

# MANGO EXCELLENT MEDIA 超媒

## 2020年度 社会责任报告

2020 Social Responsibility Report

# 关于本报告

2020年，是国家民族难以忘怀的纪事大年，是中国社会成就足以载入世界史册的标志大年。战胜了新冠肺炎疫情的突如其来，更赢得了脱贫攻坚全面胜利的如期而至。中国健步迈入全面小康社会，胜利收官“十三五”规划，即将稳步开启“十四五”规划。

对于芒果超媒，在中国马栏山上，建设主流新媒体集团、主力军挺进主战场的关键机遇已经到来，公司重新被定义。在新的起点，《芒果超媒股份有限公司2020年度社会责任报告》本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露2020年度公司在党建引领、主流宣传、股东和债权人权益、职工权益、环境保护与可持续发展、公共关系与社会公益等领域履行的社会责任。

## 重要提示

本报告经公司董事会审议，本公司及董事会全体成员保证报告的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

## 时间范围

本报告期间为2020年1月1日至2020年12月31日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

## 报告范围

报告范围为芒果超媒股份有限公司及其控股子公司。

## 数据说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表。本报告的财务数据以人民币为单位，若有与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）以“集团公司（台）”“湖南广电”表示；芒果传媒有限公司以“芒果传媒”表示；芒果超媒股份有限公司以“芒果超媒”“公司”表示；湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司以“快乐阳光”“芒果TV”表示；上海天娱传媒有限公司以“天娱传媒”表示；湖南芒果娱乐有限公司以“芒果娱乐”表示；芒果影视文化有限公司以“芒果影视”表示；上海芒果互娱科技有限公司以“芒果互娱”表示；快乐购有限责任公司以“快乐购”表示；湖南快乐通宝小额贷款有限公司以“快乐通宝”表示。

## 编制依据

联合国2030年可持续发展目标国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》；中国国家标准《社会责任报告编制指南》（GB/T36001-2015）；中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南 CASS-CSR4.0》；深圳证券交易所《创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》。

## 报告版本及获取

本报告同步披露了英文版本，在对中英文文本的理解上发生歧义时，以中文文本为准。中英文版本的电子版均可在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅获取。如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 [mangocm@mangocm.com](mailto:mangocm@mangocm.com)，或可致电（0731）82967188。

# 党委书记、 董事长献词



湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长

芒果传媒有限公司董事长

芒果超媒股份有限公司党委书记、董事长

张华立

2020年是极不平凡的一年。百年未有之大变局与世界秩序在混沌喧嚣中交叠碰撞。大危机、大分化、大调整，世界站在了历史的十字路口。肩负着主力军挺进主阵地使命，这一年，芒果超媒以党媒国企先锋军的政治自觉，积极响应党中央加快推动媒体融合发展、构建全媒体传播格局的号令，融合新引擎，激发新动能，努力以优质影视文化供给传播更多大情怀、正能量。在建设主流新媒体集团的航路上，我们不驰于空想，不骛于虚声，正探索出一条独具特色的“芒果融媒”之路。

## 躬身推进媒体融合是使命在心。

立足于中华民族伟大复兴的历史征程和“两个一百年”历史交汇的关键节点，践行“党媒姓党 绝对忠诚”是每一个芒果人天生肩负的使命担当。习近平总书记在马栏山考察时强调，“要高度重视发展文化产业，坚持把社会效益放在首位，牢牢把握政治导向，守正创新，努力实现社会效益和经济效益有机统一，确保文化产业持续健康发展。”牢记总书记嘱托，这一年，每个芒果人都以心怀“国之大事”做大做强主流舆论，将党中央的大局、大势和大事，融入到媒体融合实践的每一次前瞻布局和决策判断中。疫情期间我们挺身而出，是全国网络视听行业唯一向社会免费提供全平台视频资源的视听媒体；全年持续推出的一系列精品视频内容，让芒果真正成为主流价值的传播者、青年文化的引领者与国民精神的塑造者。

## 持续打造高门槛长视频平台是责任在肩。

过去10年间，媒体行业经历了几十年未曾有过的变革与创新。然而不管渠道如何变迁，场景如何碎片化、多样化，只要家庭文明不解体，只要人们的审美不发生颠覆性变迁，长视频仍然是刚需，是视频行业的主流，长视频平台始终是党的舆论宣传必须高举旗帜、攻城拔寨的主阵地。去年以来，疫情改变了生活，也改变了市场。在竞争格局产生新变化、酝酿新机会的时候，我们直面变化、推陈出新，加速推进芒果TV与湖南卫视双平台深度融合；通过建立具有市场竞争力的激

励与造血机制，组建紧密协作又充分自由的内容自制团队；以“视频+内容+电商”为核心逻辑孵化新业态“小芒电商”。我经常说，不创新、毋宁死，在持续打造高门槛长视频平台的道路上，我们要将创新精神镌刻进我们的DNA里，流淌进我们的血脉中！

