

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

公告编号：

芒果超媒股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

☐ 适用 ☒ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

☒ 适用 ☐ 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 990,023,518 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 ☒ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	芒果超媒	股票代码	300413
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	快乐购		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	蔡怀军	黄建庸	
办公地址	湖南长沙金鹰影视文化城	湖南长沙金鹰影视文化城	
传真	(0731) 82168899	(0731) 82168899	
电话	(0731) 82168010	(0731) 82168010	
电子信箱	mangocm@mangocm.com	mangocm@mangocm.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司前身快乐购物股份有限公司通过发行股份方式购买湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司、上海芒果互娱科技有限公司、上海天娱传媒有限公司、芒果影视文化有限公司以及湖南芒果娱乐有限公司100%股权，顺利完成重大资产重组并更名为芒果超媒股份有限公司。公司主营业务由媒体零售业务拓展至新媒体平台运营、新媒体互动娱乐内容制作及媒体零售全产业链，为公司在全媒体时代继续深入推进媒体融合、打造独具媒体属性和内容基因的大型互联网传媒集团奠定了

扎实基础。



（一）公司主要业务及经营模式

公司主营业务：

1、新媒体平台运营

由快乐阳光建设经营，公司持续构建以芒果TV为核心的新媒体平台与内容产品服务，不断完善一云多屏+多屏联动战略指引下优质媒体资源整体布局，完整覆盖移动互联网及大屏主流终端，梯次建立拥有独特品牌号召力、影响力与创造力的全媒体矩阵。

（1）互联网视频业务。发挥芒果TV全终端、全牌照与媒体品牌口碑效应，公司互联网视频业务依托精准目标用户定位优势，以“精品自制+芒果独播+优质精选”的影视综艺头部内容产品矩阵为核心，服务全球受众，不断创新推出主题丰富、形式多样、年轻向上的视听娱乐内容IP与定制服务，并通过广告经营和会员服务等主要商业模式实现价值变现。

（2）运营商综合业务。以IPTV、OTT及增值应用服务为核心，推动互联网视频业务向家庭多场景内容消费领域延展，公司携手全国多个运营商平台与智能终端方，依托内容及牌照优势打造具有鲜明“芒果+客户定制”特色的基础与高端增值服务，为大屏端用户精准提供价值丰富、品类齐备的专属内容与应用细分产品。

2、新媒体互动娱乐内容制作

公司新媒体互动娱乐内容制作业务主要包括：

（1）内容制作及运营。围绕影视剧及综艺节目生产，打造IP版权、策划创作、拍摄制作、营销推广、商务发行及衍生开发等成熟产业系统，公司内容制作和运营业务主创人员规模超1500人，拥有国内领先的专业人才团队、技术设备、拍摄基地及整合营销能力，在持续发挥自身强大、多元的内容生产全产业链生态优势，积极创新打造精品内容与头部IP的同时，不断多维扩展芒果内容产品矩阵独特的品牌凝聚力与影响力。

（2）艺人经纪。依托多年持续建设完善的艺人挖掘、培养、规划、运作科学体系，公司艺人经纪业务板块现已形成层次丰富、类型完备的成熟艺人梯队，持续关注、打造具有成长性和年轻人喜爱的新生代艺人，并通过艺人参演影视综艺节目、商业类演出、品牌代言以及周边衍生产品授权等方式最大化艺人价值。

（3）音乐版权。基于公司艺人选拔及培养各环节中所长期积淀并持续丰富的音乐IP资源，音乐版权业务紧密围绕数字音乐独家授权模式开展，广泛覆盖各大热门线上音乐类平台授权、海外数字音乐授权、游戏授权、各类节目使用授权、影视配乐合作等多个领域。

（4）游戏及IP内容互动营销。公司以购买及共同研发等不同形式，持续获取多种热门内容IP的游戏应用开发及游戏改编权，深耕IP类游戏定制与发行领域，在积极创新探索新一代适用于多种场景的沉浸式互动内容消费产品研发的同时，通过线上线下创意活动项目及热门IP衍生品获取丰富价值回报，为各类用户提供基于IP多维互动与内容整合营销的一站式商业解决方案。

