

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

公告编号：2020-048

## 芒果超媒股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

### 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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
-----------	-----------	-----------	--------

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴俊	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	
电话	(0731) 82967188	(0731) 82967188	
电子信箱	mangocm@mangocm.com	mangocm@mangocm.com	

#### 2、主要财务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

单位：元

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,773,764,006.22	5,503,996,009.52	4.90%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,103,375,574.00	803,603,625.70	37.30%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	975,131,242.87	788,187,506.93	23.72%
经营活动产生的现金流量净额（元）	11,508,801.22	-348,882,103.98	
基本每股收益（元/股）	0.62	0.47	31.91%

稀释每股收益（元/股）	0.62	0.47	31.91%
加权平均净资产收益率	11.82%	12.61%	-0.79%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	17,873,969,873.96	17,078,206,149.68	4.66%
归属于上市公司股东的净资产（元）	9,709,197,041.97	8,783,859,219.07	10.53%

### 3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	22,057	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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	64.20%	1,142,948,158	849,019,732		
中移资本控股有限责任公司	国有法人	4.37%	77,870,025	77,870,025		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.73%	30,849,125	0		
中国人寿保险股份有限公司一分红一个人分红-005L-FH002 深	其他	1.11%	19,721,179	19,467,506		
中信银行股份有限公司—交银施罗德新生活力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.77%	13,634,954	0		
招商银行股份有限公司—兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金（LOF）	其他	0.71%	12,689,258	0		
中国邮政储蓄银行股份有限公司—中欧中小盘股票型证券投资基金（LOF）	其他	0.55%	9,841,109	0		
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	0.53%	9,355,763	0		
全国社保基金一一七组合	其他	0.48%	8,549,621	0		
中国建设银行股份有限公司—交银施罗德内核驱动混合型证券投资基金	其他	0.45%	7,978,181	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东芒果传媒有限公司与其他前十大股东之间不存在关联关系或一致行动关系，未知其他前十大股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。
------------------	--

#### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

#### 5、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。

#### 6、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，且在半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

2020年上半年，面对新冠肺炎疫情带来的严峻考验、日趋复杂的宏观经济环境和格局多变的行业竞争态势，公司管理层始终坚持国有新型主流媒体集团在媒体融合发展中的使命担当，统筹推进疫情防控和业务发展各项工作，全面提升内容品质，优化收入结构，强化成本控制，克服多重困难，逆势前行。报告期内，公司实现营业收入577,376.40万元，同比增长4.90%，实现归属于上市公司股东的净利润110,337.56万元，同比增长37.30%；公司主平台芒果TV实现营业收入428,284.89万元，同比增长7.76%，净利润100,054.37万元，同比增长49.21%。核心业务指标的良好表现彰显了公司的发展韧性和经营活力。

##### 1、坚持价值观引领，切实担当主流媒体使命

公司始终牢记党媒使命，坚持价值观引领，坚守主流阵地。2020年初，新冠疫情突如其来，公司第一时间启动疫情防控宣传一级响应。新媒体平台芒果TV上线大型融媒体专题《防控新型冠状病毒肺炎疫情》，共推出12个专栏、7个特辑，专题制作抗疫纪录片《总有一天会胜利》，强化舆论引导，通过多种渠道和内容形态，加强传播疫情防控和卫生健康知识，凝聚起众志成城、共克时艰的强大正能量。公司统筹推进脱贫攻坚与疫情防控，助力线上经济发展，探索出一条打通全屏、融合全网的精准扶贫路。芒果TV上线小康频道，开展扶贫直播带货，创新“综艺+公益”表达方式；快乐购芒果扶贫云超市走进22个扶贫原产地，直播24场“县长来了”，农人直播8078场。全国两会期间，芒果TV集中资源打造两会专区，上线《两会随时看》等13个报道特辑，制作播出献礼两会主旋律大片《闪耀的平凡》，壮大主流传播声量。

##### 2、秉承自我革新基因，战略研讨公司未来规划

报告期内，面对宏观经济发展新形势、行业竞争新态势、技术发展新变化，公司结合当前业务发展现状，召开以“青春领航 乘风破浪”为主题战略研讨会，从内容创新、运营管理、商业化、资本运作、新产品新技术新赛道等多方面对公司战略进行深入探讨，定调未来三到五年的发展方向。首先，坚持党媒姓党根本原则，充分发挥党媒国企的独特优势，以优质内容引领价值导向，传播青春正能量；其次，在相当长的时期内，基于公司内容制作优势，统筹协调、整体规划、持续夯实公司高门槛的长视频核心竞争力；第三，建立能够为高门槛长视频战略提供支撑的强大中台，拥抱技术变革，抢先一步，行稳致远；最后，公司的改革、发展、创新要“以我为主”，敢于自我革命、自我重构。

