

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

公告编号：2022-004

芒果超媒股份有限公司 2021 年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

特别提示：本公告所载 2021 年度的财务数据仅为初步核算数据，未经会计师事务所审计，与年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

一、2021 年度主要财务数据和指标

单位：万元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度(%)
营业总收入	1,535,256.75	1,400,553.50	9.62
营业利润	213,541.62	200,639.74	6.43
利润总额	211,396.65	198,674.78	6.40
归属于上市公司股东的净利润	211,357.26	198,215.95	6.63
扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润	207,753.34	184,620.32	12.53
基本每股收益(元)	1.17	1.11	5.41
加权平均净资产收益率	16.25%	20.46%	-4.21%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度(%)
总资产	2,593,906.76	1,948,307.46	33.14
归属于上市公司股东的所有者权益	1,696,588.27	1,058,797.82	60.24
股本	187,072.08	178,037.75	5.07
归属于上市公司股东的每股净资产(元)	9.07	5.95	52.44

注：本表数据为公司合并财务报表数据。

二、经营业绩和财务状况情况说明

1、报告期的经营情况、财务状况及影响经营业绩的主要因素

2021年中国共产党迎来百年华诞，“两个一百年”奋斗目标历史交汇，“十四五”开局之年，全面建设社会主义现代化国家开启新征程。公司坚持以习近平总书记系列重要讲话精神为指引，坚决贯彻落实中央关于推进媒体深度融合发展和文娱领域综合治理工作决策部署，坚守党媒国企使命担当，立足建设主流新媒体集团新发展阶段，直面行业竞争格局变化，不断强化媒体价值引领和内容自主创新，积极应对新冠肺炎疫情带来的反复冲击，推动各项业务发展稳中有进、稳中提质。报告期内，公司实现营业总收入153.53亿元，同比增长9.62%；归属于上市公司股东的净利润21.14亿元，同比增长6.63%。公司核心主业芒果TV互联网视频业务（广告+会员+运营商业务）保持稳健增长，实现营业收入112.61亿元，同比增长24.28%。

（1）创新体制机制，夯实自制优势，强化内容价值引领

公司恪守高门槛长视频平台内容为王，将时代需求、社会情绪、人民关注作为内容创新的主攻方向，以实际行动抵制行业乱象，全力引领新一轮创新风潮，持续构建优质、良性、可持续的内容自有生态。

综艺方面，芒果TV拥有26个综艺节目制作团队，搭建“节目生产中台中心”，专门配备技术、导摄、包装等多维工作室，为内容生产提供专业支撑；成立“综艺立项委员会”，规范内容制作全流程管理，有效控制节目成本；持续探索内容产品创新机制和激励机制，提升团队合作效率，全面激活内容团队创造力，培育内容创新内生动力。报告期内，芒果TV上线超40档自制综艺节目，《披荆斩棘的哥哥》及《我们的滚烫人生》等节目致敬时代奋斗精神，“披荆斩棘”成为继“乘风破浪”后又一年度强音，“大湾区哥哥”成为香港与内地融合的标志；《再见爱人》以新婚姻法“离婚冷静期”为切入点，关照社会现实；综N代王牌IP《乘风破浪的姐姐》《大侦探》《密室大逃脱》《妻子的浪漫旅行》《女儿们的恋爱》等成为行业常青树。

影视剧方面，芒果TV拥有29个影视制作团队和34家“新芒计划”战略工作室，成立“影视剧规划委员会”，对剧集规划、生产、考核进行统筹管理，实现评估、立项、制作、播出、复盘等全流程系统控制，有效提高影视剧良品率，全面提升平台剧集竞争力。芒果TV全年上线各类影视剧170部，其中重点影视剧55部，“大芒计划”微短剧84部。“芒果季风”剧场在行业内率先践行颠覆长剧注水、颠覆悬浮表达、颠覆流量依赖、颠覆传统制播，促进行业新风，推动影视产业创新发展，连续出品《猎狼者》《谎言真探》《我在他乡挺好的》等九部高品质、高创新精品短剧。《理智派生活》《贺先生的恋恋不忘》《与君歌》《夜色暗涌时》《对你的爱很美》《幸福二