3、媒体零售业务

以芒果媒体创意与内容制作实力为核心，公司媒体零售业务通过多屏多端布局，面向目标人群精准发布优质商品与生活类资讯，深度结合大数据挖掘、长尾化会员运营、内容社交电商等整合营销方式，激发核心受众消费需求以实现内容流量的商品化变现：

（1）电视零售。公司电视零售业务通过电视-手机双屏互动实现销售闭环，综合运营电视节目、APP、微信公众号等跨界产品进行多元化营销，在合理优化既有有线电视市场覆盖的同时，积极拓展移动互联网、IPTV、OTT等新兴渠道，通过CRM系统进行受众需求深度挖掘与定向分析，在强化渠道端服务的同时持续开发全新一代高品质商品，切实提高业务综合盈利能力。

（2）电商零售。通过自建媒体社交电商团队，产出独特网生内容以进行多平台分发，不断获得低成本精准高价值流量，为创新型商品差异化提供最佳展示场景，同时通过芒果头部内容IP高曝光率+高影响力，将热门IP和定制化商品有机融合，持续推动受众会员化、粉丝化运营，实现IP类商品价值裂变式增长。

4、其他业务

发挥自有内容IP矩阵、全牌照及多渠道整合营销体系优势，公司精准介入新一代智能硬件创新研发与设计生产领域，稳步推进对新技术及端口的战略性布局；依托多元化消费场景及多领域会员数据库资源，积极拓展消费金融类业务。

（二）行业情况

1、互联网总人口规模增速放缓，视频付费市场潜力巨大

中国互联网络信息中心第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，至2018年底中国网民总人数达8.29亿，其中手机网民规模达8.17亿，手机网络视频用户规模达5.9亿，占手机网民的72.2%。随国内人口红利的逐渐消失与移动互联网渗透率多年持续稳步提高，互联网总人口规模增速已逐步放缓。用户为视频内容付费的消费习惯则开始趋于成熟，2018年国内视频付费规模超过350亿，以63%的增速领跑娱乐内容消费市场，网络视频付费用户数仍具有巨大潜在成长空间，根据艺恩咨询所发布的《2018中国视频内容付费产业观察》显示，中国网络视频会员总人数于2018年末已超2.3亿，2019年这一数字有望突破3亿大关。

2、从争“量”到拼“质”，互联网视频行业发展进入下半场

全球范围内，随着互联网技术高速发展与流媒体时代到来，YouTube和Netflix等国际互联网视频巨头近年来高速崛起，市场呈现“一超多强”的总体格局同时，拥有优质IP版权的传统内容产品型公司也已逐步觉醒，开始积极布局自有内容分发渠道与新媒体全端口在线平台，比如迪士尼完成对福克斯的收购，科技巨擘苹果高调进军流媒体和新闻订阅服务市场。

国内方面，互联网视频行业呈现“爱优腾”三足鼎立，芒果TV、哔哩哔哩等代表的第二梯队高速发展的多元竞争格局。然而，网络视频行业广告+会员盈利模式的收入总规模增长仍难以完全覆盖版权带宽的巨大投入，多数视频平台仍处于亏损状态。随着产业生态、用户市场与监管政策的日益成熟，以及新兴短视频行业对目标受众注意力的持续分流，互联网视频行业已进入发展与竞争格局下半场，唯流量论与规模论已出现拐点，从争“量”转为拼“质”成为全行业发展总趋势，差异化、特色化、细分化、自制化成为竞争新路径，注重投入与产出双向均衡，重构良性、可持续的商业模式与产业发展逻辑已逐渐成为全行业新共识。

3、短视频成为互联网视听行业新的“生力军”

整个互联网视频行业高速发展的同时，短视频应用已成为中国网络视听市场新崛起的“生力军”，其用户规模和使用时长均呈爆发式增长态势，艾瑞咨询《2018年中国短视频营销市场研究报告》显示，2018年短视频营销市场规模达到140.1亿元，同比增长率高达520.7%。同时，内容高度垂直化的短视频正在与其他业态加速融合发展，各类“短视频+”概念的创新移动App不断涌现并加速渗透整个互联网。