## 积极践行社会公益是担当在行。

根植于社会大众，回报于人民群众。只有始终牢记真诚回报社会、切实履行社会责任，才能真正得到社会认可，才能真正符合时代要求。因为疫情，2020年我们前所未有地感受到何谓“人类命运共同体”，中华民族“上下同欲”，用智慧和友善向世界提供“中国方案”，诠释“大国担当”。芒果全程全员全息全效联动，为抗疫加油、为大爱发声；助力打赢脱贫攻坚战，我们创新打造公益助农平台“芒果扶贫云超市”，以融媒之力推进精准扶贫。2020年芒果TV连续两年排名中国互联网企业前二十强，首次荣获湖南最高质量荣誉“湖南省省长质量奖”，成为省内首家获此殊荣的互联网企业。

习近平总书记曾明确指出，企业家要带领企业战胜当前的困难，走向更辉煌的未来，要在爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野等方面不断提升自己，努力成为新时代构建新发展格局、建设现代化经济体系、推动高质量发展的生力军。前路漫漫，唯有奋斗。作为党媒国企，我们将牢牢把握政治导向，守正创新，将总书记的殷殷嘱托化作前行的不懈动力，朝着建设主流新媒体的方向勇往直前！

# 总经理、 总编辑献词



芒果超媒股份有限公司党委副书记、董事、总经理、总编辑  
芒果TV党委书记、总经理

## 蔡怀军

公元2020年以其“极不平凡”注定永载史册、珍存记忆。抗击疫情、脱贫攻坚、砥砺征程、逆风而扬，不但是全民史书、国民记忆，而且也是芒果超媒的基本背景、芒果人的根本道路。

与时艰共奋，与伟业共进，不负2020，勇迈2021，创建更好的主流新媒体，创造更高的文化新辉煌，是芒果在新时代答卷上书写硕果累累的答案。所有跋涉，都为跨越。在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，芒果超媒将运营管理、开拓创新与社会责任紧密联结一体，迎难而上，鼎新而为，以实效为战绩，以声量为名片，生长着茂盛的文产芒果。

对芒果超媒经营团队具体来说，履行企业社会责任归根结底就是把打造主流新媒体集团、主力军挺进主阵地的战略规划落到实处，把媒体深度融合发展的成果转为主旋律的磅礴之声、正能量的宏大流量。2020年，面对新冠肺炎疫情下艰难复杂的宏观环境、新技术和新商业模式快速迭代的行业变局，我们肩负党媒国企的使命担当，高举新时代主流新媒体的大旗，凭着芒果人一股子“要么第一个做，要么做第一”的血性，战疫情，谋发展，把芒果大旗牢牢地插在山顶上。

### 芒果人就是要第一个做。

只要我们想清楚战略、认定了方向，就会带着憧憬和勇气，冲进战场，义无反顾，敢于胜利。2014年，以“芒果独播”为契机，我们坚定选择“第一个”自主建设新媒体平台。2017年，我们成为了互联网视频行业中“第一个”盈利的新媒体平台。2020年，我们布局基于长视频内容的“小芒电商”平台，探索芒果超媒的下一个增长极；重磅推出“芒果季风”，打造国内“第一个”网台联动周播剧场。同时，布局实景娱乐、音乐版权、艺人经济等新赛道。不断完善和升级芒果生态，不断孕育更多的领域“第一”。

### 芒果人就是争做第一。

既然我们下决心踏入主战场，就要攻占一个个山头，直至把胜利的旗帜插在山顶上。我们就是要争做主流声量第一。内容制作上，我们保持“国之大家”的大局观，深刻领会什么是党和国家最重要的利益、什么

是人民最需要坚定维护的立场，和最需要持续满足的价值内容，做出对社会有意义，能解决社会问题、促进社会进步的精品，实现“守正创新”的媒体责任、“美好向往”的受众需求、“天生青春”的企业文化的全面契合；团队建设上，我们追求人才活性第一，以一流激励机制打造顶尖人才团队，创造一流战绩，坚决要求芒果制作团队勇做长视频领域内容生产的佼佼者，勇做新时代青年文化的引领者，以“数风流人物还看今朝”的集体自信，不跟风，不盲从，锐意创新，敢为人先，让爆款成为常态，让社会责任成为天生使命。运营管理上，我们要争做视频工业体系第一，坚持“锁定核心生产要素，打造高门槛的长视频”战略，建立基于智能中台的相对闭环的工业化生产体系，持续夯实内容制作的护城河；要勇铸生态动能第一，打通各子公司产业链上下游，推动业务协同发展，充分释放芒果品牌价值。

