲波」及「心遇」，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。我們的收入來源主要由在線音樂服務及音樂衍生社交娛樂服務兩個重要組成部分組成。我們的在線音樂服務包括向付費用戶提供的會員服務、以品牌廣告及基於播放成果的廣告等多種形式向廣告客戶提供的廣告服務、向購買者銷售數字專輯及單曲以及版權轉授權。我們的音樂衍生社交娛樂服務包括直播服務，我們通過該服務自社區虛擬物品購買並在我們的平台上使用產生收入。

主要經營數據⁽¹⁾

下表載列於所示期間的在線音樂服務月活躍用戶數。

	截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年
在線音樂服務月活躍用戶數(百萬人)	181.9	184.5

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6月30日止六個月我們的月付費用戶數及每月每付費用戶收入。

	截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年
月付費用戶數(千人)		
在線音樂服務	37,613.0	26,134.5
社交娛樂服務	1,235.4	496.4
每月每付費用戶收入(人民幣元)		
在線音樂服務 ⁽²⁾	6.5	6.8
社交娛樂服務 ⁽³⁾	329.8	526.5

附註：

- (1) 有關所引述的主要經營數據之定義，請參閱本公司截至2021年12月31日止財政年度的年報內釋義一節。
- (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，於截至2021年及2022年6月30日止六個月的金額分別為人民幣1,064.6百萬元及人民幣1,464.5百萬元。
- (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，於截至2021年及2022年6月30日止六個月的金額分別為人民幣1,568.2百萬元及人民幣2,444.9百萬元。

於報告期內的發展

公司發展

我們提述日期為2022年3月24日的公告，其中我們建議將本公司名稱由「Cloud Village Inc. 雲音樂股份有限公司」改為「Cloud Music Inc. 雲音樂股份有限公司」。此次更改名稱已由本公司股東在我們於2022年6月16日舉行的股東週年大會上批准，並於同日生效。有關更改名稱以及我們的英文股份簡稱由「CLOUD VILLAGE」改為「CLOUD MUSIC」的更多資料，請參閱我們日期為2022年7月22日的公告。

業務發展

於2022年上半年，我們繼續向支持者提供創新產品及內容、改良我們差異化的社區生態系統，並提高用戶參與度。同時，我們亦已成功增強我們的商業化能力，並進一步優化內容成本結構。

於2022年上半年，我們的在線音樂服務月活躍用戶數為181.9百萬人，以環比及同比計算均大致保持穩定，而日活躍用戶數／月活躍用戶數比率（每日活躍用戶／每月活躍用戶的比率）於期內穩定維持在30%以上。於過去數年，我們在發展和促進我們領先的音樂衍生社區方面取得實質進展，並將在此方面繼續努力。

我們自2019年以來一直致力加強我們的變現工作，而我們的努力已經開始取得成果。儘管面對更具挑戰的行業環境和宏觀不利因素，我們於2022年上半年的總收入同比增長33.8%。我們的商業化能力亦進一步提升，其中訂閱會員以及不斷擴展的社交娛樂服務均取得收益。

尤其是，會員付費比率由2021年上半年的14.2%急升至20.7%。基於我們的高質量和年輕的用戶社區，加上我們在內容增強（來自更多廠牌）和針對訂閱者的優質及創新功能（例如高解析音質）方面持續推陳出新，促進了我們過去一年有更多付費用戶轉化。

毛利率亦見大幅改善，由2021年上半年錄得負0.4%的毛利率，飆升至2022年上半年的12.6%。為支持毛利率增長，我們進一步擴大業務規模，同時實施有效的版權成本優化措施。

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；
- 探索社交網絡的創新，利用用戶行為及音樂喜好將用戶聯繫起來，並提供額外的社交網絡選擇；
- 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年上半年，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。於報告期內，每名日活躍用戶每天於我們的平台平均花費約80.6分鐘聽歌，高於2021年上半年的76.9分鐘。近一半的用戶聽歌的同時亦瀏覽「評論區」。截至2022年6月30日，31.4%的音樂播放來自平台推薦，高於2021年6月30日的30.5%。該等指標展示我們高質量用戶群的強大黏度及活躍度，並突顯我們充滿活力的社區氛圍和屬性，在我們生態系統中產生相輔相成作用。