4、台网内容审核标准整体趋于一致 行业发展进一步规范

2018年台网内容审核标准整体趋于一致，明星艺人薪酬虚高、收视率造假、流量点击率造假等乱象正在逐步得以规范。从视频内容来看，互联网视频平台的整体崛起，加速了综艺市场的多元化发展，并衍生出年轻用户加速迁徙、网络综艺类型进一步细分化等行业新趋势。互联网视频平台对影视内容投入更加趋于理性与谨慎，市场制作机构集中化、头部化趋势将进一步加速，提质+创新+精品+集约式发展成影视剧产业未来发展主方向。未来，以综艺及影视剧为代表的生产运营还将持续面对政策、经济、产业等诸多因素共同带来的影响，竞争和整合加剧。

5、IPTV、OTT行业保持高速增长

相关数据显示，2018年中国收视多元化加速，IPTV用户总量达到1.55亿户，收视份额34.68%，同比增长7.39%，电信运营商为推动IPTV用户增长而持续深化对家庭市场与融合业务的多维拓展；OTT用户总量达到1.64亿户，收视份额36.69%，同比增长12.08%，OTT用户快速增长普遍得益于移动运营商在固网业务领域的不断扩张，而随着《互联网电视集成服务平台服务能力与业务规范》、《互联网电视应用商店(应用)管理规范》等新规的陆续推出，行业管理将加速从政策进入到业务层面。

6、媒体零售行业受益融合发展

国家统计局数据显示，2018年全年我国社会消费品零售总额达380987亿元，比上年增长9.0%，网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%，其中消费升级类商品增长较快，整体消费市场尤其是媒体零售市场仍处于高速发展阶段，传统媒体购物平台融媒体化+流量化趋势加速，网络电商社交化+实体化发展逐步成熟，以5G、人工智能、人脸识别、大数据、云计算为代表的新科技+新平台+“新零售”概念深度赋能全新消费场景与多元化商业模式的加速进化。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

单位：人民币元

	2018 年	2017 年		本年比上年增减	2016 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	9,660,661,413.72	2,983,760,658.38	8,271,005,101.01	16.80%	3,219,279,125.21	6,318,050,964.95

归属于上市公司股东的净利润	865,568,532.45	72,537,442.51	715,151,479.15	21.03%	66,528,081.88	-411,537,421.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	287,569,612.17	46,470,285.49	46,470,285.49	518.82%	21,071,197.02	21,071,197.02
经营活动产生的现金流量净额	-376,920,617.58	-60,071,336.96	164,840,432.20	-328.66%	-51,103,271.33	-636,874,673.48
基本每股收益（元/股）	0.92	0.18	0.79	16.46%	0.17	-0.46
稀释每股收益（元/股）	0.92	0.18	0.79	16.46%	0.17	-0.46
加权平均净资产收益率	17.43%	4.41%	18.33%	-0.90%	4.17%	-12.83%
	2018 年末	2017 年末		本年末比上年末增减	2016 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
资产总额	12,111,376,784.55	2,274,279,673.54	9,576,955,616.29	26.46%	2,337,878,374.24	7,370,060,009.36
归属于上市公司股东的净资产	5,639,373,295.72	1,678,939,962.70	4,303,978,196.10	31.03%	1,620,016,635.60	3,530,115,298.41

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,433,908,225.33	2,551,368,039.11	2,195,859,493.59	2,479,525,655.69
归属于上市公司股东的净利润	337,076,837.43	235,594,077.35	240,031,340.83	52,866,276.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,165,548.15	2,385,406.19	221,248,603.10	55,770,054.73
经营活动产生的现金流量净额	-35,977,269.16	-303,054,352.48	-598,580,493.61	560,691,497.67

