

喜马拉雅赴港上市 “耳朵经济”如何挖掘新商机

■中国城市报记者 郑新钰

经过长时间的沉寂，音频平台喜马拉雅再次向上市发起冲击。

就在宣布撤回赴美上市申请4天后，9月13日晚间，喜马拉雅向港交所递交招股书。

“弃美转港”的风雨上市路

公开资料显示，自2012年成立以来，喜马拉雅已历经9轮融资，腾讯投资、阅文集团、小米集团、京东科技等多家巨头都曾是其投资方。

而说起上市之路，若从市场上最早传出消息时算起，至今已有大约3年之久。

今年3月，喜马拉雅再被曝计划赴美IPO。5月1日，喜马拉雅正式向美国证券交易所提交IPO申请。

然而，一切没有预想的顺利。受种种原因影响，赴美上市计划被终止，喜马拉雅也不得不从纳斯达克敲钟梦中醒来。

对于本次“弃美转港”战略，喜马拉雅也给出官方回应：

“基于对当前市场整体环境等综合因素的考虑，公司管理层决定撤销拟在美国进行的首次公开招股，选择香港联交所作为更适合的上市地点。”

“喜马拉雅转战香港也是符合港股的发展方向。”盘古智库高级研究员江瀚向中国城市报记者表示，这些年香港资本市场其实已经逐渐转变了自己的发展路径，相比于之前大部分都是房地产、商场、电信等传统公司为主体的市场来说，当前的香港资本市场已经集中了较多的知名互联网上市企业，比如说大家熟悉的小米、美团、快手、联想等都是香港首发上市的公司，而像京东、网易等互联网巨头也都通过回到香港实现了二次上市。

虽然当前的香港市场相对来说认同互联网上市公司，但在业内看来，喜马拉雅在港股实现开门红绝非易事。

“对于香港资本市场来说，长音频可能不是市场熟悉的赛道。”江瀚认为，播客类业务并不是香港投资者特别认同的业务，所以香港资本市场能否像

美国资本市场那样欢迎播客类企业还是一个未知数。

营收持续增长 却走不出亏损泥潭

发展至今，在音频行业赛道上，喜马拉雅交出了怎样的成绩单？

招股书显示，2021年上半年，喜马拉雅月活用户达到2.6亿，同比增长25.7%，在国内在线音频平台中排名第一。在这2.6亿月活用户中，移动端月活1.1亿用户，约占整体月活用户的40%。此外，1.5亿用户则通过物联网及其他开放平台收听喜马拉雅的音频内容。

营收方面，公司的收入来源包括付费订阅、广告、直播以及其他创新产品和服务，这四部分收入占比分别为34.9%、19.7%、24.5%、16%。总体来看，2018年至2020年公司营收分别达到14.81亿元、26.98亿元、40.76亿元。

可在看似一切欣欣向荣的背后，盈利困境依旧未得到有效缓解。这几年，即便喜马拉雅

营收连年攀升，但仍身陷亏损泥潭。2018年至2020年，喜马拉雅的净亏损分别为7.55亿元、7.47亿元、5.39亿元，2021年上半年净亏损3.2亿元。

“对于互联网公司来说短期亏损不是问题，只要能够获得足够支撑自己发展的资金链支持就好了。但是喜马拉雅的问题始终存在——如何改变自己的盈利模式，毕竟当前的会员模式和广告模式虽然也比较稳定，但是给资本市场的想象空间并不大。”江瀚说。

巨头入场竞争“耳朵经济”

根据艾瑞咨询数据显示，中国拥有世界上最大的在线音频用户群体，预计到2023年，中国在线音频用户规模将超9亿人。同时，中国是仅次于美国的全球第二大在线音频市场，2018年在线音频收入占全球15%左右，并将以44%的复合增长率增长。

