

# “耳朵经济”现状：持续亏损前路在何方

本报记者 郭梦仪 北京报道

在线音频所拥有的巨大前景，在近年来知识付费火热以及新冠肺炎疫情等因素的叠加影响下，使得以在线音频为代表的“耳朵经济”备受各方关注。值得注意的是，垂直类音频平台依旧在靠亏损换扩张。可以说，音视频平台在平衡内容成本和用户转化上的顽疾依旧存在。

近日，喜马拉雅更新了申请在香港交易所上市的招股书，其预计未来可能会继续录得经营业绩的亏损及经调整亏损（非国际财务报告准则计量），主要是扩张而产生销售及营销花费，对研发的投入，以及上市、扩大管理团队等产生的行政开支等。

喜马拉雅在努力上市的同时，荔枝(NASDAQ:LIZI)也公布了2021年年报。数据显示，2021年荔枝的亏损为1.27亿元，2020年同期亏损为8218万元，同比扩大54.9%。另外从2017年到2019年，荔枝年度亏损分别为1.537亿元、934.2万元、1.33亿元。

一位音频业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，现在音频平台已经不再用新增用户作为目标，而是开始解决降本增效的问题。“用户转化和新增还是要依靠内容数量和质量提高，而内容数量和质量提高又会带来成本的增加。降低成本的同时又要保证内容的数量和质量，就只能扶持UGC内容，虽然行业此前有做过相关的努力，但因为几年前听播客的用户数量并不多，因此做的也并不很成功。目前荔枝是依托音频直播，而喜马拉雅依旧在大IP的有声剧方面耕耘。”对于音频平台，未来的新增长点在播客上，但是激励机制模糊、版权申诉难等问题一直困扰着播客在音频平台上的发展。

## 大厂入局与垂直类平台扩张

在音乐巨头切入音频赛道时，垂直类音频平台的盈利难度加大，目前仍在靠亏损换市场。

随着包括网易云音乐、腾讯系的酷我畅听、微信听书等“玩家”的入局，音频市场未来的格局变得更加扑朔迷离。

“目前来说，靠内容盈利的通道一方面是通过C端用户，一方面是靠B端分发。而C端用户除了通过手机以外，车载和智能音响也是切入用户场景的方式。而现在巨头入局加上终端多样化，导致市场竞争十分激烈，垂直类的音频平台只能靠扩张并维持自己的内容和营销强度稳住自己的大盘。”上述音频业内人士向记者说道。

从付费转化率看，2021年9月喜马拉雅向港交所递交的招股书显示，喜马拉雅2021年上半年移动平均月活跃付费用户数为1420万，付费率达12.8%，远超荔枝。而在付费转化上，上述知情人士表示，有声书和儿童品类的内容转化率相对较高，但是这两类的背后依旧需要大IP的支持。“目前最大的核心问题依旧是平台如何解决内容营销成本和用户付费转化方面配平的问题，目前来看难度很大。”

相比影视作品，音频内容具有成本低、制作周期短、付费转化率高的特点，在这一背景下，近年来影视公司积极与音频平台合作，涉足有声剧行业，将其视为旗下IP商

## UGC生态是出路？

根据记者采访多个播客了解到，目前来说专职做播客的人比较少，更多的是兼职或者为自身公司进行宣传，比较明显的是脱口秀。

上述音频业内人士表示，音频平台降低内容成本的另一个方法是大力发展UGC内容，“对于音频平台来看，未来的新增长点在于播客，但是播客的增长预期会很慢”。UGC内容的激励政策一直不明朗，而播客们拥有更多的露出平台，在没有更好的激励政策条件下，对平台的忠诚度不高，有些甚至开设自己节目的APP，付费打赏依靠微信粉丝群进行。

播客的形式来源于海外“车轮

文化”下的收听习惯，国内播客虽然发展了十几年，但兴盛却是近几年的事情。过去两年来，播客市场的内容供给更加丰富，全球播客搜索引擎ListenNotes数据显示，2020年4月我国大陆播客的数量突破10000档，14个月，2021年6月突破了20000档，而到了2021年12月31日，该网站获取到的大陆播客已经增长到23157档，较一年前增加了6709档。