培育互動的音樂社區。互動的年輕一代音樂愛好者和新湧現的具才華獨立音樂人，與我們獨特的音樂內容分發機制和多樣化的用戶生產內容可謂相得益彰。這些元素共同促進來自需求層面（音樂愛好者）和供應層面（音樂人與用戶生產內容的創作者）的音樂衍生的內容消費。這成功的組合推動用戶與內容創作者之間的互動，從而形成一個自我延續的社區生態系統。

基於用戶生產內容的社區生態系統。我們通過持續改良多種內容格式的產品，培育我們以音樂為導向的社區及用戶生產內容生態系統。我們開發多種輔助工具推動進一步的用戶生產內容創作。我們生氣勃勃的用戶生產內容生態系統在市場上無與倫比，並因我們充滿活力及具支持力的社區文化而得到提升。截至2022年6月底，我們在我們的平台已積累34億個用戶生產內容歌單。

專注於以音樂激發的連繫。我們的社區著重以音樂激發情感共鳴，不僅在音樂內容與觀眾之間，而且在音樂人與粉絲之間以及用戶之間也產生連繫。透過提供積極互動的社區功能、社交網絡選項，配合溫馨的氛圍，我們正培養這種關係，鼓勵用戶、音樂人和內容創作者之間的互動和聯繫。

產品及服務創新

2022年上半年，我們推進我們的計劃，通過產品創新提升用戶體驗及社區功能。我們平台上的年輕音樂愛好者熱衷於優越的聽歌體驗，更願意表現和分享，這完全受益於我們精心推出的創新產品及服務。

優化用戶聽歌的體驗

- **雲隨機。**我們推出具創意的「雲隨機」，以優化用戶的核心聆聽體驗。新功能允許用戶根據其對歌曲的熟悉程度，以及歌曲風格相似度的不同需求，綜合設置隨機偏好，以滿足差異化的隨機播放訴求。
- **高解析音質和無縫播放。**我們新推出高解析音質功能作為解決方案。高解析音質提供更高的音頻質量，為用戶帶來音樂人所期望的身臨其境的聲音體驗。再加上我們的無縫播放和速倍播放等創新功能，我們致力為用戶帶來卓越的音質。

- **音樂百科**。我們已推出「音樂百科」功能，將碎片化信息整合成一個百科頁面，包含音樂流派、風格、樂器、節拍數及獎項等專業內容。此功能旨在通過我們平台已提升的專業產品來滿足用戶對音樂的要求。

促進社交網絡功能

- **引進更多社交屬性**。我們在每日推薦頁面推出**合拍推薦**。基於算法的工具會根據用戶的收聽行為，找到具有類似聆聽品味的新匹配項。**合拍推薦**從匹配的最喜歡曲目中推薦用戶可能感興趣的歌曲列表。這是推薦音樂和連接用戶的創新方法。
- **推出新的社交網絡App – MUS**。MUS是我們全新的以音樂為靈感的社交網絡App，致力於利用音樂內容連接用戶。個人主頁根據網易雲音樂App內的音樂消費行為展示其音樂喜好。我們相信，音樂喜好可有效反映個性，而相似的音樂品味是與他人連接的良好起步點。我們相信這個全新的產品為我們的用戶提供更多社交網絡選擇，進一步激發我們用戶之間互相聯繫。

與網易遊戲合作

- 我們繼續拓展與網易遊戲的內部合作機遇。繼我們與網易的重磅遊戲合作，推出創新的**哈利波特魔法電台**之後，我們正尋求更多業務聯繫，以利用我們在內容方面的優勢，將用戶的遊戲體驗與多元化的聽歌選項相結合。我們期待與網易遊戲展開新的合作，拓展聽歌體驗的消費場景，並實現商業化。

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。截至2022年6月底，我們的內容庫包含超過106百萬首音樂曲目，包括來自知名廠牌及獨立音樂人的音樂和自製歌曲。我們豐富而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。因此，我們增強的內容產品有助於提升我們的品牌知名度，並在用戶中促進他們願意付費的心態。

音樂廠牌。2022年上半年，我們繼續獲取更多具有較高投資回報率的優質內容。我們正在積極完善我們的音樂目錄，並先後與福茂唱片、SM娛樂及時代峰峻等頂級廠牌簽署版權合作協議，將更多具影響力歌手及組合的熱門音樂曲目增加至我們的平台，包括但不限於張韶涵、SUPER JUNIOR、少女時代、EXO及TFBOYS。

