

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：2024-01

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input checked="" 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</p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>北京禹田资本、博道基金、博时基金、财通资管、财信产业基金、财信证券、辰翔基金、承势资本、创金合信基金、淳厚基金、大成基金、大家资产、淡马锡、德邦证券、顶天投资、东北证券、东北证券自营、东方财富证券、东方证券、东吴证券、东兴基金、东兴证券、方正富邦基金、富海中瑞、高盛资产、耕霖投资、工银瑞信、冠达泰泽基金、光大保德信基金、光大证券、广发基金、广发证券、广发证券自营、国海证券、国海证券研究所、国金证券、国联证券、国融证券自营、国盛证券、国寿养老、国泰君安、国投证券、国信证券、国元证券、海通证券、海通资管、杭银理财、红年资产、泓德基金、花旗银行、华安合鑫私募、华安基金、华安证券、华创证券、华福证券、华富基金、华金证券、华商基金、华泰证券、华泰资产、华泰自营、华西证券、华夏基金、华夏久盈、华鑫证券、汇丰晋信基金、汇丰前海、建信基金、建信养老、建银国际证券、江源资本、金鹰基金、景顺长城、九泰基金、开源证券、凯石基金、民生加银基金、民生证券、明河投资、摩根士丹利、南京证券、诺安基金、磐厚动量、鹏扬基金、平安养老险、前海开源基金、青骊资产、青榕资管、人保资产、瑞民投资、瑞银证券、睿郡资产、润达基金、厦门坤易投资、山西证券、上海笙利、上银基金、申万宏源证券、深圳山石基金、神农投资、施罗德投资、石智基金、世亨基金、首创证券、太平洋证券、天风证券、万联证券、卫宁投资、沃珑港资本、西部利得基金、西部证券、西南证券、湘财基金、新华资产、新媒股份、信达证券、兴业证券、羊角基金、野村东方、易根企业、银河证券、银华基金、禹田资本、煜德投资、长安基金、长城证券、长江证券、长江资管、长盛基金、长信基金、招商局中国、招商证券、浙商证券、中国国际金融、中金公司、中泰证券、中信保诚资管、中信建投、中信证券、中移资本、中银证券、中邮人寿保险、中原证券、朱雀基金等。 Alpines Capital Limited、CICC、Citadel、Comgest、Jefferies、Khazanah、LMR Partners、Millennium Capital、Oberweis、Schroders、Temasek 等。 共 388 人参加（按首字母排序）</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 04 月 22 日 17:00-18:00</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</p>

<p>上市公司 参会人员</p>	<table border="0"> <tr> <td>芒果超媒董事、总经理</td> <td>梁德平</td> </tr> <tr> <td>芒果超媒副总经理、财务总监、董秘</td> <td>张志红</td> </tr> <tr> <td>芒果TV副总经理、CTO</td> <td>卢海波</td> </tr> <tr> <td>芒果超媒财务部部长</td> <td>陶金玉</td> </tr> <tr> <td>芒果超媒董办负责人、证代</td> <td>周 勇</td> </tr> </table>	芒果超媒董事、总经理	梁德平	芒果超媒副总经理、财务总监、董秘	张志红	芒果TV副总经理、CTO	卢海波	芒果超媒财务部部长	陶金玉	芒果超媒董办负责人、证代	周 勇
芒果超媒董事、总经理	梁德平										
芒果超媒副总经理、财务总监、董秘	张志红										
芒果TV副总经理、CTO	卢海波										
芒果超媒财务部部长	陶金玉										
芒果超媒董办负责人、证代	周 勇										
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p><b>提问 1：请介绍一下会员业务发展情况，现阶段会员业务发展策略，以及未来会员业务提升路径。</b></p> <p>答：2023 年末，芒果 TV 有效会员规模达 6653 万，续创新高；全年会员业务收入 43.15 亿元，同比增长 10.23%，其中，第四季度会员收入同比增长 35.64%，会员业务发展再次提速，会员增长与内容投入形成良性循环、正向反馈，步入高质量发展新阶段。现阶段，芒果 TV 会员业务更加侧重会员规模增长，同时也会兼顾 ARPPU 的提升。未来会员业务提升路径，一方面，锚定内容为王，不断丰富用户权益，依托优质独播内容实现用户的拉新和留存，另一方面，加强渠道合作和异业合作，寻求会员增长和会员业务增收新的增量。</p> <p><b>提问 2：公司怎么看今年的广告市场，广告主投放意愿和预算是否出现明显改善？公司全年大致的目标是什么样的？</b></p> <p>答：去年四季度以来，消费复苏以及与之紧密相关的广告行业复苏确定性逐步增强，凭借优质的品牌广告资源，公司有望成为品牌广告回暖的受益者。2023 年第四季度公司广告收入同比增长 15.95%，同比增速实现了由负转正的趋势逆转；2024 年一季度，公司广告业务延续了稳健的增长态势。展望全年，在广告市场回暖的大背景下，公司对广告业务保持乐观。“四平台”春季招商会即将举行，敬请关注公司最新发布的内容与广告产品。</p> <p><b>提问 3：《乘风 2024》刚刚上线，节目保持了一贯的水准与热度。公司全年综艺规划方面是怎么样的，有哪些值得重点期待的综艺节目？</b></p>										