另一个强有力的竞争对手则是网易。2020年9月，网易云音乐上线全新内容板块“声之剧场”，推出了430部年轻IP改编的广播剧与有声书，为了提升在长音频领域的竞争力，网易云音乐还首创了音频内容“声画同频”模式，将精美场景与音频剧情结合。网易云音乐上受欢迎的《死亡万花筒》(PARADISE)《跨物种相亲》等广播剧，都获得了上百万的播放量。根据PodFest China播客消费调研，网易云音乐在2020年已经实现中文播

客市场前三。在音乐巨头切入音频赛道时，垂直类音频平台的盈利难度加大，目前仍在靠亏损换市场。除了荔枝以外，喜马拉雅招股说明书数据显示，公司收入由2019年的人民币26.98亿元增长51.1%至2020年的人民币40.76亿元，进一步增长43.7%至2021年的人民币58.57亿元。但2019年、2020年及2021年年内亏损分别为人民币19.248亿元、28.821亿元及51.06亿元。经调整净亏损分别为7.49亿元、5.39亿元、7.59亿元。其中，成

本高依旧是音频平台无法规避的问题。招股书显示，喜马拉雅已与140余家出版商签约，同时还和德云社、吴晓波、余秋雨等内容生产团队深度合作，2020年公司购买版权的内容成本为2.55亿元，占总营收比例为6.3%。

目前，我国的在线音频市场处于喜马拉雅、荔枝和蜻蜓FM三强竞争的局面，同时腾讯等平台也在抢夺市场。根据易观千帆数据显示，目前平台认知度方面，喜马拉雅、蜻蜓FM和懒人畅听在用户认



音频内容具有成本低、制作周期短、付费转化率高的特点。

本报资料室/图

知度上占前三，分别为82.3%、74.9%和72.6%，荔枝排在第四名，为63.5%。2021年喜马拉雅APP以1.2亿的月活跃人数领跑，懒人畅听、荔枝、蜻蜓FM三个产品处于第二梯队。

独立分析师胡钰鑫表示，近几年，喜马拉雅等音频平台加大了对PGC内容的扩充，比如《三体》这样的广播剧，加深与爱奇艺、阅文集团、中信出版社等版权方、专业制作机构的合作，也邀请知名艺人合作过多部有声剧，这样的策略会提升平台的内容质量，但成本的增加也是十分必然的。

但是怎么分成，流量扶持能有多少，并不具体。”一位做悬疑故事的播客表示，自己在各家平台上传节目更多的是吸引粉丝，将粉丝拉入微信粉丝群中。他们自己制作了播客APP，粉丝要是想听更优质的内容，则是通过微信付费后给粉丝开放资源收听。“一方面是音频平台的分成，另一方面是苹果手机或者其他支付渠道的服务费，这样对我们来说赚得更多。”

物制作和广告。“兼职播客很难，平台的奖励机制难以弥补我们制作的成本，只能靠接广告赚点外快。目前我们就是什么平台都做，只要有足够的订阅量和播放量，我们就不放过。”一位兼职播客表示，目前自己的产品会主要放在公众号上，包括打赏功能也通过公众号的电商平台实现。“音频平台的激励政策具体并不清楚。比如平台会告诉你有流量扶持，会有分成，

但是怎么分成，流量扶持能有多少，并不具体。”一位做悬疑故事的播客表示，自己在各家平台上传节目更多的是吸引粉丝，将粉丝拉入微信粉丝群中。他们自己制作了播客APP，粉丝要是想听更优质的内容，则是通过微信付费后给粉丝开放资源收听。“一方面是音频平台的分成，另一方面是苹果手机或者其他支付渠道的服务费，这样对我们来说赚得更多。”

# 年薪从20万涨到100万 芯片人才争夺战打响

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

当前半导体行业正处于高景气周期，人才供给却明显不足，尤其是在这波全球芯片角力战之下，人力的重要性愈发凸显。“抢人”大战一触即发。

近日，全球第二大iPhone代工厂和硕公布了最新薪资政策，为达到提升留才与对外招募的竞争优劣势，大幅修改薪酬结构，将部分变动奖金转换为每月月薪发

## 2022年芯片专业人才缺口超25万

在国家政策引导下，半导体行业正处在时代舞台的中央，备受资本关注。“高额的价值与融资，科创板的诞生，都让芯片公司的议价权上升。”芯谋研究首席分析师顾文军表示，在资本快发展、高回报的要求下，国内芯片人才滞涨现象加剧。