- 加入國內外頂級音樂廠牌以及年輕一代用戶的流行廠牌，進一步豐富和完善我們平台的內容庫，更有效滿足用戶多樣化的口味及需求；及
- 通過與音樂廠牌合作來增強內容，有助於我們進一步提高用戶在我們平台上的黏性和活躍度。

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，令我們可靈活地審慎優化內容投資。展望未來，我們將積極與不同版權持有人進行談判，以獲取更多優質內容，以補充我們所提供的內容。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。

獨立音樂人。此外，我們自然孕育了希望尋覓知音的音樂人才，這得益於我們龐大的社區及大量具有多樣化品味的年輕用戶群體。我們繼續培養和激勵獨立音樂人，截至2022年6月底已為超過529,000名註冊獨立音樂人提供服務。同時，在我們的內容庫中，約有230萬首音樂曲目來自我們的註冊獨立音樂人。我們繼續培育獨立音樂人，協助他們創作和推廣音樂作品，並且實現商業價值。

- **支持音樂人創作內容。**網易雲音樂一直有效擴大幕後音樂人的曝光率，促進音樂合作以獲取更佳回報，並構建他們的職業道路。
 - 隨著我們將音樂人的認證範圍擴大至編曲和製作人，我們正式發佈了全行業首個編曲獎「**網易雲音樂首屆編曲人評選**」，以吸引更多幕後專業音樂人關注。同樣，國內BeatMakers社區也對我們充滿活力的交易平台**BeatSoul**及首屆「**節奏玩家**」**Beat製作大賽**給予高度評價。

- **提升音樂人的曝光率。**於報告期內，我們進一步調動內外部資源，幫助音樂人提升曝光率。
 - **本地原創音樂專區。**我們開展音樂內容的本土化運營，覆蓋不同地域的內容生態。借助我們龐大的用戶規模和強大的社交屬性，本地原創音樂專區將成為一個有用樞紐，將音樂內容的運營與區域屬性、生活方式和線下音樂活動融為一體。

自製歌曲。2022年上半年，我們進一步增強自製歌曲能力，獲得全面支持並提升全行業曝光率。我們很榮幸能與央視合作，為慶祝香港回歸祖國25週年而特別製作歌曲《紫荊花盛開》。此外，我們的自製歌曲工作室還成功推廣了一批熱門歌曲，其中包括《再見莫妮卡》，進一步展示我們自家製作優質音樂內容的能力。

財務回顧

收入

我們的收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣32億元增加33.8%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣43億元。

在線音樂服務收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣1,604.3百萬元增加11.2%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,783.7百萬元，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6月30日止六個月的人民幣1,064.6百萬元增加至截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,464.5百萬元。尤其是，在線音樂服務月付費用戶數由截至2021年6月30日止六個月的26.1百萬人增加至截至2022年6月30日止六個月的37.6百萬人。我們已專注向用戶提供更多個性化和多元化的音樂及音樂衍生內容，對我們的付費用戶增長作出重大貢獻。我們的在線音樂服務每月每付費用戶收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣6.8元減少至截至2022年6月30日止六個月的人民幣6.5元。

社交娛樂服務及其他收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣1,579.3百萬元增加56.7%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣2,475.0百萬元，這是由於社交娛樂服務收入快速增長。我們提供一些音樂衍生的社交娛樂產品及服務，為我們的用戶提供個性化和卓越的在線社交網絡體驗。尤其是，我們的社交娛樂服務月付費用戶數由截至2021年6月30日止六個月的496.4千人增加至截至2022年6月30日止六個月的1.2百萬人，而社交娛樂服務每月每付費用戶收入於截至2021年6月30日止六個月及2022年同期分別為人民幣526.5元及人民幣329.8元。

營業成本

營業成本由截至2021年6月30日止六個月的人民幣32億元增加16.4%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣37億元，歸因於內容服務成本由截至2021年6月30日止六個月的人民幣28億元增加至2022年同期的人民幣33億元，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(負)／正毛利率

基於以上所述，我們於截至2021年6月30日止六個月產生毛虧損人民幣12.9百萬元，即毛利率為負值0.4%，而於截至2022年6月30日止六個月獲得毛利人民幣537.1百萬元，即毛利率為12.6%。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。

