

网易云音乐人作品播放量，网易云音乐单曲播放次数

产品名称	网易云音乐人作品播放量，网易云音乐单曲播放次数
公司名称	天津联合尚世网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市南开区黄河道与广开四马路交口西南侧格调春天花园34-3、4-1504-06（注册地址）
联系电话	1893920100 18939200100

产品详情

优推66平台一站式解决公众号阅读量，视频号直播看过，小程序直播人气，全网各大平台阅读量，播放量，直播人气，粉丝均可一站式搞定，尤其擅长网易云音乐，喜马拉雅等任何小众APP也有机会获得流量

网易云音乐人作品播放量

如果可以给网易云音乐自己定位一个“主导色”，那它应该是红色的。红色代表着热烈、鲜活与向上，与网易云音乐奔跑冲刺“全球音乐社区股”的形象不谋而合。

在与拥有雄厚资本实力的腾讯音乐竞争中，处于顺位的网易云音乐，一方面扮演者全球大音乐社区的角色，另一方面则难掩亏损尴尬。招股书显示，2018年至2020年，网易云音乐三年运营亏损累计超48亿元。

那么，网易云音乐能否突破自身盈利瓶颈，为用户持续带来更契合灵魂的社区体验，而不是上市商业化后成为大众化的音乐平台?在与腾讯音乐竞争中，网易云音乐如何保持自我又稳固领土呢?

网易云音乐单曲播放次数

奔跑的黑马

2013年成立的网易云音乐以黑马姿态杀出，凭借不做功能性音乐播放类软件，主打“音乐+社交”，推出歌单、乐评以及个性化推荐等功能吸引了大批爱听歌的文艺青年用户关注。当时市面上酷狗、酷我、虾米等音乐软件大多类似于工具型的音乐播放器，少有契合灵魂的歌单以及评论等社区氛围。

凭借音乐社区这种差异化打法，网易云音乐上线一年多就获得了4000万用户，2016年，用户数突破两亿

。在用户数量飞速增长的同时，网易云音乐营销策略一直做的也不错。好比年度歌单、地铁Touch活动、今年的人格主导色，这类活动推出时大多都有很好的反响，***屏朋友圈或微博，让网易云音乐在用户心中度一直保持活跃状态。

如今的网易云音乐已向港交所递交招股书，全力冲刺“全球音乐社区股”。作为国内在线音乐市场上的老二，网易云音乐能同行的优势在于：

（1）用户粘性高、在线音乐服务付费率增速快。招股书显示，2018年—2020年，网易云音乐月活用户数量分别为1.05亿、1.47亿和1.81亿；2020年，网易云音乐日活用户日均听歌时长76分钟，主动进行UGC创作的用户占比达25%。截至2020年底，网易云音乐用户创作的歌单总数超20亿。

作为一个主打音乐社区的平台，网易云音乐是十分尊重用户的，为了让用户在社区里面有归属感，从歌曲到个性化推荐以及页面设计，都在尽力满足小众音乐爱好者们的心理需求，如民谣等。因此，平台上的用户粘性高。

这又意味着平台有更多的用户时长、丰富的UGC内容和更高的付费意愿。付费率方面，网易云音乐在线音乐服务付费率增速且付费用户数也在增长。招股书显示，2020年，网易云音乐在线音乐服务付费率8.8%，增速位列行业。