

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

芒果超媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-02

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	安信基金、安信证券、安信资管、安信自营、北京鼎萨投资、北京高华证券、北京时田丰投资、博道基金、博时基金、渤海资管、财通基金、财通自营、呈瑞投资、诚通基金、承势资本、澄金资产、崇山投资、创金合信基金、淳厚基金、大成基金、淡水泉投资、道仁资产、德邦证券、德邦资管、东北证券、东财基金、东方财富证券、东方基金、东方证券自营、东海证券自营、东吴基金、东吴证券、东兴基金、方正富邦、丰岭资本、富安达基金、富敦投资、富国基金、刚睿资本、歌斐资产、工银瑞信、光大保德信、光大证券、光大证券自营、广发证券、广发自营、国都证券自营、国海证券、国金基金、国金证券、国君自营、国盛证券、国寿养老、国寿养老保险、国泰基金、国泰君安证券、国泰君安自营、国投瑞银、国信自营、国元证券、国元资管、海富通基金、海通证券、海通资管、荷宝投资、恒复投资、红杉资本、红塔红土、泓澄投资、华安基金、华宝基金、华夏基金、华泰柏瑞基金、汇添富基金、嘉实基金、交银施罗德基金、景顺长城基金、银华基金、诺德基金、民生加银基金、南方基金、泰康资产、泰康养老保险、天弘基金、新华资产、鹏华基金、兴证全球基金、易方达基金、广发基金、中邮基金、招商基金、中欧基金等；Allianz Global Investors、Anatole、Blackrock、BNP、Brilliance Capital、China Universal、Clough Capital、Coreview Capital Management、Destination Partners、Dymon Asia Capital、Exoduspoint、Fenghe Fund、Franklin Templeton Investment、Gary N.G、Samsung Asset、Goldman Sachs Asset Management、Kadensa Capital kaisa group、Khazanah、LMR partners、Lombard Odier Asset Management、LyGH Capital、Marshall Wace Millennium Partners、Morgan Stanley、Oakwise Capital、Oberwise Asset Management、OP Capital、Optimas capital、Pinpoint Fund、Polar Capital、Polymer、Pride、Rock Capital、Sirirus Capital、Spruce Light、Torq Capital、UBS Asset Management、Xingtai Capital、Zaaba Captial 等； <p style="text-align: right;">共 487 人参加。</p> <p style="text-align: center;">（按首字母排序）</p>
时间	2021 年 08 月 18 日 16:00-17:00
地点	线上电话会议

<p>上市公司 接待人员</p>	<p>芒果超媒董事、总经理 蔡怀军 芒果超媒董事会秘书 吴俊</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>公司董秘吴俊在交流会开场后，简要介绍了公司半年报经营情况，随后的 Q&A 交流记录如下：</p> <p>1、互联网最新政策方面。新政策对公司的影响有哪些，如何让市场看到芒果和其他互联网公司不一样的地方。</p> <p>回复：近期针对互联网平台经济规范发展的政策陆续实施，同时对于流量至上、过度追星、饭圈乱象的监管加强，都已表明过去因资本和技术而兴起的互联网视频平台的发展模式和竞争方式，既不符合当前政策倡导，也不符合未来趋势。公司作为党媒国企，本身就是从媒体内部发展起来的，不砸钱买流量，而是发挥芒果内容自制优势，通过扎实做好优质内容，坚守媒体平台初心，做正向价值观引领、高门槛的长视频平台，以求建立长期、可持续的国有主流新媒体良性发展模式。目前公司已经迎来媒体融合发展的重大战略机遇期，能够把握好机遇，发挥媒体平台优势，夯实稳健的良性发展模式。</p> <p>2、季风剧场方面。后续在剧集端，季风剧场和传统原有剧集在数量、资本投入的分配及运营模式是什么？</p> <p>回复：季风已播出三部剧集，表现出了良好的口碑，对男性用户的拉新会员达到 30%以上，但男性基数较小扩圈需要更多内容沉淀。季风剧场无论是行业口碑、市场传播还是广告营销，都体现出新的风向，同时公司希望通过后续内容的布局把男女用户比例进一步优化。接档《我在他乡挺好的》的下部季风剧是《婆婆的镯子》等等，目前芒果 TV 和湖南卫视台网联播的季风剧已经安排到了明年；今天芒果 TV 季风网络剧场上线，区别于台网联播，这是芒果 TV 独播的季风剧，第一部是《天目危机》，大家可以看看。公司将在芒果 TV 打造真正的季风品牌，播出更多网剧，同时跟湖南卫视的合作也将会更加紧密。季风剧场整体的表现来势不错，制作成本相对其他剧集更高，所有剧集压缩到 12 集，单集成本较高，但公司认为是值得的，希望能打造剧集内容的行业标杆和剧场品牌。我们签了很多战略工作室，但不代表公司会放弃外部合作。影视剧行业市场化程度非常高，目前公司纯自制的力量和内容还远远不够。公司会根据团队的研发程度来控制自制和定制外购比例。</p> <p>3、会员方面。市场今年非常关注公司的付费用户数目标 5000 万完成情况，公司今年付费用户数发展的思路，以及下半年如何完成这个目标？</p> <p>回复：公司今年 5000 万的会员目标没有变，近期随着《我在他乡挺好的》《披荆斩棘的哥哥》等优质剧综上线，平台会员增速明显，年度目标如期完成的可能性非常大。公司会员费一般在每年的青春芒果节和年底会有一些策略活动，但今年因为疫情原因，原定于 8 月初的青春芒果节推后了。公司对会员的界定比较严格，要实打实实现收入，短期追求会员数可以应对市场预期，但是到头来只会影响了公司长远发展，公司不会做这样的事情。</p> <p>会员不仅仅靠超级爆款内容拉新，一般可以分为几类内容。第一是 S</p>