答：公司持续巩固综艺节目的行业领先优势，2023 年芒果 TV 上线各类综艺节目超 100 档，综艺上新数、独播数、创新率均居行业榜首。2024 年第一季度，《大侦探第九季》《花儿与少年·丝路季》和《声生不息·家年华》稳居 Q1 全网网络综艺有效播放前三（云合数据）。后续，《乘风 2024》《歌手 2024》《披荆斩棘 4》《快乐老友记 2》《中国村花》等一大批重磅综艺节目，将为用户和观众提供高质量的视听体验。

**提问 4：我们注意到，公司在不断加大剧集的投入力度，《与凤行》《群星闪耀时》等剧集关注度比较高。请问公司整体剧集投资投入产出比和剧集策略是什么样的，变化趋势如何？**

答：近年来，公司通过强化内容成本管理、优化剧集产能规划、提升内容品质和优品率、拓宽影视剧内容变现渠道和精细化运营水平，助推剧集板块的投入产出比呈现逐年提升的态势。在剧集策略方面，公司会进一步加大影视剧投入，尤其是侧重头部剧集的投入，通过成立剧类评估品控中心，推行超级工作室，推出“新芒 S 计划”，进一步补强优质剧集的供给能力。公司储备的剧集包括《国色芳华》《水龙吟》《小巷人家》《日光之城》《另一种蓝》《长乐曲》等等。

**提问 5：公司在 AI 方面应用布局越来越多，能否请管理层展开讲讲 AI 的进展及目前赋能情况？我们大量的库存视频，是否应用于模型训练或者多模态大模型开发？**

答：公司高度重视各类 AI 技术的研发和应用，组建了专门 AIGC 创新应用团队，先后推出了 40 多项 AI 落地应用产品，并且已广泛应用于媒资运营、广告投放、会员互动、视频剪辑、内容生产等业务场景。比如，AI 多模态检索与创作引擎，通过向量引擎和对话模型，实现内容快速交互式检索，提升推荐转化效果；AI 短视频剪辑产量已达百万级，大幅降低内容宣

发成本和平台获客成本；AIGC 内部应用平台，集成多种 AI 应用能力，提升运营效率；AI 角色对话产品，试水 AI 聊天付费场景，切实提高用户粘性和活跃度等。国内首个 AI 导演“爱芒”是我们在 AI 领域的最新应用成果，已在综艺节目中首秀，承担助理导演职责，负责与艺人沟通确定节目行程、撰写分镜头脚本、创作文案、设计节目游戏、完成 vlog 剪辑等等。通过数据训练，“爱芒”目前仍然在迭代升级，未来将有更广泛的应用。关于 AI 语料领域，公司丰富的版权内容数据资产为“芒果大模型”的研发提供了高质量的训练语料。