全部过往，皆为序章。2021年是十四五规划的开局之年，新赛道、新航向的发令枪已打响，芒果超媒各业务线千帆竞发。敢“第一个做”的芒果人，将以舍我其谁的勇气迈入媒体深度融合发展的新战场；要“争做第一”的芒果人，必将满怀社会责任，致力双效统一，勇立潮头，乘风破浪，以更优异的成绩向建党百年献礼，向伟大的新时代致敬！

## 超媒团队声

### 唐 靓：芒果超媒党委副书记、纪委书记、董事

芒果超媒党建工作有“五大抓手”，分别是：一、抓思想政治，抓最高行动纲领，要抓得理直气壮；二、抓中心工作，抓最佳解决方案，要抓得理所当然；三、抓支部建设，抓最小战斗堡垒，要抓得根深蒂固；四、抓人才培养，抓最强核心力量，要抓得根正苗红；五、抓廉洁自律，抓最底线思维，要抓得风清气正。

——芒果超媒党建工作汇报



### 王 柯：芒果超媒党委委员、副总经理，芒果娱乐总经理

这是我所经历过的历史跨度最长、行业涉及最广、主要角色年龄差距最大的项目。40个人物选题，40集理想故事，献礼建党百年，故事横跨百年。人物从革命先烈、两弹一星元勋到县委书记、律师医生、抗美援朝战士再到下岗女工、个体工商户、文物修复师，行业职业不一。所有的一切，都因为一个主题而汇聚在一部作品当中：理想！

——《理想照耀中国》创作推进会发言



### 何 瑾：芒果超媒党委委员、副总经理，芒果影视总经理

爆款作品也许是要得到社会公认，而不是某个行业定义。相对于爆款作品，我们更愿意把生产“好的作品”作为目标。一部好的作品，应该是有温度、有思考、有启迪的，同时也应该是社会效益和经济效益相统一的作品。最好是既能在思想上、艺术上取得成功，又能在市场上受欢迎。

——《电视指南》专访



### 梁德平：芒果超媒党委委员、副总经理、财务总监，芒果TV副总经理

超媒战列正在飞驰，管理必须“快半个身位”。打造共享中台，构建大财务、大法务、大风控三角支撑体系，如同打造“智慧交通系统”，防堵车、防事故、防内耗，为超媒发展架新桥、修新路助力。

——芒果超媒战略研讨会发言



### 郑华平：芒果超媒党委委员、副总经理，芒果TV副总经理

IP不是冷冰冰的一个创作，它是有价值导向的。因此，要进行有温度、有态度、有深度的二次开发升级。这就要做到坚持从价值开发守正创新、坚持以用户为导向，把握用户的需求和偏好，坚持技术要适配内容，内容不仅要好看，还要好玩。技术只是一个工具，要拥抱变化，为我所用。

——IP价值挖掘与产业协作研讨会发言



### 吴 俊：芒果超媒董事会秘书

主流媒体属性，这是我们区别于其他竞争平台的最重要的差异化特质，也是我们在思考一切内容创新和商业模式创新时候的最大坐标。当下中国最大的社会思潮和社会大辩论是什么？当下国人心中最大的痛点是什么？受众在看视频内容的时候到底在看什么？看的是情绪、是人心、是自己。而主流媒体，天然地要具备这样深刻的洞察力。

——芒果超媒投资者交流会发言



# 目录

党委书记、董事长献词 01  
总经理、总编辑献词 03

## 第一章 重新定义芒果超媒 09

第一节 马栏山高光时刻的芒果超媒 11  
第二节 深度融合发展使命中的芒果超媒 12  
第三节 “十四五”规划视野里的芒果超媒 13  
第四节 创新奋进的芒果超媒 14  
第五节 更高责任管理的芒果超媒 23

## 第二章 党建引领社会责任 25

第一节 党委牵头赋能，政治建设为基 27  
第二节 强化战斗堡垒，组织建设为本 27  
第三节 永葆初心品质，思想建设为魂 30  
第四节 突出重大节点，作风建设为要 30  
第五节 日常防微杜渐，廉政建设持恒 34

## 第三章 芒果 2020 有点潮（上）：守正创新 35

第一节 新平台，新主流，新价值 37  
第二节 主流宣传主线分明，社会效益全面凸显 48  
第三节 大片凝聚社会共识，《中国》力量深入人心 57  
第四节 主流影视当仁不让，风生水起 60  
第五节 国际传播迎难而上，逆风飞扬 65  
第六节 技术生产力与文化原动力的高速融升 69

## 第四章 芒果 2020 有点潮（下）：乘风破浪 71

第一节 主流价值观贯穿芒果综艺制播全程 73  
第二节 “乘风破浪”成为被唤醒的全民精神 77  
第三节 青春芒果节成就城市新地标、青春好时尚 84  
第四节 芒果网综矩阵燃情家庭温暖、社会温馨 85  
第五节 芒果艺人，社会为家 88  
第六节 综合文创，服务公众，鲜活芒果 92

