

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

6月12日，周杰伦新歌《Mojito》在腾讯音乐娱乐集团（以下简称“腾讯音乐”，NYSE：TME）自家音乐流媒体播放平台——QQ音乐上首发上线。发布之前，已经有超过300万人在QQ音乐上预约这首新歌。不过，亦有很多人因为购买版权问题，放弃在QQ音乐上尝鲜这首新歌，而是用视频平台播放MV，并在朋友圈刷屏。

拿下周杰伦新歌的版权，只是腾讯音乐在扩大音乐版权之路上的一小步。但这样的小步，腾讯音乐已经走得太多了。比如，彭博社近日披露，腾讯音乐购买了华纳音乐800万股A类普通股，占华纳音乐A类普通股的10.4%，占华纳音乐总股本的1.6%，投资价值大约为2亿美元。

此前，腾讯音乐与世界三大唱片公司——索尼音乐、环球音乐、华纳音乐在股权投资、版权等方面的合作早已盘根错节，此次不过是进一步加深捆绑而已。尽管如此，《中国经营报》记者针对此次股权合作向腾讯音乐和华纳音乐求证时，双方也未给出实质性的答复。

艾媒咨询CEO张毅认为，腾讯音乐“在想方设法占有和拉拢老牌的音乐资源”。摩根大通投资银行部副总经理赵栋则表示，腾讯音乐的做法“就是尽量在这个（音乐版权）市场和战争中占主导地位”。但业界担心，腾讯音乐会像去年那样再次遭遇“反垄断调查”。

## 入股意在版权

“QQ音乐上有好多歌手的首发歌，要充值成为会员才能听，但感觉没有网易云音乐那么多多样性。”一位用户王森（化名）告诉记者，相比QQ音乐，网易云音乐有些歌要充值成为会员，但大部分不需要。

不只是周杰伦，实际上很多明星如蔡徐坤、张艺兴、李宇春、R1SE等人都在QQ音乐发行数字专辑，而且成绩斐然。

至于近期腾讯音乐被曝入股华纳音乐一事，在摩根大通投资银行部副总经理赵栋看来，腾讯音乐意在扩大音乐版权优势。

赵栋告诉记者，“想在新文创领域立足，版权是基础，但版权费用高昂，让许多音乐平台望而却步，然而腾讯音乐舍得花钱，这样做的意义就是要尽量在这个市场和战争中占主导地位。”

不过，值得一提的是，去年腾讯音乐曾经因为独家版权问题被国家市场监督管理总局

局开展过大约8个月的“反垄断调查”。调查内容包括对环球音乐集团、索尼音乐娱乐和华纳音乐集团等全球最大唱片公司进行问询，了解是否和腾讯音乐签署了涉嫌排除、限制竞争的独家授权协议。

当时，也就是在去年6月之前，S.H.E的歌曲仅仅在网易云音乐独家播放，不过这些歌曲的版权在6月之后又回到腾讯音乐手中。类似这样的事情，引发了市场质疑和“反垄断调查”。

数据显示，2019年腾讯音乐在内容成本上的支出超过480亿元，这些资金中的绝大多数都被用于版权采购。

艾媒咨询CEO张毅告诉记者，入股华纳可以从专业度和音乐版权布局方面考虑，“坦率地讲，华纳在这方面的布局沉淀非常深，过去很多年里积累了非常丰富的版权资源、产业链资源，对腾讯音乐来说这些都是非常关键的环节。其实全世界包括中国的在线音乐企业，都在想方设法占有和拉拢老牌的音乐资源。”

赵栋说，华纳音乐集团旗下拥有大部分受到年轻人追捧的欧美歌手资源，例如Ed Sheeran、Cardi B等顶级歌星，哪家音乐公司拥有这些歌星最多的版权，就会赢得大部分年轻用户的市场机遇。

不过，在版权合作上，腾讯音乐只是华纳音乐的合作伙伴之一。今年5月12日，网易云音乐已宣布与华纳版权达成了战略合作。

## 版权争夺战

记者了解到，网易云音乐与华纳音乐的版权合作，涉及在曲库内容、在线K歌、音乐IP开发等音乐产业上下游领域的合作。

其中，网易云音乐将获得华纳130万首音乐词曲版权，覆盖李宗盛、蔡健雅、罗大佑等众多华语歌手及Katy Perry等国外音乐人的词曲版权。

王森向记者谈起使用网易云音乐的体验时称，“喜欢网易云音乐是因为好多歌单很不错，而且下面评论也很好，经常有很多走心的文字，还有很多小众的音乐。”

根据相关报告，网易云音乐在2019年底已经有超过8亿用户，2018年成功收到投资12亿元。而2019年最后三个月的统计数据显示，QQ音乐每年用户增长率在47.8%，用户达到三千多万，将近四千万。

