

证券代码：300431

证券简称：暴风集团

公告编号：2019-027

暴风集团股份有限公司 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。

声明：本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

大华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

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	暴风集团	股票代码	300431
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	冯鑫（代）	于兆辉	
办公地址	北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦 13 层	北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦 13 层	
传真	010-62036697	010-62036697	
电话	010-62309066	010-62309066	
电子信箱	ir@baofeng.com	ir@baofeng.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务情况

报告期内，上市公司的营业收入主要来源于互联网视频（暴风影音）以及互联网电视（暴风电视）两个业务板块，以广告、增值服务、暴风电视业务相结合的多元化收入结构逐渐稳固。PC端和移动端暴风影音是公司上市之前原有的业务模块，此业务模块主要通过广告及增值服务变现；为了构筑互联网视频业务的差异化竞争壁垒，公司上市后开启了软硬件一体化布局，开展了互联网电视业务即暴风电视，此业务主要通过硬件收入、广告业务、网络付费服务等变现。

（二）报告期内公司所属行业的发展情况

1、互联网视频行业规模持续扩张，会员付费占比保持稳步增长，短视频平台持续发力

互联网视频已成为网络娱乐产业的核心支柱和重要流量入口。中国互联网络信息中心数据显示，截至2018年12月，网络视频用户规模达6.12亿，较2017年底增加3309万，占网民整体的73.9%；手机网络视频用户规模达到5.90亿，较2017年底增加4101万，占手机网民的72.2%。

互联网视频行业的主要收入来源是广告收入、内容付费、版权分销等。根据艾瑞咨询研究报告，2018年广告收入占比为49%，内容付费占比为27%。从互联网视频行业近几年的数据来看，广告收入占比基本持平，内容付费占比逐年上升。影院热映新片、电视台热播剧是用户付费的主要驱动因素。

2018年，短视频平台持续发力，占据用户更久使用时长。短视频平台以满足用户碎片化时间休闲娱乐的需求切入互联网视频领域，已经展现出争夺用户的整块时间的实力。优质内容是吸引用户的关键因素之一，短视频与多领域交叉渗透，内容逐渐丰富多元。短视频平台主要通过信息流广告达到变现，“短视频+电商”已经成为一种新的商业模式。

2017.12-2018.12网络视频/手机网络视频用户规模及使用率



2、互联网电视市场成熟度逐渐提高，大屏广告市场潜力逐渐得到释放

互联网电视作为家庭互联网的关键交互入口，是智慧家庭场景中的重要一环。中国互联网络信息中心数据显示，截至2018年9月底，互联网电视覆盖终端达3.22亿台，激活终端2.18亿台，一半以上的网络视频用户通过互联网电视收看网络视频节目。

2018年，受益于家庭宽带提速降费的外部利好因素，互联网电视行业保持稳定增长。互联网电视的日均开机率约为52%，保持较高水平；日均观看时长约为320分钟（数据来源：酷云大数据）。更多品类的细分产品不断升温，如激光电视、无屏电视、投影产品等得到了快速发展，以更好地满足新兴消费群体的需求。

互联网电视广告以其互动性强、转化率高、受众消费水平高的独特优势，吸引广告主们的大量投放，市场的关注度获得不断提升，成为推动广告市场发展的重要力量。大屏广告市场潜力逐渐得到释放，互联网电视的流量变现能力逐步增强，为家庭场景下的营销模式带来更多创新机会。

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

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	1,126,942,565.45	1,914,973,679.51	-41.15%	1,647,348,906.38
归属于上市公司股东的净利润	-1,090,459,243.08	55,139,272.90	-2,077.65%	52,811,717.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,061,864,502.93	40,315,980.27	-2,733.86%	37,570,198.02
经营活动产生的现金流量净额	185,827,359.90	-481,085,826.09	138.63%	-175,717,643.36
基本每股收益（元/股）	-3.37	0.17	-2,082.35%	0.17
稀释每股收益（元/股）	-3.37	0.17	-2,082.35%	0.16
加权平均净资产收益率	-197.11%	5.97%	-203.08%	7.00%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,242,137,533.52	2,951,758,507.99	-57.92%	2,560,174,553.09
归属于上市公司股东的净资产	24,234,484.27	1,066,684,360.84	-97.73%	907,248,969.19

(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	386,961,316.22	404,588,959.76	242,380,727.17	93,011,562.30
归属于上市公司股东的净利润	-29,541,691.91	-76,635,150.30	-122,234,455.59	-862,047,483.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-32,351,042.40	-79,588,953.61	-123,553,869.58	-826,370,175.35
经营活动产生的现金流量净额	-29,368,251.41	112,334,736.18	135,240,684.78	-32,292,723.07

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	69,931	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	69,002	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	
冯鑫	境内自然人	21.34%	70,322,408	68,469,073	质押	67,051,112	
					冻结	3,271,296	