## 第五章 全面小康年，芒果担道义 93

第一节 全司总动员，全屏奔小康 95  
第二节 芒果云超市，电商勇担当 98  
第三节 公益无止境，爱心好事近 103

## 第六章 全民抗疫年，芒果写春秋 107

第一节 芒果记录下的伟大抗疫精神 109  
第二节 芒果的抗疫责任人格 116

## 第七章 深化股东和债权人权益保护 119

第一节 持续完善公司治理结构 121  
第二节 进一步强化内控管理 121  
第三节 严格规范三会运作 122  
第四节 信息披露精益求精 123  
第五节 创新保障投资者沟通 124  
第六节 芒果新媒体投教频道扬帆起航 127  
第七节 切实回馈股东 130  
第八节 切实保护债权人 130

## 第八章 内外兼修 合作共赢 131

第一节 “芒果模式”荣获“省长质量奖” 133  
第二节 强化综合风控体系，护航公司发展 134  
第三节 保障用户信息安全，促进用户权益发展 136  
第四节 不断拓展的企业朋友圈 137

## 第九章 营造天生青春的美好向往职场 139

第一节 做好青年文化的引领者 141  
第二节 构建天生青春的企业文化 144  
第三节 富于归属感的员工福利 146  
第四节 富于荣誉感的人才通道，富于奋感的精神关怀 150

## 第十章 低碳运营典范，环保节能标兵 151

第一节 全产业链低碳运营 154  
第二节 环保理念根植人心 155

## 主流赞赏 157

## 芒果超媒 2021——迈步从头越 169



# 第一章

## 重新定义芒果超媒



## 第一节 马栏山高光时刻的芒果超媒



# 学习时刻

## ——习近平活动报道集

2020年9月17日，马栏山迎来了高光时刻。习近平总书记考察马栏山视频文创产业园，对包括芒果超媒在内的文化企业和文创人员进行亲切勉励，提出殷切要求，寄语“守正创新”，特别强调“文化和科技融合，既催生了新的文化业态、延伸了文化产业链，又集聚了大量创新人才，是朝阳产业，大有前途”。总书记重要讲话精神，既是芒果超媒社会责任的来路践行，也是进一步升级发展的去向遵奉。



中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在马栏山视频文创产业园考察时，同青年从业人员亲切交流

2020年，正是在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，秉承社会主义核心价值观，牢记“党媒姓党，绝对忠诚”的初心使命，将旗帜意识、政治方向、人民立场、社会责任融入企业全盘、职业灵魂，芒果超媒汇合于年度并时代的全国文化产业生动实践，以深度融合、务实前行、创新探索、高效攀升的文创主阵地奋进，持续赢得业界瞩目、公众信任、社会效益、市场回报。

2020是共克新冠肺炎疫情时艰之年，是共圆全面小康梦想成真之年，芒果超媒以乘风破浪、披荆斩棘的姿态，超强引领网络视听，实现媒体头部内容产量、质量、声量的全行业领先，彰显巨大的社会影响力；超额完成业绩承诺，市值最高突破1600亿元，芒果千亿梦先于预期实现，站稳A股传媒类上市公司的前列，亦保持国有控股企业在互联网视频行业的影响力第一。超强、超额的努力，正在重新定义芒果超媒。

2020年，“每个人都了不起！”

## 第二节 深度融合发展使命中的芒果超媒

2020年9月，中办、国办印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》。对于马栏山的湖南广电，建设主流新媒体集团、主力军挺进主战场的关键机遇已经到来。

芒果超媒2020年超前创新运营策略，面向长视频的高门槛无人区，基于内容王道的爆款逻辑，以融合发展态势下的S级芒果IP现象、双平台定制战略、芒果季风计划等为突破口，围绕长视频主业，创制、传播、经营起新的“芒果模板”、“芒果模式”；超值布局媒介链路，大胆探索新赛道，打造小芒垂直电商平台，重塑芒果产业战略版图。超前、超值的努力，正在重新定义芒果超媒。

深融发展中，芒果超媒持续致力于结构的调整、新技术的应用，建立起了先进的影视工业化生产体系；重构了新的标准化联动机制——智能中台，开创了大规模协作的全新可能；自主平台的个性化观看服务和多元化媒体服务，已达到行业头部质量水平；实现多屏融合，拉提广告会员互动，聚合内容电商业务能力，保障多面抗压，促发多向增值；深入推进平台核心受众的芒果特色粉丝化运营；芒果TV凭“质量管理的芒果模式”荣获“第六届湖南省省长质量奖”，是湖南第一家获此殊荣的互联网企业；芒果TV（芒果超媒）还获评了湖南省文明单位。