##### 3、恪守内容为王，综艺剧集创新升级齐发力

综艺方面，创新综艺和综N代齐头并进。芒果TV综艺节目制作团队达20个，以“亲综艺”为核心聚焦、特色垂直综艺同步发力的芒果特色自制综艺图鉴愈加丰富，自制能力不断被验证。坚持“不创新 毋宁死”，推出一系列创新综艺，《乘风破浪的姐姐》成为现象级社会话题之一，树立国内综艺龙头新标杆，助力平台实现用户破圈；《朋友请听好》用声音温暖生活、治愈人心、关照社会现实，获得广泛认可；《来自手机的你》《奇妙小森林》《婆婆和妈妈》《婚前二十一天》《说唱听我的》《我们的乐队》等热度好评双收。同时，《妻子的浪漫旅行（第四季）》《密室大逃脱（第二季）》《明星大侦探（第五季）》等综N代热度依旧，持续释放价值。



剧集方面，加速打造影视剧集自有生态。芒果TV坚持自建工作室+外部战略工作室双管齐下的发展策略，推出“新芒S编剧导演计划”，自有影视制作团队已达12个，战略合作工作室已达15个；剧集供给从版权采购升级到IP全产业链合作生产新模式，报告期内开机剧集达14部。公司坚持在剧集细分赛道主打差异化和辨识度，《下一站是幸福》《锦衣之下》成为开年大剧，《韞色过浓》《时光与你都很甜》《楼下女友请签收》《奈何BOSS又如何》《我才不要和你做朋友呢》等一批精品好剧形成矩阵式内容供给，取得流量和口碑双丰收。芒果影视主投主控的《我不是购物狂》、《我在北京等你》、天娱传媒主投的《蜗牛与黄鹂鸟》在相关卫视或视频平台播出后，均取得收视佳绩。截止公告披露日，《江山如此多娇》《完美证据》《冰雨火》《青青子衿》《向阳而生》等多部影视剧正在稳步推进。



#### 4、创新平台发展，互联网视频业务运营效能稳步提升

芒果TV以优质内容驱动平台创新发展，不断提升运营效率，在用户粘性、品牌力、触达力等方面实现进阶，会员与广告业务良性互动，运营业务实现多端变现。报告期内，互联网视频业务整体营收达39.46亿元，同比增长29.42%。其中，会员业务收入14.18亿元，同比增长80.40%，收入占比不断提升；广告收入17.98亿元，同比增长5.83%，收入增速有所放缓，主要系一季度公司为应对疫情影响调整内容产品编排策略，随着复工复产，二季度广告业务收入环比增速达32%，回归良性增长态势；运营业务收入达7.29亿元，同比增长29.02%，保持稳健高增长。

会员业务方面，芒果TV以优质精准的内容供给，不断推动平台普通用户向付费会员用户迁移转化。《下一站是幸福》播出期间新会员观看占比超50%，刷新平台剧类会员营收纪录；现象级新综艺《乘风破浪的姐姐》6月12日开播，单期会员收入、活跃度、拉新数等多个指标创新高。芒果TV积极打造“站内站外”+“线上线下”全方位会员整合营销新模式，连续推出热播内容《楼下女友请签收》《韞色过浓》直播见面互动活动，提升高价值会员粘性，提高会员转化率；通过实施春节期间会员内容免费看、“6·18”等特殊时间节点精准营销策略，有效会员数持续增长。同时，利用大数据和智能算法，提升会员整

体营销效率，采用智能化自动召回策略，召回会员数超百万。报告期末，芒果TV有效会员数达2766万，较年初增长50.57%。

广告业务方面，2020上半年，公司依托优质内容供给、高速增长的会员规模、“品效合一”的广告产品矩阵与营销体系，头部大客户全面合作持续深入，新老客户市场不断拓展，广告业务实现逆增长。报告期内，综艺类项目广告接单量上涨近50%，《乘风破浪的姐姐》招商数据刷新多项纪录，节目广告客户总数超40家，以《妻子的浪漫旅行》《密室大逃脱》等IP为代表的综N代项目，广告招商体量稳步增长；影视剧项目广告总签约量同比增长300%，《下一站是幸福》创剧类广告招商新高。同时，通过构建全域广告营销体系、定制综艺以及“大芒计划”，持续赋能高价值IP，打造“IP+明星+头部KOL+综艺”全新直播带货模式，实现广告创收新增值。

运营商大屏业务方面，芒果TV智慧大屏中心完成运营商网络中心、智能硬件中心整合，强化大小屏联动，优化核心业务计费，提高编排效率，加大线上教育和本地生活服务布局，以IPTV+OTT智慧大屏为核心的多屏互动布局初见成效。IPTV业务方面，在稳步完善省内基础及增值服务体系基础之上，持续加强与省外牌照方、运营商内容主平台的强强联合，收入与用户规模持续增长。上线“智能推荐1.0”系统，整合运营平台，有效提升内容产品点击转化率近30%。OTT业务方面，推动新模式、新领域、新运营合作转型，与十余家硬件渠道合作，拓展硬件新品类；丰富内容矩阵，引入体育类、音乐类产品，打造家庭娱乐全场景。报告期末，运营商大屏业务已覆盖31个省级行政区域，整体用户规模近1.5亿，省外业务收入与利润占比持续提升。