銷售及市場費用

銷售及市場費用由截至2021年6月30日止六個月的人民幣154.9百萬元增加人民幣170.9百萬元至2022年同期的人民幣325.8百萬元，主要由於與音樂衍生社交娛樂產品和服務相關的推廣及廣告費用有所增加。

一般費用及管理費用

一般費用及管理費用由截至2021年6月30日止六個月的人民幣130.3百萬元減少39.6%至2022年同期的人民幣78.7百萬元。我們截至2021年6月30日止六個月產生上市費用人民幣35.6百萬元，而於2021年12月進行首次公開發售後並無錄得任何進一步上市費用。

研發費用

研發費用由截至2021年6月30日止六個月的人民幣420.3百萬元增加14.6%至2022年同期的人民幣481.5百萬元，主要由於僱員相關成本上升以及技術開發費用增加。

其他收入

其他收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣13.5百萬元增加207.8%至2022年同期的人民幣41.6百萬元，主要由於政府補助和增值稅補貼增加。

其他淨收益

其他淨收益由截至2021年6月30日止六個月的人民幣3.5百萬元增加至2022年同期的人民幣6.4百萬元，主要由於淨匯兌收益增加。

財務收入

財務收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣24.8百萬元增加48.9%至2022年同期的人民幣36.9百萬元，主要由於銀行存款的利息收入增加。

可轉換可贖回優先股公允價值變動

我們以往曾通過向投資者發行可轉換可贖回優先股完成多輪融資。截至2021年6月30日止六個月，我們確認可轉換可贖回優先股的公允價值虧損人民幣31億元，而截至2022年6月30日止六個月，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。

稅項

我們於截至2021年6月30日止六個月錄得所得稅費用人民幣2.2百萬元，而於2022年同期則錄得所得稅人民幣4.0百萬元，主要由於我們若干集團公司的應課稅收入增加。

期內虧損

基於以上所述，我們的期內虧損由截至2021年6月30日止六個月的人民幣38億元減少92.9%至2022年同期的人民幣270.8百萬元。

經調整淨虧損

我們的經調整淨虧損由截至2021年6月30日止六個月的人民幣533.0百萬元減少59.3%至2022年同期的人民幣217.0百萬元。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（如適用）調整的虧損。下表將期內虧損與兩個期間的經調整淨虧損進行對賬：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審計)	2021年 (經審計)
	(人民幣千元)	
本公司權益持有人應佔期內虧損	(270,810)	(3,809,147)
加：		
股本結算的股權款項 ^{附註(1)}	53,810	147,503
可轉換可贖回優先股公允價值變動 ^{附註(2)}	—	3,128,668
經調整淨虧損	(217,000)	(532,976)

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。對賬項目為非現金項目且並無導致現金流出。

簡明合併損益表

		截至6月30日止六個月	
	附註	2022年 人民幣千元 (未經審計)	2021年 人民幣千元 (經審計)
收入	2	4,258,716	3,183,674
營業成本	3	<u>(3,721,603)</u>	<u>(3,196,530)</u>
毛利／(毛虧損)		537,113	(12,856)
銷售及市場費用	3	(325,800)	(154,925)
一般費用及管理費用	3	(78,726)	(130,261)
研發費用	3	(481,521)	(420,313)
其他收入		41,558	13,500
其他淨收益		<u>6,361</u>	<u>3,540</u>
營業虧損		(301,015)	(701,315)
應佔使用權益法計算的投資業績		(2,521)	(1,780)
財務收入		36,929	24,795
財務成本		(183)	—
可轉換可贖回優先股的公允價值變動		<u>—</u>	<u>(3,128,668)</u>
所得稅前虧損		(266,790)	(3,806,968)
所得稅費用	4	<u>(4,020)</u>	<u>(2,179)</u>
歸屬於本公司權益持有人的期內虧損		<u>(270,810)</u>	<u>(3,809,147)</u>
歸屬於本公司權益持有人的每股虧損 (每股以人民幣列示)			
每股基本虧損	5	1.30	31.19
每股攤薄虧損	5	<u>1.30</u>	<u>31.19</u>