2020年，“芒果超媒是最棒的！”



2020年11月16日，时任湖南省省长许达哲为芒果TV颁发“湖南省省长质量奖”



### 第三节 “十四五”规划视野里的芒果超媒

2020年，是国家“十三五”规划收官之年。芒果大片力推的“乘风破浪”被《人民日报》评定为年度第一热词，更被高度评价为“被唤醒的全民精神”。2021年是“十四五”规划开局之年，“乘风破浪”势将是芒果超媒继续奋进的先行者姿态。

中央在“十四五”规划建议中指出，“繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力”，要“坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一”，要“扩大优质文化产品供给。实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式”，“以讲好中国故事为着力点，创新推进国际传播，加强对外文化交流和多层次文明对话”，这就是“十四五”规划视野里的芒果超媒的下一步重大机遇

乘风破浪的芒果超媒，正赶上实际控制人湖南广播影视集团有限公司向“建设主流新媒体集团”勇敢迈进，芒果模式要从“一云多屏，两翼齐飞”升级至“一云多屏，多元一体”。这意味着，启动双平台洄游激励机制，发挥“双C位”优势，完善产品集群链路，芒果爆款的常态化成为可能，这就是打开未来的通道。

主流新媒体集团的先锋军新使命，正在重新定义芒果超媒。

乘风破浪、披荆斩棘的创新奋进精神，正在重新定义芒果超媒。

2021年，芒果超媒“要么第一个做，要么做第一”！以初心为舵，以青春为帆，迎风踏浪的芒果，将奔向更为广阔的星辰大海。



张华立董事长在芒果超媒年会暨金芒奖颁奖礼上讲话

### 2021年

芒果超媒

“要么第一个做，  
要么做第一”！

以初心为舵，以青春为帆，  
迎风踏浪的芒果，  
将奔向更为广阔的星辰大海。



### 第四节 创新奋进的芒果超媒

#### 年度概况

作为国有主流新媒体集团湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）控股的上市文化企业，芒果超媒股份有限公司始终坚持“党媒姓党，绝对忠诚”，2020年更加坚决落实党中央关于加快推进媒体深度融合发展决策部署，依托芒果特色融媒体生态，充分发挥内容自制和产业协同优势，打造高门槛的长视频核心竞争力，进一步巩固发展了以芒果TV新媒体平台为核心，主营业务包括网络视听平台运营、新媒体互动娱乐内容制作、媒体零售等板块，具体涵盖互联网视频会员运营、广告、IPTV运营、OTT电视运营、影视剧和综艺节目制作、艺人经纪、音乐版权运营、游戏及IP内容互动运营、电视零售、小芒电商等业务的全产业链布局。以一系列优质主流宣传和主旋律、正能量作品为年度文化现象标志，显著取得了良好的社会影响和品牌成效，积极实现了社会主义核心价值观弘扬和精神文明建设，有力助推了经营管理升级和运营能力建设。“乘风破浪”是2020年芒果超媒快速成长的代名词，乘风般的影响、破浪式的业绩获得业界公认。

尤其是2020年作为中国夺取脱贫攻坚战全面胜利的决定性年份，芒果超媒旗下的芒果扶贫云超市项目因其“节目+扶贫”模式入选中国记协新媒体专业委员会的“2020中国新媒体扶贫十大优秀案例”；旗下的电视剧《江山如此多娇》入选国家广播电视总局脱贫攻坚重点剧目，体现出芒果人在肩扛中华民族命运与发展大计的時代主流大事中，绝不缺席，主动作为。旗下的网络节目《功夫学徒》获评第三十届中国新闻奖；《战旗美如画》《中国》《乘风破浪的姐姐》《隐秘而伟大》等节目或剧目风靡全国，获得国家有关部委、央媒并社会舆论的一致高赞或好评，体现出芒果人创作传世精品、在文艺道路上敢于从高原上高峰的巨大决心和从现象出爆款的坚实努力。旗下的新剧《百炼成钢》入选国家广播电视总局（以下或简称“国家广电总局”“广电总局”）“理想照耀中国——国家广播电视总局庆祝中国共产党成立100周年主题作品创作展播活动”重点剧目，为2021年建党百年华诞预制精品力作，体现出芒果人高度的历史自觉性和时代使命感，高度的艺术自觉性和社会责任感。

对于以上业绩，芒果超媒党委副书记、总经理、总编辑，快乐阳光党委书记、总经理蔡怀军在芒果超媒年会上概括为“主流声量第一，工业体系第一，生态动能第一，人才活性第一，企业文化第一”。社会责任时刻在心，芒果人以平台建设、作品造就、融合传播的三重努力，映射着新时代中国人“澎湃的骄傲和平静的自信”。