**提问 6：近几年来，各大视频平台出海的动作频繁，芒果 TV 也有自己的国际 APP，请管理层介绍一下今年的出海规划？**

答：公司积极贯彻落实二十大报告提出的“加强国际传播能力建设”，持续探索中国故事和中国声音的全球化表达，芒果 TV 国际 APP 覆盖全球 195 个国家和地区，下载量超 1.4 亿次，成为文化出海重要窗口。2024 年，公司已经启动芒果 TV 国际 APP 用户“倍增计划”：不断创新国际传播矩阵，推动更多优质内容出海；推出“超级合伙人”制度，整合出海优质资源；加大节目模式输出力度，实现从内容输出到模式输出的高阶进化；提升国际 APP 用户体验，增加语言种类，扩大用户覆盖范围；加强海外运营商、电视台、应用商店合作，强化芒果内容在海外市场的推广力度。

**提问 7：公司去年收购金鹰卡通之后，目前在内容端、用户端、广告端的融合情况及进展怎样？**

答：金鹰卡通作为国内头部亲子少儿内容平台，是公司丰富全媒体传播生态的重要布局，有利于公司进一步夯实亲子赛道内容护城河。公司在收购完成金鹰卡通后，快速完成了金鹰卡通管理机制与公司的并轨，推动其业务与各业务板块深度耦合，在内容创新、广告招商、动漫创投等方面形成多方位协同。

例如，在内容创新领域，金鹰卡通与芒果 TV 联动，共同打造符合平台传播特性的独特亲子内容；在动漫创投领域，金鹰卡通与芒果 TV 共同投资、拍摄、制作动画片和少儿电视剧；在广告招商方面，各平台之间，打通广告资源实现联合招商；在商业模式创新方面，金鹰卡通整合内容资源，打造红色旅游、亲子动漫、乐园等研学项目，探索动漫少儿类内容在大屏端新的业务增长点。

**提问 8：请问芒果竖屏短剧业务的规划是什么？短剧与抖音的合作进展怎么样？**

答：“大芒计划”是公司深耕微短剧赛道重要项目。2024 年以来，“大芒计划”全面进入小程序剧领域，合理规划布局系列项目的生产，以新颖的形式和丰富的类型满足用户差异化需求，年内预计将制作上线 200 部竖屏小程序剧，集中资源打造微短剧 APP。具体而言，在竖屏小程序剧固有的题材方向上升级，开拓题材方向，打造精品，挖掘出更多垂类题材；在制作上动员“芒系团队”加入大芒竖屏小程序剧的生产序列。公司与抖音的微短剧合作进展顺利，已经联合推出《小年兽与捉妖师》《大妈的世界·贺岁篇》等多部精品微短剧。

**提问 9：小芒电商今年主要的经营目标有哪些？盈亏平衡的时间点以及后续的安排展望？**

答：小芒电商通过聚焦核心圈层用户，高效率、差异化地实现艺人、内容、商品和品牌的链接，已经开拓出一条 IP 爆款商业化路径。2024 年，小芒电商将探索更多商业模式，充分整合芒果生态制作优势及艺人资源，打造独具特色的“超级直播间”，继续保持 GMV 快速增长，争取尽快实现盈亏平衡。

**提问 10：请问公司怎么看现阶段长视频行业竞争格局？**

答：现阶段，国内长视频行业从原有的“三足鼎立”，逐

	<p>步呈现四大视频平台“2+2”竞争格局，各大视频平台的用户规模和用户时长伴随重点内容上线、爆款节目拉动存在一定的波动，但整体竞争格局趋于稳定。在存量竞争背景下，各平台根据自身所处的用户发展阶段，深耕存量用户，布局新的用户终端和渠道，提升内容精细化运营水平，提高会员 ARPPU，从而实现高质量发展。</p>
附件清单(如有)	
日期	2024 年 04 月 22 日 17:00-18:00