簡明合併綜合收益表

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審計)	2021年 人民幣千元 (經審計)
期內虧損	(270,810)	(3,809,147)
其他綜合收益／(虧損)：		
將不會重新分類到損益的項目		
自身信用風險導致的可轉換可贖回優先股		
公允價值變動	—	(34,930)
貨幣折算差額	296,738	79,422
期內其他綜合收益(扣除稅項)	296,738	44,492
歸屬於本公司權益持有人的期內 綜合收益／(虧損)總額	<u>25,928</u>	<u>(3,764,655)</u>

簡明合併資產負債表

	附註	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		48,554	44,043
使用權資產		9,073	10,505
使用權益法計算的投資		90,393	92,914
預付內容許可費		358,129	471,125
預付款及押金		310	332
		<u>506,459</u>	<u>618,919</u>
流動資產			
應收賬款	7	675,864	673,650
預付內容許可費		724,339	1,109,834
預付款、押金及其他應收款		134,486	234,909
應收集團公司款項		117,000	128,368
按公允價值計量且其變動計入 損益的金融資產		—	240,772
短期銀行存款		5,872,475	5,527,732
現金及現金等價物		1,858,716	853,454
		<u>9,382,880</u>	<u>8,768,719</u>
資產總額		<u><u>9,889,339</u></u>	<u><u>9,387,638</u></u>
權益			
歸屬於本公司權益持有人的權益			
股本		133	132
其他儲備金		18,366,977	17,981,771
累計虧損		(10,871,577)	(10,600,233)
權益總額		<u>7,495,533</u>	<u>7,381,670</u>
負債			
非流動負債			
合約負債		53,741	50,555
租賃負債		6,745	7,893
		<u>60,486</u>	<u>58,448</u>

	附註	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
流動負債			
應付賬款	8	457	134
預提費用及其他應付款		1,637,426	1,283,771
合約負債		635,380	604,614
應付集團公司款項		57,848	56,389
租賃負債		2,209	2,612
		<u>2,333,320</u>	<u>1,947,520</u>
負債總額		<u>2,393,806</u>	<u>2,005,968</u>
權益及負債總額		<u>9,889,339</u>	<u>9,387,638</u>

附註

1 編製基準

本集團截至2022年6月30日止六個月的本簡明合併中期財務資料（「中期財務資料」）乃按照國際會計準則理事會頒佈的《國際會計準則第34號》「中期財務報告」編製。

中期財務資料不包括一般收錄於年度財務報表的所有附註。因此，本中期財務資料應與本集團截至2021年12月31日止年度的年度合併財務報表（已按照《國際財務報告準則》編製）一併閱讀。

1.1 會計政策及披露的變更

編製本財務資料所使用的會計政策與本集團截至2021年12月31日止年度的年度合併財務報表所述的會計政策一致，惟下文所載者除外。

(a) 本集團採納的新訂及經修訂準則

若干經修訂準則於本報告期間內適用：

《國際會計準則第16號》的修訂	關於物業、廠房及設備：擬定用途前所得款項
《國際財務報告準則第3號》的修訂	關於概念框架參考
《國際會計準則第37號》的修訂	關於繁重合約－履行合約的成本
《國際財務報告準則》2018年至2020年週期的年度改進	《國際財務報告準則》的改進

以上經修訂準則對上一個期間確認的金額並無任何影響，亦預期不會對本期或未來期間造成重大影響。

(b) 尚未採納新訂準則及準則修訂本

若干新訂準則及準則修訂本已頒佈但於2022年1月1日開始之期間尚未生效，本集團並無於截至2022年6月30日止六個月提早採納。

		於以下日期或其後開始的會計期間生效
《國際會計準則第1號》的修訂	負債分類為流動或非流動	2023年1月1日
《國際財務報告準則第17號》	保險合約	2023年1月1日
《國際會計準則第1號》及《國際財務報告準則實務報告第2號》的修訂	會計政策披露	2023年1月1日
《國際會計準則第8號》的修訂	會計估計的定義	2023年1月1日
《國際會計準則第12號》的修訂	與單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項	2023年1月1日
《國際財務報告準則第10號》及《國際會計準則第28號》的修訂	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資	待定

本集團正評估該等新訂及經修訂準則會有何影響，而初步得出的結論為預期採納該等新訂及經修訂準則不會在本報告期間或未來報告期間以及可見的未來交易中對本集團造成重大影響。