重奏》等重点影视剧也取得良好播出效果。微短剧方面，探索构建“大芒计划”中短视频集群，年度爆款微短剧《进击的皇后》系列收获良好口碑，播放量超5亿次。

（2）夯实智能中台，凝聚发展动能，互联网视频核心主业保持稳健增长

芒果TV持续锻造大运营体系，依托内容中台、技术中台、风控中台、运营中台为核心的智能中台综合矩阵，在多屏融合、广告会员运营等核心板块形成业务合力，全面提升内容IP的市场价值。

广告业务方面，在优质内容保障基础上，积极探索新型营销模式，挖掘节目广告价值，报告期内，开拓新广告客户118个，广告业务收入突破50亿元大关，达54.53亿元，同比增长31.75%。自制综艺广告通过提供一站式营销服务，推动头部综艺招商金额屡创新高，《乘风破浪的姐姐2》招商金额创行业之最，综N代优质IP项目广告招商体量稳步增长；定制综艺广告采用“IP品牌互动”模式，连续4年实现跨越式攀升；剧类广告采取差异化策略，开发软广新产品，拓宽合作渠道。

会员业务方面，芒果TV克服新冠疫情反复对会员线下运营、重要节目内容生产进度滞后的不利影响，2021年末有效会员数达5040万，较2020年末增长39.5%，报告期内，会员收入达36.88亿元，同比增长13.3%。立足长视频行业演进趋势和现阶段市场竞争格局，芒果TV逐步强化渠道合作，着力提升会员转化率和用户渗透率，在坚持精准营销、用户破圈等既有打法的同时，尝试综艺会员定制化运营，头部IP如《披荆斩棘的哥哥》《大侦探》均采用贯穿全周期的会员定制化运营；在全面升级会员权益矩阵同时，自2022年1月2日起调整会员价格。

运营商业务方面，报告期内，实现营业收入21.2亿元，同比增长27.17%。全国业务方面，与中国移动咪咕文化开展围绕大屏业务、5G创新业务等方面的深度战略合作，加大各省业务拓展力度，实现内容基础包和增值包深度覆盖；省内业务方面，通过“线下推广+智能推荐+业务创新”，实现业务增收。

（3）布局新赛道，延展产业链条，培育新增长极

报告期内，公司全力推动“新潮国货内容电商平台”小芒APP加快发展，通过打造“小芒种花夜”“小芒年货节”等重磅晚会，实现用户从节目到APP的联动，报告期内，小芒APP日活峰值达126万。布局线下实景娱乐赛道，依托《大侦探》《密室大逃脱》等优质内容，将IP从线上延伸到线下，开创全新品牌M-CITY，致力于打造线下实景娱乐综合体，从剧本创作与版权保护、DM培训、线下实体运营等方面建立

行业标杆，输出行业标准。

2、上表中有关项目增减变动幅度达 30% 以上的变动原因

报告期末，公司总资产 2,593,906.76 万元，较报告期初增长 33.14%，归属于上市公司股东的所有者权益 1,696,588.27 万元，较报告期初增长 60.24%，归属于上市公司股东的每股净资产 9.07 元，较报告期初增长 52.44%。上述项目变动幅度较大，主要有以下两方面的原因：一是公司 2021 年度实现归属于上市公司股东的净利润 21.14 亿元，导致公司所有者权益、归属于上市公司股东的每股净资产和总资产均有较大幅度增长；二是经中国证券监督管理委员会《关于同意芒果超媒股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》（证监许可〔2021〕2105 号）同意，公司于 2021 年 8 月发行人民币普通股 90,343,304 股，募集资金净额 44.86 亿元，本次非公开发行完成后，公司总资产、所有者权益和归属于上市公司股东的每股净资产均有较大幅度增长。

三、与前次业绩预计的差异说明

本次业绩快报与此前披露的 2021 年度业绩预告不存在重大差异。

四、其他相关说明

本公告所载 2021 年度的财务数据仅为初步核算数据，未经会计师事务所审计，与年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

五、备查文件

1、经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计主管人员签字并盖章的比较式资产负债表和利润表；

2、深交所要求的其他文件。

芒果超媒股份有限公司董事会

2022 年 2 月 28 日