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股 股东总数	15,348	年度报告披露 日前一个月末 普通股股东总 数	15,430	报告期末表决 权恢复的优先 股股东总数	0	年度报告披露日 前一个月末表决 权恢复的优先股 股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数 量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
芒果传媒有限 公司	国有法人	67.91%	672,322,446	672,322,446			
湖南高新创业 投资集团有限 公司	国有法人	2.26%	22,422,358	22,422,358	质押	12,777,000	
芒果文创（上 海）股权投资基	其他	1.81%	17,927,640	17,927,640			

金合伙企业(有限合伙)						
深圳光大新娱产业基金合伙企业(有限合伙)	其他	1.42%	14,026,664	14,026,664		
中国建设银行股份有限公司一南方品质优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.18%	11,688,993	0		
中信银行股份有限公司一交银施罗德新生活力灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.02%	10,102,649	0		
广州越秀立创三号实业投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.02%	10,076,002	10,076,002		
湖南芒果海通创意文化投资合伙企业(有限合伙)	其他	0.90%	8,952,586	8,952,586		
中国邮政储蓄银行股份有限公司一中欧中小盘股票型证券投资基金(LOF)	其他	0.78%	7,733,484	0		
全国社保基金一零二组合	国有法人	0.76%	7,563,152	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	湖南高新创业投资集团有限公司与芒果传媒有限公司为一致行动关系。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

互联网视频业

报告期内，公司完成了重大资产重组，成为湖南广播电视台旗下统一的新媒体产业及资本运营平台，与湖南卫视共同构成芒果生态内的双平台驱动、全媒体融合发展格局。公司以芒果TV融合媒体平台为主阵地，秉持平台精准内容与核心自主技术双轮驱动理念，充分发挥先发优势，依托在创意创新、内容生产、差异化定位、全产业链、产业协同、全牌照等方面的核心竞争力，立足国内目标受众，拓展海外市场，持续打造以媒体融合发展为标志、适应全媒体时代发展大势、具有强大影响力和竞争力的国有新型主流媒体集团。

报告期内，实现营业收入966,066.14万元，同比增长16.80%，实现归属于上市公司股东的净利润86,556.85万元，同比增长21.03%；报告期末，资产总额达到1,211,137.68万元，归属于上市公司股东的净资产563,937.33万元。

1、创新主流宣传方式，构筑青春正能量，担当主流媒体责任

作为国有新型主流媒体集团，公司始终坚持守正创新，以弘扬主旋律、传播正能量作为首要目标，不断拓展主流宣传新形式，开创媒体融合新范例，以高质量文化供给增强了人们的文化获得感、幸福感，凸显了主流媒体的社会责任和使命担当。一是深化芒果TV平台“首页首屏首条”建设，在PC端、APP端首页、首屏置顶推荐“学习时刻”，紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想 and 重要时政活动，打造网上学习视频专栏，提供最生动的可视化学习资料。二是全年开展重大主题宣传，以新闻为载体，围绕全国两会、改革开放40周年、脱贫攻坚、生态治理等专题，推出《我爱你，中国》《我的青春在丝路》《赶考路上》《四十年四十村》《不负青春不负村》《中国出了个毛泽东 故园长歌》等60多个正能量“新闻大片”。《我的青春在丝路》为新一代的年轻人树立了青春逐梦的榜样，被国家广播电视总局评选为“2018年第一批推荐优秀国产纪录片”，《我爱你，中国》展现了英雄式的普通人背后赤诚的家国情怀，上述两部作品获国家广播电视总局“2018年‘弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦’主题原创优秀节目”；《不负青春不负村》助力乡村振兴战略，记录大学生深入农村、为新农村建设努力奉献的青春风采；《四十年四十村》记录三湘农村巨变，全面展示新时代湖南农村的崭新面貌；《在那遥远的地方》创新运用契合互联网传播的文化旅游真人秀形式，全面呈现改革开放40年来古丝路上翻天覆地的变化；《赶考路上》通过讲述7名奋战在湖南各条战线的共产党人“赶考”故事，以“我们是答卷人”的担当与气魄，为时代留下一组全景、真实的优秀共产党员人群像。三是创新自制系列主旋律影视剧，强化内容原创能力，小切口、高立意打造了一系列主旋律作品。《我站在桥上看风景》《金牌投资人》《像我们一样年轻》等获《人民日报》、新华社、《光明日报》等主流媒体重点推荐；《那座城这家人》折射了中国改革开放波澜壮阔的历史，获国家广播电视总局“纪念改革开放四十周年第一批电视剧推荐参考剧目”。