年度大事



## 年度荣誉

### 芒果超媒

- 芒果超媒获评第十二届“全国文化企业三十强”；
- 公司获评“2020 湖南企业 100 强”；
- 公司获评国家广播电视总局“2019 年度全国广播电视媒体融合先导单位”（2020 年颁发）。
- 公司获评第十一届投关天马奖“最佳投资者关系奖”“最佳新媒体运营奖”；
- 公司获评第十四届中国上市公司价值评选“社会责任奖”“创业板价值五十强奖”“创业板成长性十强奖”；
- 公司获评第十五届中国上市公司竞争力公信力调查评选“最佳创业板上市公司”；
- 公司获评《股东来了》2020 投资者权益知识竞赛“优秀媒体贡献奖”“湖南片区特别支持奖”“投教情景剧展播最佳作品奖”；
- 公司获评“三亚财经国际论坛”暨“致敬中国资本市场 30 年”活动之“2020 年度最具影响力 30 家上市公司”；
- 公司获评 Wind 2020 年度上市公司市值排行榜媒体行业 5 强。

### 芒果 TV (快乐阳光)

- 快乐阳光（芒果 TV）荣获第六届“湖南省省长质量奖”，是省内首家获得此项荣誉的互联网企业；
- 快乐阳光（芒果 TV）获评中国互联网协会 2020 年“中国互联网综合实力企业”排行榜第 20 名，也即第二次跻身“中国互联网百强企业”前 20 强；
- 快乐阳光（芒果 TV）获评“2020 年度湖南省互联网企业 50 强”，并蝉联该榜单第一；



### 芒果 TV (快乐阳光)

- 芒果 TV 获评 2020 年度（第八届）《世界媒体 500 强》排行榜第 188 位，系连续六年进此榜单，排名向前跃升 34 位，位列亚洲互联网新媒体领域前十；
- 芒果 TV 出品，芒果娱乐制作《功夫学徒》获评第三十届中国新闻奖（国际传播二等奖）；
- 芒果 TV 出品，芒果娱乐制作《功夫学徒》获评 2019 年度湖南新闻奖一等奖（2020 年颁发）；
- 芒果 TV 出品《中国出了个毛泽东·故园长歌》荣获第 30 届中国电视金鹰奖最佳纪录片奖；
- 芒果 TV 出品《中国出了个毛泽东·故园长歌》荣获第 26 届全国电视文艺“星光奖”特别奖；
- 芒果 TV 出品《中国出了个毛泽东·故园长歌》获评 2019 年度湖南新闻奖特等奖（2020 年颁发）；
- 芒果 TV 出品《我们站立的地方》《石榴花开》《功夫学徒》获评国家广播电视总局、中央广播电视总台年度优秀网络纪录片；
- 芒果 TV 出品《你好，对方辩友》《陪你到世界之巅》获评国家广播电视总局、中央广播电视总台年度优秀网络剧；
- 芒果 TV 国际 APP 入选中共中央宣传部（以下简称“中宣部”）“2020 年中华文化走出去工作重点任务清单”项目、国家广播电视总局“丝绸之路影视桥工程”重点项目；
- 芒果 TV 国际 APP 获评第二届中国 - 东盟电视周“中国—东盟优秀传播案例”；
- 快乐阳光（芒果 TV）获评第二十四届中国国际软件博览会 2020 年度“软件和信息技术服务综合竞争力百强企业”评选（全国）荣誉类 55 名；
- 芒果 TV 出品《战旗美如画》荣获湖南省第五届网络原创视听节目大赛网络纪录片一等奖；
- 芒果 TV 出品《朋友请听好》荣获湖南省第五届网络原创视听节目大赛网络综艺节目一等奖；
- 芒果 TV 出品《完美先生与差不多小姐》荣获湖南省第五届网络原创视听节目大赛网络剧一等奖。



## 天娱传媒

- 天娱传媒出品的《江山如此多娇》作为全国脱贫攻坚重点题材、财政部文化产业扶持项目、湖南省重大文艺项目，入选国家广播电视总局脱贫攻坚重点剧目，入选国家广播电视总局办公厅 2018-2022 年第三批重点电视剧规划选题名单；
- 天娱传媒出品的《那座城这家人》荣获第 32 届电视剧“飞天奖”优秀电视剧提名奖；
- 天娱传媒艺人张新成获得由中国电视艺术家协会演员工作委员会颁发的“第七届中国电视好演员·优秀演员（绿组男演员）”称号。