所谓的芯片人才滞涨指的是人力成本上涨，但人才质量并没有提升。“芯片人力成本滞涨的背后，存在着这样一条逻辑线：芯片产业的高速发展，使得资本大量快速进入，从而产业规模得到扩容，而新公司的暴增，加剧了对芯片人才的需求，从而导致人才供需关系失衡，薪水增加、高薪挖角、频繁跳槽的现象，都是芯片人力成本滞涨的表现。”顾文军说。

“随着不停的跳槽，薪水上涨可能在三年内从年薪20万元到40万元，再到80万元，甚至到100万元，职位从工程师到经理、再到总监。”顾文军进一步指出，芯片设计

放，提高基本薪资占比。这被外界解读为，变相提高薪资和福利，加大招人力度。

据了解，和硕这一新制度本月起生效，自台积电去年宣布调高人员薪酬后，今年已有和泰、裕隆集团相继跟进。针对和硕这一涨薪动作，有接近和硕的消息人士告诉《中国经营报》记者：“这个（政策）是和硕台湾干部的，主要是担心内地公司挖角，因为最近两年内地IC人才的薪水涨得很高，有很多人年薪

过百万了。”半导体研究机构芯谋研究分析师王立夫告诉记者，与和硕不同的是，台积电上海工厂针对所有人都进行了涨薪，“普调是指薪资在一个比例范围内调整，台积电普调比例在上海这边很高”。至于普调比例提高多少算高，王立夫表示根据企业性质不同，这个标准也不一样。

台积电每年都会在4月进行例行性调薪，此前有消息称台积电今年将大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准。对此，台积电董事长刘德音表示，今年调幅“大家都会很开心”。从根源上来说，无论是和硕，还是台积电，结构性调薪动作的背后是为了应对人才流失严重的现状及未来半导体产业人才紧缺的行情。不过也有分析人士指出，在这波全球芯片角力战的背后，我们需要警惕的是芯片人才滞涨。

台积电每年都会在4月进行例行性调薪，此前有消息称台积电今年将大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。



2022年中国芯片专业人才缺口将超过25万人，到2025年将扩大至30万人。 本报资料室/图

才滞涨最根本的原因。“先来看需求端，据中国半导体协会预测，2022年中国芯片专业人才缺口将超过25万人，而到2025年，这一缺口将扩大至30万人。”他表示，随着国内芯片公司的快速发展壮大，仅以芯片设计领域为例，2021年国内的芯片设计企业增加了592家，增长率达到26.7%，其中员工规模在100~500人的企业就比

年增长大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准。对此，台积电董事长刘德音表示，今年调幅“大家都会很开心”。

从根源上来说，无论是和硕，还是台积电，结构性调薪动作的背后是为了应对人才流失严重的现状及未来半导体产业人才紧缺的行情。不过也有分析人士指出，在这波全球芯片角力战的背后，我们需要警惕的是芯片人才滞涨。

其中，联发科员工去年的平均薪酬高达513.79万新台币（约合人民币112.8万元），相比上一年大涨50%，可谓是人均年薪百万不是梦。相比之下，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。

不过，此前已有消息称，台积电今年将大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。不过，此前已有消息称，台积电今年将大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。值得注意的是，资本的高度

## “人才滞涨”的隐忧

早在2019年，刘德音就表示中国台湾半导体最大的问题是缺才；而联发科董事长蔡明介也警告，中国台湾高端芯片人才荒未来将对台湾半导体产业整体发展形成挑战。

各地都缺芯片人才，人才供给不足则带动全球芯片人才薪资上涨，为了留住这些人才，台积电、联发科等公司进行了一次次的结构性调薪。

“走的人多了，薪资就会涨，台积电是这种情况，和硕也是这种情况。”王立夫说。言下之意，通过涨薪的方式将人才留下来。随着2021年各大公司的年报出炉，透过中国台湾科技企业的年报，我们可以看到为了留住人才，这些台湾地区科技企业员工的总体薪资水涨船高。

其中，联发科员工去年的平均薪酬高达513.79万新台币（约合人民币112.8万元），相比上一年大涨50%，可谓是人均年薪百万不是梦。相比之下，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。

不过，此前已有消息称，台积电今年将大举调薪8%，调幅高于往年的3%~5%水准，台积电去年员工平均年薪246.3万元为新台币（约合人民币54万元），同比增长约2.97%，即便涨薪，代工巨头的人均收入显然比不过联发科这样的设计公司。值得注意的是，资本的高度