2、打造多维赋能平台，夯实互联网视频业务基础，实现板块业务收入快速增长

以芒果TV为核心的互联网视频业务是公司最重要的主营业务之一。报告期内，公司依托“精品自制+芒果独播+优质精选”的独特内容策略，不断夯实“青春、都市、女性”的平台用户定位和创新广告产品体系，形成内容驱动平台的强大合力，建立起了多维赋能的平台品牌溢价模式，持续推动了互联网视频业务板块下会员业务、广告业务、运营商业业务的快速发展。公司互联网视频业务运营主体快乐阳光实现营业收入56.07亿元，同比增长66%，其中，广告业务、会员业务、运营商业的收入同比增幅分别为81%、114%、52%。

会员业务方面，搭建芒果生态会员体系，坚持以用户为核心，从“品牌设计与管理”“品牌衍生品”“品牌线下活动”“品牌独特权益”四个方面进行整体规划，打造“1+9”超能量会员权益体系，率先进入线下赛道，积极开展线下活动，实现线上、线下活动全方位的立体打通，全面提升会员产品的竞争力，并通过加强异业合作、与同行合纵连横等策略实现付费用户数的高速增长。报告期内，公司视频用户日均活跃数为3588万，同比增长25%；年末视频会员用户数达到1075万，同比增幅达到138%。广告业务方面，公司对不断广告产品进行优化和创新，以内容为媒介，不断创新品牌融入方式，打造基于AI和用户画像的独有信息流广告形式，将节目影响力转换为品牌销售力，芒果TV成为众多广告主的投放首选。2018年全年平台投放广告品牌数为324个，同比增长155%。运营商业务方面，业务已经覆盖至全国31个省级行政区域，用户超1.3亿，通过强势的内容IP，精细的运营策略以及多维的产品形态，实现运营商业务稳步发展。

3、依托独特造血和激励机制，打造内容制作集团军，全面释放内容制作能力

报告期内，公司依托“用项目练团队，用团队拼项目”的独特造血机制和开放、创新的人才激励机制，打造了制作水平行业领先、自有人员规模逾1500人的内容制作团队，形成了风险可控的工业化内容生产体系。

综艺节目制作方面，芒果TV致力于打造悬疑智力节目带、芒果系综艺带、“酷文化”节目带、新型情感节目带、亲子节目带、广告定制节目带等六大黄金综艺带，坚持“好的创意”要传递“好的价值观”、“好的创意”要是“合适的创意”、“好的创意”要能够创“益”，建立独家精品自制内容生态，形成立体的差异化IP矩阵：打造了《明星大侦探4》《妻子的浪漫旅行》《野生厨房》《勇敢的世界》《真心话大冒险》等多档S级创新节目，《妻子的浪漫旅行》在2019（第四届）“TV中国”广播电视媒体融合影响力指数发布中荣获2018-2019年度融合创新十大品牌影响力网络综艺栏目，《明星大侦探》推出“互动微剧”的节目形式，采用长短视频融合嵌套的方式增强节目的形式立体感和内容多元性，真正开启了综艺节目创新的全新次元，实现了综艺行业第一个真正意义上的全民互动。2018年头部综艺中，芒果TV整体市占率领先，在播放量前十的综艺里，芒果TV（含湖南卫视）占据4部，前20部中占据9部，接近半壁江山。