## 芒果影视

- 芒果影视获评酷云互动 2020 “文娱责任影响力·年度出品机构”称号；
- 芒果影视获评国家广电总局“TV 地标”“年度优秀影视制作机构”。其出品的《隐秘而伟大》《我在北京等你》获评“年度优秀电视剧奖”；
- 芒果影视出品的《百炼成钢》项目被列入国家广播电视总局办公厅公布的第三批 2018-2022 年重点电视剧规划选题名单，并入选国家广电总局“理想照耀中国——国家广播电视总局庆祝中国共产党成立 100 周年主题作品创作展播活动”重点剧目和国家广电总局 2020 年度电视剧引导扶持专项资金剧本扶持项目。
- 芒果影视出品的电视剧《大宋少年志》《结爱》荣获第 30 届中国电视金鹰奖电视剧提名奖。芒果娱乐获评第十四届中国传媒大会“金长城传媒奖·2019 中国年度优秀剧集制作公司”称号（2020 年获得）。



## 芒果娱乐

- 芒果娱乐出品《青青子衿》获国家广电总局“TV 地标”颁奖“2020 中国电视媒体综合实力大型调研年度优秀网络剧”；
- 芒果娱乐出品《稍息立正向前看》获评第 33 届中国电影金鸡奖·金鸡电影创投大会“优胜项目”奖；
- 芒果娱乐出品《新包青天之南侠迷案》荣获湖南省第五届网络原创视听节目大赛剧情类单元二等奖。

## 快乐购

- 湖南卫视频道因创新打造“节目+扶贫”模式，打造主流媒体参与消费扶贫的“湖南样本”，携手快乐购建立“芒果扶贫云超市”，并推出《出手吧，兄弟！》等事迹，获评国务院扶贫开发领导小组“全国脱贫攻坚奖 创新组织奖”。“芒果扶贫云超市”入选中国记协新媒体专业委员会的“2020 中国新媒体扶贫十大优秀案例”。
- 快乐购获评“2020 年湖南省互联网企业 50 强”。
- 快乐通宝获评“2020 年湖南省互联网企业 50 强”。

## 芒果互娱

- 芒果互娱获评上海蓝天经济城“2019 年度综合实力银奖”。



## 年度数据

2020年，面对突如其来疫情冲击，芒果超媒紧紧依靠中国经济社会基本盘和文化产业整体向好的发展大势，坚持疫情防控和复工复产两手抓两手硬，充分发挥主观能动性和体系坚韧性，化“危”为“机”，奋力夺取疫情防控和生产经营两个战场的双胜利。全年芒果超媒实现营业收入140.02亿元，同比增长12.01%；归母净利润（归属上市公司股东净利润）19.63亿元，同比增长69.79%；资本市场上，芒果超媒领跑全国A股传媒板块，2020年内，市值最高突破1400亿元。截至2021年1月底，芒果超媒市值最高突破1600亿元，成为文化传媒行业名副其实的龙头企业。

英国《经济学人》杂志评价芒果的飞速发展和可持续扩张有一种“马栏山魔法”，这“魔法”就是芒果人“不创新，毋宁死”的文化基因和2020年更加乘风破浪的从平台内容到经营管理的全面创新精神。

| 类别  | 指标               | 2020            |
|---|------------------|-----------------|
| <br>经济 | 公司总资产            | 1,926,569.98 万元 |
|   | 归属上市公司股东的净资产     | 1,058,797.82 万元 |
|   | 营业收入             | 1,400,553.50 万元 |
|   | 营业收入同比上升         | 12.04%          |
|   | 归属上市公司股东的净利润     | 198,215.95 万元   |
|   | 归属上市公司股东的净利润同比上升 | 71.42%          |
|   | 2020年缴纳税款        | 38,242.96 万元    |
|   | 2020年利润分配拟现金分红   | 23,144.91 万元    |

| 类别  | 指标                | 2020 |
|---|-------------------|------|
| <br>治理 | 董事会召开次数           | 7    |
|   | 审议通过议案数           | 61   |
|   | 廉洁教育中层及以上覆盖率      | 100% |
|   | 接待投资者调研、策略会、路演等次数 | 82   |
|   | 接听并答复投资者电话数       | 203  |
|   | 答复互动易平台提问数        | 118  |

| 类别  | 指标           | 2020   |
|---|--------------|--------|
| <br>员工 | 员工总人数        | 4471   |
|   | 女性员工比例       | 59%    |
|   | 高级管理层中女性员工比例 | 33.33% |
|   | 少数民族员工比例     | 6%     |

| 类别  | 指标     | 2020        |
|---|--------|-------------|
| <br>社会 | 扶贫投入总额 | 1,509.64 万元 |