关于QQ音乐、网易云音乐、虾米音乐等流媒体播放平台各自的优势，摩根大通行

研人员许江珊称，“QQ音乐与虾米音乐达成版权转授合作，互相交换了经典与年轻化的音乐。网易云音乐目前最大的困难是拥有较少的音乐版权，购入音乐版权需要花费一大笔资金。腾讯作为世界五百强的企业，子集团腾讯音乐旗下的QQ音乐的背后有着强大的后盾，在购入音乐版权方面压力较小。”

谈及三家平台的特点，上述人士表示，QQ音乐拥有强大版权资源，但搜索结果呈现方面有待优化，很多歌曲音质(320k)要冲绿钻才能享受到。相比之下，网易云音乐的音质高，不断加深用户了解，提供个性化服务，但版权不足。虾米音乐客户端有真正的高品质保证，每首音质都经过软件频谱分析和编辑人工监听审核，但用户基数没有QQ音乐多。

张毅也认为，腾讯音乐和网易音乐相比各有千秋，“腾讯音乐总体来说版权资源比较多，网易云音乐版权相对弱一些，但是网易云音乐在精耕细作用户体验方面做得非常出色。在商业模式和社交收入方面，网易云音乐还没有见顶。所以对于二者而言，竞争是有的，但也是各有特点。”

对腾讯音乐而来，版权合作伙伴不仅仅只有华纳音乐，2014年就已与索尼音乐展开合作，2018年上市之前，腾讯音乐还接受了索尼音乐和华纳音乐现金代价大约2亿美元的入股。今年3月，由腾讯牵头的财团又完成了对环球音乐集团10%股权的收购，目前环球音乐是全球最大的唱片公司，拥有Taylor Swift、Beatles和Lady Gaga等大批歌手的版权。也就是说，全球三大唱片公司与腾讯音乐都已经建立了音乐版权上的合作。

音乐行业从业者王鹤楼（化名）告诉本报记者，各家音乐平台争夺的“独家版权”实际上是搭建平台自己的“护城河”，是一种纯粹的市场行为，也“无可厚非”。但也有一家音乐平台内部人士认为，如果市场格局最终只剩下一家独大，这一家可能会随意定价，扰乱整个市场的秩序。

## 未来挑战

今年5月，腾讯音乐发布了截至3月31日的2020年第一季度财报。财报显示，在截至2020年3月31日的三个月中，腾讯音乐总营收63.1亿元，相比去年同期的57.4亿元增长10.0%，但相比2019年第四季度的营收72.9亿元下降13%，并且净利润与上年同期的9.87亿元相比下降了10%。财报公布以后，腾讯音乐的股价曾应声下跌5.26%。

腾讯音乐表示，营收环比下降的主要原因是受到新冠肺炎疫情影响，导致毛利润下降。但除了疫情的影响，腾讯音乐传统业务营收增长陷入瓶颈亦是当下不得不面对的问题。

记者梳理发现，腾讯音乐2016~2019年在线音乐服务营业额占比分别是49.2%、28.7%、29.2%、28.1%，呈逐年下降趋势。社交娱乐服务及其他（销售虚拟直播礼物、会员、音乐相关产品，直播服务等）业务占比50.8%、71.3%、70.8%、71.9%，不断上涨，成为腾讯音乐的主要盈利来源。

社交娱乐收入主要来自直播，而腾讯音乐这块的收入主要由酷狗直播和酷我直播贡献。但今年第一季度，其来自于社交娱乐服务及其他业务的营收为42.7亿元，与上年同期的41.3亿元相比增长3.3%，增长趋势已放缓。

张毅认为，过去几年腾讯音乐财报数据增长幅度非常快，主要业务是在直播亦即社交服务方面，很容易产生一定的周期性或者波峰波谷，所以会出现一定的下滑。另外，在线直播是游戏娱乐属性，受众用户被短视频平台分流也是一个因素。

资料显示，抖音和B站的直播流量今年第一季度增长迅速，快手的直播流量占比也在50%，这些在客观上都会对在线音乐平台的用户增长空间、特别是直播业务产生挤压。

腾讯音乐想要营收增长，必须要开拓新的业务。腾讯音乐首席财务官胡敏表示，“未来，我们将继续对更广阔的音乐产业的未来感到乐观，并对我们正在构建的整体生态系统和产品线充满信心。我们将继续专注于增强、扩展产品和服务产品，包括长格式音频，同时保持核心内容投资。”

今年3月份，腾讯音乐与阅文集团达成战略合作，以加强有声读物的内容供应。4月底，腾讯音乐宣布正式进军长音频领域，并以酷我音乐旗下“酷我畅听”为先锋者打造长音频新品牌。腾讯音乐CEO彭迦信表示，“长音频将是未来腾讯音乐持续发力的战略领域。”

作为新的发力点，“酷我畅听”如何在喜马拉雅、荔枝、蜻蜓FM等音频平台中突围，实现盈利的可持续性，则是腾讯音乐面临的下一个挑战。