影视剧制作与投资业务方面，通过长期组织制作生产，聚拢了一批市场上优质的制作人才资源，根据项目实际需求、项目推进情况择优组建制作和创作团队；拥有具体完善的项目规划体系，不断储备优质IP等内容资源；搭建完备的运营架构，打造充满活力的战略合作伙伴体系，形成了国内领先的影视剧全产业链整合能力。报告期内，公司各类影视剧作品取得了良好经济和社会效益。《那座城这家人》，广电总局给与了“温暖时代、温暖社会、温暖人心”的高度评价，在广电总局《电视指南》及《传媒内参》举办的2018指尖剧集颁奖典礼上，荣获了“最具引领力现实题材电视剧”大奖，《人民日报》发文专题论述该剧艺术魅力和社会价值。《结爱》播放量达27亿，被业内誉为2018年上半年国产最佳偶像剧，获评“2018的年度十大精品网络剧”；《远大前程》以电影质感、精良制作及演员精湛演技获得好评；《青春最好时》陆续登录Dimsum、Youtube、VIKI等国际平台，其传播范围覆盖亚洲、美洲、欧洲及澳洲市场；《我们的少年时代》入选国家新闻出版广电局国际合作司丝路工程译配项目，发行海外，获得“飞天奖”优秀电视剧奖项提名；《我站在桥上看风景》《金牌投资人》《像我们一样年轻》《流星花园》的平均收视成绩均位于全国网、52城城市网上星综合频道第一名，85个播放日中共有77天取得收视第一的佳绩；《流星花园》芒果TV平台网络播放量累计达55.1亿次，成为2018年暑期档的爆款。此外，公司参与投资出品的科幻电影《流浪地球》已经在2019年春节档上映，获得了中国影史第二高的票房收入，是中国科幻电影的里程碑之作。

启动“超芒计划”进军网大市场，通过开放IP、开放平台、整合芒果生态内的艺人资源和制作团队资源，以具有市场竞争力的合作机制全面激励优质内容的创作，构建动漫、网综、网剧、网络大电影联动互通的网生内容体系。截至2018年底，芒果TV平台已累计上线20余部网络大电影。

发力短视频业务，定位于年轻人创造力短视频社交平台，在不断优化主站“有料”频道的内容和运营的同时，还开发了独立的短视频APP——茄子视频，而且打通了主站和APP的内容同步上传，通过整合各种终端渠道进行联动分发，与主站形成资源互补，打造用户成长体系，促进社区文化形成。

4、以视频内容为核心，加大产业链上下游延伸，构筑生态护城河

围绕芒果TV新媒体平台建设，立足公司强大的创意内容生产制作能力，持续打造以芒果TV为核心，涵盖影视制作、综艺节目、艺人经纪、音乐版权、游戏互动、消费金融、电视购物等在内的全产业链，不断探索产业融合，积极培育和壮大新业态。

艺人经纪与影视娱乐黏性结合、协同发展，通过打造艺人超级IP，最大化变现艺人价值。公司形成了头部艺人+中部艺人+新人层次丰富的艺人梯队，头部艺人携新人强势发力多点开花，旗下华晨宇、欧豪、于朦胧、白举纲、陈翔、武艺等多位优质重点艺人在音乐、影视、综艺、商务等方面实现创收，张新成、赖雨濛、谢彬彬、金雯昕、黄佳容等迅速成长。公司全资子公司天娱传媒在2018年公布的《2017年上市公司艺人经纪收入排行榜》中，以2.57亿的艺人经纪收入位列第一。

音乐版权业务成为新的盈利增长点，公司已经建立起唱片音乐、影视音乐、综艺音乐、词曲比赛等全面发力的完整版权体系，迅速扩大音乐版权资源积累，截至2018年底，已积累版权音乐1200余首。报告期内，公司与多个项目合作方达成战略合作协议，承揽了多部电视剧的音乐制作项目，与网易云音乐、腾讯音乐、抖音、全民K歌、移动运营商等建立了深入的内容渠道合作，实现音乐版权价值持续良性发展。

游戏及IP内容互动营销方面，基于内容IP开发适用于多场景的互动营销产品，多渠道布局游戏端、电竞赛事端等互动，实现流量互通与价值转化。《小米超神》《我叫MT世界》等是收入主要来源；《梦幻花园》手游单期植入《快乐大本营》《流星花园》，首次尝试“广告营销+游戏发行”联合优势做大营收。