从资本市场的角度看，音频赛道上，前有蜻蜓FM、荔枝FM等音频老玩家，后有以腾

讯音乐、网易云音乐为代表的选手进入市场。

眼下，从播客到长音频，随着巨头纷纷抢滩“耳朵经济”，整个音频市场的格局正悄然改变。可即便市场已是群雄逐鹿局面，但亏损问题始终是各家绕不开的“坎儿”。

“在线音频第一股”荔枝FM的财报数据显示，今年第二季度净亏损2900万元，比去年同期的净亏损扩大了32%。

为什么会亏损？中国城市报记者了解到，在线音频平台是一个高度依赖优质原创内容的行业。因此，音频平台们大多选择和内容创作者合作，购买知名IP资源，以生产高质量内容，同时还需要通过营销维持平台的月活跃用户数。

这就意味着，一旦无法为内容创作者提供令人满意的合作或有竞争力的收入，创作者们就很可能转投其他平台，进而影响原平台的内容创作水平。

以喜马拉雅为例，公司收入成本主要包括收入分成费、内容成本、营销费用三大部分。喜马拉雅今年上半年的内容成本为1.41亿元，较去年同期同比增长了43.88%；与此同时，攀升的营业成本和营销费用极大地吞噬了喜马拉雅的收入，其销售及营销开支为12.33亿元，较去年同期增长了95.09%，占总收入的比例达到了49%。

喜马拉雅创始人余建军曾公开回应“没有制定任何盈利的时间表”这一问题。他坦言，音频领域最大的问题，就是很多人并没有消费音频的习惯。

中国城市报记者注意到，2021年上半年，喜马拉雅平均月活跃用户付费率仅为12.8%。

目前看来，“耳朵经济”还不是一门好赚钱的生意。喜马拉雅这一次赴港上市，能否卷起音频市场的“新风暴”？中国城市报记者将持续关注。

今年8月全国规上工业增加值同比增长5.3%

9月15日，江苏省海安市一纺织公司车间，工人正在生产线上忙碌。

国家统计局2021年9月15日发布消息，8月份，全国规模以上工业增加值同比增长5.3%，两年平均增长5.4%，比7月份回落0.2个百分点；环比增长0.31%。国家统计局表示，8月份国民经济继续保持恢复态势，转型升级持续推进，创新活力不断释放，就业物价总体稳定，质量效益稳步提高，主要宏观指标处于合理区间。

人民图片



国家发改委：做好中秋、国庆期间重要民生商品保供稳价

■中国城市报记者 叶中华

9月16日，记者从国家发展改革委举行的9月份新闻发布会上获悉，该委从4方面指导各地切实做好中秋、国庆等重要节日民生商品保供稳价工作。

国家发改委价格司副司

长、一级巡视员彭绍宗介绍，一是加强市场价格监测预警。以群众生活必需品为重点，密切关注市场供需变化，及早发现苗头性、倾向性、潜在性问题，尽早预警处置。

二是保障市场供应。指导各地组织好重要民生商品生产和采购，畅通物流，做好组织调

度；对米、面、油、肉、耐贮蔬菜等重要生活必需品，提前充实储备规模，根据市场形势及时精准投放储备；抓好产销衔接，督促商超、批发市场、集贸市场及时补货，确保重要生活物资供应不断档、不脱销，价格不出现大的波动。

三是加大市场价格监管力

度。积极配合市场监管部门加大节日期间价格监督检查力度，督促市场从业者诚信经营，切实防范重要民生商品价格异动。严厉打击捏造散布涨价信息、哄抬价格、囤积居奇、串通涨价等违法行为，规范市场价格秩序。

四是及时足额发放价格临

时补贴。认真执行社会救助和保障标准与物价上涨挂钩的联动机制，督促达到启动条件的地方第一时间启动，及时足额向困难群众发放价格临时补贴。鼓励有条件的地方根据部分商品价格上涨情况，适当提高临时补贴标准，向困难群众发放一次性生活补贴。