2 收入及分部信息

(a) 客戶合約收入分類

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審計)	2021年 人民幣千元 (經審計)
商品或服務種類：		
在線音樂服務	1,783,674	1,604,325
社交娛樂服務及其他	2,475,042	1,579,349
	<u>4,258,716</u>	<u>3,183,674</u>
確認收入的時間：		
某個時點	2,525,548	1,705,639
隨時間	1,733,168	1,478,035
合計	<u>4,258,716</u>	<u>3,183,674</u>

截至2022年及2021年6月30日止六個月，由於概無來自單一客戶的收入佔本集團總收入的10%以上，故並無集中風險。

(b) 分部信息

主要經營決策者被確認為董事會，他們在對本集團整體的資源分配及表現評估作出決策時審閱合併經營業績。就內部呈報及管理層業務回顧而言，主要經營決策者認為，本集團的業務作為單一分部運營及管理，因此於截至2022年及2021年6月30日止六個月並無單獨呈列分部信息。

由於本集團在中國註冊及營業，因此於截至2022年及2021年6月30日止六個月，本集團絕大部分收入及非流動資產均來自及位於中國。

3 按性質劃分的費用

	截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
內容服務成本	3,251,129	2,759,391
技術成本	269,839	226,554
僱員福利費用	573,691	550,342
推廣及廣告費用	293,425	122,059
支付渠道費	146,211	125,356
金融資產減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	51	(69)
物業、廠房及設備折舊	9,223	8,672
核數師薪酬	4,408	1,132
法律及專業費用	5,565	8,413
上市費用	—	35,630
其他	54,108	64,549
	<u>4,607,650</u>	<u>3,902,029</u>
營業成本、銷售及市場費用、一般費用及管理費用及研發費用總額	<u>4,607,650</u>	<u>3,902,029</u>

附註：內容服務成本主要包括內容授權費及收入分成費。

4 所得稅費用

本集團的所得稅費用分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
當期所得稅		
— 中國企業所得稅	4,020	2,179
遞延所得稅	—	—
	<u>4,020</u>	<u>2,179</u>

(a) 開曼群島

根據開曼群島現時法律，本公司目前無須繳納所得稅或資本收益稅。

(b) 香港

在香港註冊成立的子公司須按16.5%稅率繳納香港利得稅。由於本集團在香港並無估計應課稅利潤，因此並無就香港利得稅計提準備。

(c) 中國

根據企業所得稅（「企業所得稅」）法，外資企業及境內企業的企業所得稅稅率劃一為25%，惟本集團獲認定為高新技術企業（「高新技術企業」）的中國子公司由2019年起享有15%的優惠稅率，每三年由相關機關重新認定一次。

5 每股虧損

(a) 每股基本虧損

每股基本虧損乃按歸屬於本公司權益持有人的虧損除以期內流通在外的股份加權平均數計算得出。

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審計)	2021年 (經審計)
歸屬於本公司權益持有人的期內虧損（以人民幣千元計）	<u>(270,810)</u>	<u>(3,809,147)</u>
流通在外的股份加權平均數	<u>207,995,401</u>	<u>122,126,731</u>
每股基本虧損（以人民幣計）	<u>1.30</u>	<u>31.19</u>

(b) 每股攤薄虧損

每股攤薄虧損的計算方式為假設行使所有具攤薄潛力的普通股以調整流通在外的股份加權平均數。

截至2022年6月30日止六個月，本公司有兩類潛在普通股：購股權及股份獎勵（截至2021年6月30日止六個月：購股權及可轉換可贖回優先股）。由於計算每股攤薄虧損時計入潛在普通股有反攤薄作用，故所呈列每股攤薄虧損與每股基本虧損相同。

6 股利

截至2022年及2021年6月30日止六個月，本公司並無派付或宣派股利。

7 應收賬款

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
應收賬款	679,092	676,878
減：虧損撥備	(3,228)	(3,228)
應收賬款，淨值	<u>675,864</u>	<u>673,650</u>

本集團一般給予客戶0至180日付款週期，視乎不同的收入流而定。應收賬款基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
最多3個月	655,759	636,007
3至6個月	855	18,393
超過6個月	<u>22,478</u>	<u>22,478</u>
	<u>679,092</u>	<u>676,878</u>