消费金融业务，依托消费场景、类金融业务资质以及会员数据库资源，进一步打通公司各业务板块的内在联系，发挥协同效应。

5、构建技术与产品互促创新体系，持续升级新媒体视频平台

公司坚持以技术推动产品研发和促进产品创新、以产品的更新换代推动技术和平台升级完善的宗旨，不断进行技术升级，用互联网科技重塑内容生产体系，将人工智能、大数据、互动技术、VR等全新的科技融入了节目制作流程当中。在内容制作方面，基于人工智能的数据分析从数千万的用户的行为中分析、提取核心要素，辅助内容创作；在运营方面，将人工智能分发与深度运营相结合，向用户精准推送内容，使芒果TV主站页面基于用户本身进行个性化呈现；在广告投放方面，

利用人工智能实现批量化全景投放，充分盘活视频数据，与品牌标签进行配对自动化投放；在内容审核方面，借助大数据云计算平台，通过人脸识别、静态场景识别等一系列的智能审核服务，实现对全平台上线视频的即时过审。报告期内，公司建立创新研究院，对5G、AI、VI等技术进行前瞻性布局，在艺人经纪、游戏、文学等领域分阶段拓展，用技术融合提升生态矩阵的整体生产力。

6、加快媒体零售业务板块结构调整，实施创新转型

受电视购物行业变化、业务结构调整等多种因素影响，媒体零售板块收入和利润均出现大幅下滑，报告期内，营业收入为19.90亿元，同比下降29.74%，板块净利润出现亏损，降低了上市公司整体利润增速。为扭转媒体零售业务收入和利润下滑的局面，公司媒体零售业务板块在报告期内实施了业务结构调整和创新转型，加快社交、IPTV、OTT、IP电商等渠道布局，推进产业链延伸。家庭消费业务，通过营销创新、IPTV、OTT新渠道的开拓、会员数据库的深度运营以及优化商品结构、开发定制商品，提升竞争力；社交电商业务，依托“我是大美人Live”等专业PGC内容IP，持续巩固业内第一PGC机构的地位，通过整合商品供应链和网红店铺的运营，签约红人强化社交关系，提升盈利能力。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

√ 是 □ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
新媒体平台运营	4,179,715,871.19	1,622,496,183.85	38.82%	78.33%	357.52%	23.69%
其中：互联网视频业务	3,223,580,323.33	1,025,202,823.08	31.80%	86.05%	-5,272.46%	32.95%
运营商业务	956,135,547.86	597,293,360.77	62.47%	56.44%	59.51%	1.20%
新媒体互动娱乐内容制作	3,248,616,437.82	1,294,601,499.72	39.85%	11.88%	-11.70%	-10.64%
媒体零售	1,990,048,116.86	537,025,694.96	26.99%	-29.74%	-6.55%	6.70%
其他	242,280,987.85	123,765,283.82	51.08%	26.68%	22.29%	-1.83%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内，公司通过发行股份方式购买湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司、上海芒果互娱科技有限公司、上海天娱传媒有限公司、芒果影视文化有限公司以及湖南芒果娱乐有限公司100%股权，主营业务由媒体零售业务拓展至新媒体平台运营、新媒体互动娱乐内容制作及媒体零售全产业链。因公司2018年发生同一控制下的企业合并，根据会计准则，公司对2017年的财务数据进行了追溯调整。相关指标变化情况详见下表：

	2018年	2017年		本年比上年增减	
		调整前	调整后	调整前	调整后
营业收入（元）	9,660,661,413.72	2,983,760,658.38	8,271,005,101.01	223.77%	16.80%
营业成本（元）	6,082,772,751.37	2,005,787,848.77	5,774,341,404.10	203.26%	5.34%
归属于上市公司股东的净利润（元）	886,439,299.75	72,537,442.51	715,151,479.15	1,122.04%	23.95%

6、面临暂停上市和终止上市情况

☐ 适用 ☒ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

详见第四节、经营情况讨论与分析 七、主要控股持股公司分析章节的说明。