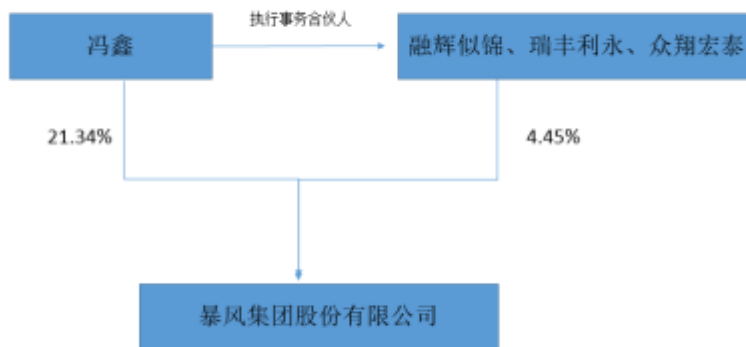
天津瑞丰利永企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.92%	6,313,052	6,313,052	质押	2,274,185
天津融辉似锦企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.75%	5,773,803	5,773,803		
周菊英	境内自然人	1.06%	3,477,261	0		
#袁涤云	境内自然人	0.91%	3,000,000	0		
温雪峰	境内自然人	0.84%	2,752,738	0		
沈爱清	境内自然人	0.83%	2,740,096	0		
天津众翔宏泰企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.78%	2,569,613	2,569,613	质押	509,761
崔天龙	境内自然人	0.59%	1,958,597	1,958,548		
毕士钧	境内自然人	0.44%	1,437,047	1,437,047		
上述股东关联关系或一致行动的说明		天津瑞丰利永企业管理合伙企业（有限合伙）、天津融辉似锦企业管理合伙企业（有限合伙）和天津众翔宏泰企业管理合伙企业（有限合伙）三家有限合伙企业的实际控制人为冯鑫先生，根据《上市公司收购管理办法》，上述股东构成一致行动人。				

(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口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

公司的战略定位是互联网文化娱乐综合服务提供商，目前公司两大核心业务是互联网视频业务和互联网电视业务。报告期内，公司实现营业收入112,694.26万元，其中，硬件收入90,157.72万元，营业收入主要来源于广告业务、暴风电视硬件收入、网络付费服务三个核心板块。

报告期内，公司营业收入下降主要原因为互联网视频行业竞争加剧，公司互联网视频业务营业收入有所下降；互联网电视业务处于业务快速拓展期，为积累用户，抢占市场份额，营销推广力度加大，成本费用增加；另外为公允反映公司财务状况，计提了相应资产减值损失。

报告期内，公司以创新理念为统领，促进互联网视频业务的稳步发展。公司延续自身的传统强项，加码本地播放器，推动产品的不断迭代和改进，立足于覆盖更多的用户和为用户提供更优质的服务。同时，积极推动产品创新，力求通过微信小程序等低消耗资源投入，最大程度提高互联网视频业务的运营效率和产出效果。

报告期内，公司把握家庭互联网商业机遇，推进暴风电视硬件和软件产品不断升级创新，暴风电视产品竞争力、品牌优势不断得到提升，商业模式日臻成熟。2018年4月，暴风电视推出了富有市场竞争力的旗舰产品暴风AI电视7，加强渠道建设，提高暴风电视的行业地位，提升暴风电视的盈利能力，为暴风电视的持续健康发展打下坚实的基础。暴风电视持续加大AI技术研发力度，致力于推进互联网运营服务升级，人工智能技术和服务创新能力获得了良好的用户口碑及广泛的市场认可。

根据年初制定的经营计划，公司各项工作全方位开展，各项业务稳定有序推进。2018年公司具体的经营情况如下：

1、互联网视频业务加码本地播放器，推进信息流升级和小程序建设

报告期内，公司发挥传统优势，加大研发并上线了最新版的本地视频播放器—暴风影音闪电版，其优势是启动过程更加迅速，操作界面更加简洁，为用户带来更清新的使用体验。暴风影音闪电版的变现途径主要是通过用户增值服务获取收益。用户增值主要体现在两方面：第一是增加付费功能插件，如实时翻译、实时字幕、音效插件、演员AI识别等；第二是增加视频知识付费内容，主要面向学生及商务办公人群。随着使用规模的扩大，用户增值服务将成为主要的利润驱动因素，从而释放本地播放器的商业化潜力。

2018年，公司互联网视频平台持续深耕信息流，通过个性化内容推送，帮助用户实现观影的最佳体验。通过对用户关注点进行智能分析，更加精准和自然地广告呈现给用户，降低对用户的干扰，广告投放效果更加明显。此外，公司积极开展微信小程序方面的建设工作，与影视行业优质内容方、大众媒体等合作伙伴携手，抢占微信小程序的蓝海市场，快速获取流量。