於2022年及2021年6月30日，應收賬款虧損撥備與期初虧損撥備的對賬如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審計)	2021年 人民幣千元 (經審計)
於1月1日	3,228	3,297
期內減值虧損撥回淨額	<u>-</u>	<u>(69)</u>
於6月30日	<u><u>3,228</u></u>	<u><u>3,228</u></u>

8 應付賬款

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
應付賬款	<u><u>457</u></u>	<u><u>134</u></u>

應付賬款為無抵押，一般於確認後30日內支付，並且以人民幣計值。

於2022年6月30日及2021年12月31日，基於發票日期的應付賬款賬齡全部介乎0至90日。

報告期後事項

自報告期末起至本公告日期，概無可能影響本集團的重大事項。

公司管治及其他資料

董事會致力於高標準的公司管治，其認為對本集團的發展及保障股東權益至關重要。

遵守企業管治常規守則

除下文披露者外，我們於報告期內已遵守《上市規則》附錄十四第二部分所載《企業管治守則》載列的適用守則條文。

《企業管治守則》的守則條文第C.2.1條建議（但並無規定）主席與首席執行官的角色應有區分，不應由一人同時兼任。由於丁磊先生兼任董事會主席及本公司首席執行官，故本公司的情況與該條文有所出入。丁先生為我們的母公司及控股股東網易股份有限公司創始人，深諳本集團業務營運及管理。董事會相信，丁先生兼任主席及首席執行官可確保本集團內部領導貫徹一致，並使整體戰略規劃更為有效及更具效率。此架構有利於本公司及時有效地制定和執行決策。董事會認為，此項安排將不會損害權力與權限之間的平衡。此外，所有重大決定乃經諮詢董事會成員（包括相關董事會委員會及三名獨立非執行董事）意見後作出。董事會將不時重新評估主席與首席執行官的角色區分，未來可能在考慮本集團整體情況後，建議分別由不同人士擔任該兩項職務。

鑑於經修訂的《企業管治守則》（「**新企業管治守則**」）於2022年1月1日生效，並對2022年1月1日或之後開始的財政年度的企業管治報告實施有關規定，本公司將持續定期審閱及監測其企業管治常規以確保遵守最新版本的《企業管治守則》，並維持本公司的高標準企業管治常規。

審閱中期業績

審計委員會之成員包括本公司之三位獨立非執行董事。審計委員會與管理層已審閱本集團採納之會計準則及規例，並討論內部監控及財務報告事項，包括審閱未經審計之中期財務資料。就本公司採納的會計處理方法而言，董事會與審計委員會之間並無出現意見分歧。

截至2022年6月30日止六個月的中期業績未經審計，惟已獲本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所根據國際核數及保證準則委員會頒佈之《國際審閱準則》第2410號「由實體的獨立核數師審閱中期財務資料」審閱。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期內，本公司及我們的任何子公司概無購買、出售或贖回本公司在聯交所上市的任何證券。

全球發售募集資金用途

本公司於2021年12月2日完成全球發售。本次全球發售募集資金淨額為3,160百萬港元（相等於約人民幣2,584百萬元），將按招股章程（可於聯交所網站閱覽）所載方式使用。於2022年6月30日，我們尚未動用任何募集資金淨額，而該等款項作為短期銀行存款持有。本公司預期將於未來18至54個月內動用募集資金淨額。

中期股息

董事會已議決不宣派報告期的中期股息。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊載於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 <http://ir.music.163.com>。我們於報告期的中期報告將刊載於上述聯交所及本公司網站，並將適時寄發予股東。

釋義

「董事會」	指	本公司董事會
「中國」、「國內」或「境內」	指	中華人民共和國，僅就本中期報告而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣地區，但文義另有說明時除外
「本公司」	指	雲音樂股份有限公司
「董事」	指	本公司董事
「本集團」或「我們」	指	本公司及其子公司，包括關聯併表實體（其財務業績已併入本公司賬目內）
「《國際財務報告準則》」	指	國際會計準則理事會不時頒佈的《國際財務報告準則》
「《上市規則》」	指	《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》
「招股章程」	指	本公司日期為2021年11月23日的招股章程，其副本可在聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 http://ir.music.163.com 閱覽
「報告期」	指	截至2022年6月30日止六個月
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

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8月18日

於本公告日期，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。