级内容，第二是圈层内容，例如明侦、密逃，用户忠诚度很高，公司的几个圈层垂类内容在市场是顶级的；第三是现实主义色彩比较重的题材类，比如近期上线的新综艺《再见爱人》口碑很好，对垂类用户拉新效果很好。

目前芒果 TV 的用户年龄画像由原来核心的 20-24 岁有所上移 4 至 5 岁，这是由于从去年以来我们致力于用多元内容破圈。比如目前季风剧场的内容偏男性、偏年龄层高一些的用户。我们要持续巩固和丰富内容矩阵，慢慢扩大用户层，后续发展才会更良性、更有空间。

4、与移动合作及大屏业务方面。目前公司运营商业务增速很高，现在中国移动参与了此次定增，成为公司战略伙伴。未来运营商大屏业务如何展望？

回复：芒果以内容的优质和独特性，引起了中国移动的持续关注，认为公司和中移有较多结合点。中移作为行业最大的运营商，大比例增持是其对公司实力的认可，未来会有更多合作。运营商业务省外合作方面，双方新合作目前还在探索阶段，主要会在两方面考虑，一是大屏内容输出，将覆盖全国更大范围的用户；二是支撑平台，牌照合作会是一个重点，近两年芒果在大屏合作的运营效率、运营团队方面有较好的积累，下一步会进行牌照和运营模式的输出。

5、广告业务方面。上半年广告实现了较高的增长，公司如何看待这一成绩？

回复：公司广告业务，70%是内容广告，30%是流量广告，以内容营销为主，今年上半年广告业务同比增速超 70%，预计全年也将有不错表现。广告客户要达到投放效果，无非是产品销售和品牌溢价，公司在这两方面优势很大，借助 S 级的综艺能够实现品牌赋能，植入比较融洽。

在行业整体低迷的情况下，公司对广告业务增长比较满意，对内容平台创新的衡量除了用户之外最重要的就是广告客户的认可度，如果广告不能拉动销量，则品牌不会投放。上半年公司广告客户数量、质量、经营情况均获得不错提高，在广告市场塑造了较好的口碑。

芒果作为媒体平台，具有较强的品牌溢价能力，在现在政策环境之下，广告主投放广告要考虑非常多的因素，包括能否让广告品牌建立正向价值，公司依靠时间积累以及不断创新的能力，赢得广告主对平台的长期信任。会员根据内容排播情况存在一定波动，但广告更多持续的验证平台价值引领属性。

6、实景娱乐方面。剧本杀、密逃项目目前进度如何，未来有何整体布局和目标？

回复：剧本杀和密逃是公司今年启动的新赛道之一，目前由芒果互娱团队负责。长沙店已经开业，上海项目预计也将在今年开放，海口、成都等其他城市都在推进中。公司看好线下实景娱乐，预计未来市场空间会和电影市场相当，融合休闲、娱乐、聊天、交友功能于一体的剧本杀和密逃这类实景娱乐，是新生代年轻人喜爱的休闲方式。从剧本杀和密逃产业链来说，公司具备从上游剧本创作、中游剧本交易以及下游店面经营模式等全产业链的优势，比如 9 月公司会组织召开全国性的剧本交流会。公司致

	<p>力于建立规范的行业标准，输出管理模式，时机成熟之后再考虑放开合作选择加盟。</p> <p>7、未来内容投入规划方面。要保持平台的增长体量，未来在内容上的投入规模如何打算？</p> <p>回复：今年内容开支预计 75 亿左右，现金流角度投入会更大，明年会在今年的基础上预计再增长 20%左右。综艺投入较为稳定，每年增加不大，但明年综艺的投入预计增长 10%，还有 2 个大的创新项目。明年的重要内容目前基本已经规划，因为内容特别是电视剧的规划周期相对来说都比较长，需要提前规划。公司在努力将综艺优势转移到剧上面，目前拥有 20 多个剧制作人团队，未来 2 年会发展到 40-50 个。</p>
附件清单(如有)	
日期	2021 年 08 月 18 日 16:00-17:00