根据艾瑞数据显示，公司互联网视频平台的总体月度活跃用户约达2.1亿，其中PC端月度活跃用户约为1.6亿，移动端月度活跃用户约为0.5亿。（数据来源：iUser Tracker）截至2018年12月31日，公司的注册用户数约8518万，其中PC端约7104万，移动端约1413万。

2、暴风电视持续探索人工智能领域，品牌知名度不断提升

报告期内，暴风TV以智能硬件产品为流量入口，逐渐以人工智能电视的品牌形象走进千家万户。2018年4月，暴风TV正式在国内市场发布了暴风AI电视7，在原有的暴风AI电视5的基础上进行了软硬件的全面迭代升级，无边框、玻璃悬浮及全面屏设计，外观更加精致，追求科技与艺术的融合。2018年5月，暴风TV发布了暴风激光电视和全无线5.1音响两位一体的“All in One”新品，为用户打造高品质的家庭影院，从光影和声音两大方面让用户获得身临其境的体验。为构建硬件一体化商业模式，暴风TV加大自然语言处理和大数据方面的研发人员投入，人工智能操作系统版本升级到3.0版本，上线支持“免遥控器”的电视OS系统，通过远讲语音实现服务。

内容方面，暴风TV围绕内容推荐、影视内容合作、应用软件合作等方面全力开展工作。频道内容推荐方面，暴风电视覆盖了时下90%热门内容，涵盖电视剧、电影、综艺、动漫、少儿等类型片源。新增少儿专区及付费包，自主引入上千分集儿童内容，并加强与第三方教育型电视软件的合作，助力在家庭儿童教育方面的探索。在应用软件合作方面，2018年新近近百款应用，如京东购物、蜻蜓FM、互动书屋、麦唱TV、每日瑜伽等。

渠道方面，暴风TV继续加强线下渠道覆盖优势，深耕新零售渠道的搭建，渠道和客群持续稳定发展。截至报告期末，暴风电视实现线下零售店面约7000家，有效扩大了三、四级市场渠道门店数量，渠道逐步向纵深发展。线上渠道方面，与国内三大主流家电电商平台京东、天猫、苏宁易购合作开设旗舰店，覆盖普通网购群体家电购买的主要流量入口。

报告期内，暴风电视斩获2018中国创投金鹰奖，成为今年唯一获奖的互联网电视品牌，并成功入选“中国人工智能独角兽榜单”，品牌知名度不断提升。

产品展示：



苹果干掉了手机键盘
我们干掉了电视遥控器

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
销售商品	901,517,174.70	-288,171,436.92	-31.97%	-29.76%	-214.25%	-24.82%
广告业务	142,219,512.20			-66.74%		

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

报告期内营业收入与上年同期相比减少41.15%，主要系暴风智能受资金周转影响，库存备货不足，收入有所下降。其次互联网视频行业竞争加剧，公司互联网视频业务营业收入有所下降。

报告期内营业成本与上年同期相比减少14.12%，主要系本期收入减少，成本结转相应减少，但同时受硬件成本涨价及摊销与折旧费相对固定的影响，成本变动较小。

归属于上市公司普通股股东的净利润总额与上年同期相比发生重大变化的原因是（1）公司根据经营情况对主要资产的预计可收回金额进行了估计，为公允反映公司财务状况，计提相应的权益性投资减值准备、应收款项坏账准备、存货跌价准备等资产减值损失，当期利润同比大幅减少。（2）暴风智能的互联网电视业务处于业务快速拓展期，为积累用户，抢占市场份额，营销推广力度加大，成本费用增加。（3）公司互联网视频业务受竞争加剧影响，利润下降。

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

(1) 会计政策变更

2018年6月15日，财政部颁布了《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），并要求在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。根据财会[2018]15号文件的要求，公司需对会计政策相关内容进行相应调整，按照该文件规定的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）编制公司的财务报表。根据财会[2018]15号文件的要求，公司调整了相应财务报表项目的列示，并对可比会计期间的比较数据进行相应调整。

公司于2018年10月29日召开第三届董事会第十二次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

(2) 会计估计变更

随着公司业务不断发展和外部经济环境的变化，公司客户结构不断丰富，为进一步加强对应收款项的管理，结合公司的客户特点和应收款项的结构、客户信用及回款情况，同时参考同行业公司的应收款项坏账计提标准，公司对应收款项的坏账准备计提方法进行了充分的评估。为了更加客观、真实、公允地反映暴风集团财务状况和经营成果，根据《企业会计准则》等相关规定，公司对应收款项计提坏账准备的会计估计进行变更。

公司于2018年12月12日召开的第三届董事会第十六次会议，审议通过了《关于会计估计变更的议案》。

(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

(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

详见本报告“第十一节 财务报告 八、合并范围的变更”。