#### 5、推动生态协同，深度赋能全产业链融合发展

以互联网视频平台运营为核心，持续推进艺人经纪、音乐版权、游戏与IP衍生开发、媒体零售及消费金融等全产业链生态协同。

艺人经纪业务方面，全面打通公司内部艺人资源，打造音乐类和影视类艺人差异化培养路径，张新成担当影视剧《冰糖炖雪梨》《蜗牛与黄鹂鸟》男一号，参加《奇妙小森林》《朋友请听好》等综艺节目；李斯丹妮凭借《乘风破浪的姐姐》实力出圈；积极拓展商业演出、品牌代言，实现多渠道商业变现。为应对疫情对艺人经纪线下业务的冲击，公司及时调整策略，推动艺人演出业务向线上转移，出演线上文娱活动，参加线上直播带货等。截至报告期末，公司旗下共有签约艺人112人，形成了以天娱传媒华晨宇、张新成、欧豪、于朦胧、李斯丹妮，芒果娱乐佟梦实、吕小雨、王润泽、邢菲、齐思钧，芒果TV赵昭仪、罗予彤、李莎旻子、完颜洛绒、代云帆，芒果影视郑伟、刘昱晗、苏梦迪等为代表的层次丰富的艺人梯队。

音乐版权业务方面，天娱传媒上半年发行唱片歌曲、综艺歌曲42首，影视歌曲23首，上线的音乐曲库数量累计达1386首。公司头部艺人华晨宇的《新世界NEW WORLD》数字专辑销量突破160万张，打破网易云音乐数字专辑销售记录；启动“天娱歌曲重制计划”，重构公司音乐曲库的版权价值。

游戏和IP衍生开发业务方面，依托芒果TV，建设游戏平台大厅，已接入多款联运产品；持续建设湖南省内IPTV电竞频道，省外已上线浙江移动等9大渠道，下半年将持续拓展江苏电信等十余家省外渠道。

媒体零售业务方面，电视购物板块主动压缩产出效益较低的市场，稳住有线网业务基本盘；媒体电商板块，持续拓展IPTV+OTT渠道，探索智慧大屏商业变现，创新芒果汽车云直播业务，打造电商平台开店、明星直播带货新业态；迭代升级外呼业务，持续夯实私域IP打造、内容种草、用户维系、销售变现的业务闭环。

消费金融方面，依托芒果生态发挥协同效应，加大金融科技投入，积极拓展消费金融及供应链金融业务，持续提升风控能力建设，消费金融业务向数字化、智能化发展。

#### 6、孵化新兴业态，加速探索前沿技术应用

芒果TV升级“大芒计划2.0”，通过打造创作者成长基地，孵化与平台高度契合的专业制作人，同步开发芒果IP衍生内容，形成独家优质短内容供应渠道，探索打造PGC、PUGC、UGC等内容形态组成的生态系统；进一步强化IP衍生开发，推出线上商城“芒果好物”，上线好玩频道，推出盲盒、扭蛋等多款游戏，落地线下实体店，实现线上线下协同发展；上线开发基于IP内容的剧本杀游戏业务；积极探索影视剧“主流平台+头部制作公司”生产运营的新模式；依托新媒体平台，创新基于内容的零售新业态。芒果娱乐自建短视频MCN矩阵，头部账号成功实现盈利，@夹性芝士粉丝总量超600万，自制微剧类账号矩阵，粉丝总量超1000万。

芒果TV通过产品运营驱动与创新自研驱动相结合，优化资源配置，推进技术革新，不断完善产品技术核心竞争力，实现降本增效、赋能平台运营。系统基础方面，推进容器技术与云原生；应用平台方面，推进芒果SaaS服务云平台研发；智能应用方面，重构CMS系统，扩展AI在内容生产方面的应用，提升内容生产效率；自主研发互动剧制作平台，参与互动剧国家标准的讨论与制定。在创新探索方面，举办了首届“马栏山”杯音视频国际算法大赛，增加技术人才储备，提升算法领域核心竞争力，同时积极探索AR\VR、云游戏、边缘计算等5G下的新应用。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

√ 适用 □ 不适用

财政部于2017年7月5日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第14号——收入〉的通知》（财会〔2017〕22号），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。

公司作为境内上市公司，需自2020年1月1日开始施行，并对原采用的相关会计政策进行相应调整。根据衔接规定，公

司自2020年1月1日起按新收入准则要求进行会计报表披露，对可比期间信息不予调整。该准则实施预计不会导致公司收入确认方式发生重大变化，不会对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

**(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) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明**

适用  不适用

2020年6月16日，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司新设子公司快乐阳光红芒教育科技有限公司，出资比例100%，本期纳入合并范围。