注：扶贫投入1,509.64万元中，有1,489.64万元系报告期内公司全资子公司快乐购有限责任公司“芒果扶贫云超市”项目投入金额。

## 第五节 更高责任管理的芒果超媒

### 一、利益相关方沟通

| 利益相关方   | 利益相关方的期望                     | 公司回应方式  |
|---|------------------------------|---|
| <br>政府及监管机构          | 合规经营<br>依法纳税<br>宣扬主流文化       | 合规运营<br>税收贡献<br>创新主流文化传播模式                    |
| <br>股东 / 债权人         | 合规公司治理<br>可持续发展<br>稳定业绩增长    | 完善公司治理<br>积极管理和维护投资者关系<br>合理股东回报<br>履行债务人义务   |
| <br>员工             | 保障权益和福利<br>提供职业培训<br>良好的工作环境 | 遵守相关法律法规<br>建立科学薪酬制度<br>全方位的培训体系<br>开展丰富的员工活动 |
| <br>供应商 / 客户 / 消费者 | 诚信经营<br>公平采购<br>隐私保护         | 公平、透明的采购<br>建立长期合作关系<br>强化信息安全                |
| <br>社区及公众          | 重视公益宣传<br>投身扶贫公益事业           | 常态化助力公益宣传<br>重点开展精准扶贫<br>关爱留守儿童<br>参与志愿者活动    |

### 二、实质性议题管理

公司积极履行社会责任，结合社会责任编写指南、社会舆论关注点、同行业企业议题趋势、利益相关方诉求以及公司社会责任工作相关规划，识别出以下关键性议题作为公司责任议题：

|  |   |   |
|--|---|---|
| <br>坚持党建引领      | <br>持续创新     | <br>注重人才培养     |
| <br>担当主流宣传使命  | <br>强化信息安全 | <br>投身公益事业   |
| <br>传播可持续发展理念 | <br>完善公司治理 | <br>抗击新冠肺炎疫情 |

# 第二章

## 党建引领社会责任



## 第一节 党委牵头赋能，政治建设为基

作为党媒国企，芒果超媒确保党的领导有效融入到公司治理各环节，充分发挥企业党组织的领导核心和政治核心作用。公司党委通过“党建进章程”，上市公司党委成员与中共党籍董事会成员实行“双向进入，交叉任职”，“三重一大”决策议事机制等建立了党建引领的机制保障。公司党委认真执行集体决策制度，严格执行前置程序，每月召开两次党委会，所有“三重一大”事项都经党委会集体讨论、民主决策，有力促进了党的领导落实到位。同时，公司党委支持股东大会、董事会、监事会、经理层依法行使职权，促进科学决策，充分发挥企业党组织总揽全局、



协调各方的根本作用。2020年4月7日，经上级党委批准，芒果超媒党委设立纪律检查委员会，全面强化全公司的纪检监察工作，实现政治责任、组织责任、社会责任保驾护航。

## 第二节 强化战斗堡垒，组织建设为本

芒果超媒党委坚持“支部建在团队上”，要求基层党支部与基层行政组织打通，推进党支部成员与中共党籍行政组织负责人的“交叉任职”，不断提高党支部建功立业的能力，不断在打胜仗中树立党支部的权威性，更好地发挥党支部的战斗堡垒作用。2020年，芒果超媒24个党支部都实现了“双向进入”，党支部议事决策的能力不断提升，凝聚力号召力不断提升，新党员人数也不断提升。全年发展新党员122人，发展人数较2019年提升67%。截止年底，公司党员达766人，党员占员工总数比例从20.5%提升至22.85%。



### 2020年

- 全年发展新党员122人，发展人数较2019年提升67%。
- 截止年底，公司党员达766人，党员占员工总数比例从20.5%提升至22.85%。

公司党委书记张华立的基层党组织关系确立在快乐阳光（芒果TV）第二党支部，为书记了解掌握基层实情、基层上达一线团队诉求创立了党委工作密切联系群众的典范，也激励推动了芒果TV的基层党建更趋活力。



张华立董事长向《理想照耀中国》临时党支部授旗



2021年3月17日，著名演员王劲松在芒果片场向《理想照耀中国》临时党支部郑重递交了入党申请书。

2020年，芒果影视党支部升格为党总支，快乐购党委、芒果娱乐党总支根据业务发展进一步优化党支部设置，更加夯实了子公司党组织构架。在健全子公司党组织建设的基础上，超媒党委还明确了今后在重大片场及其它重大项目现场建立临时党支部以精准加强思想政治工作的指导思想。这是超媒党建的一个显著创新。



为充分发挥党支部战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用，公司组织实施 2020 年“锋芒计划”。2020 年 6 月 29 日，以“灼灼青春 砥砺奋斗”为主题，芒果超媒庆祝建党 99 周年暨 2020 “锋芒计划”表彰大会隆重举行。



表彰了 5 个“锋芒党支部”、33 名“锋芒党员”、7 名“锋芒党务工作者”，并建立联动宣传机制，采取宣传栏、公众号、朋友圈等多种形式，长效广泛宣传先进典型，发挥榜样引领和辐射作用，激励广大员工以一往无前的奋斗姿态和永不懈怠的精神状态，主动担当作为，深化媒体融合，为公司发展和社会责任尽心竭力。



### 第三节 永葆初心品质，思想建设为魂

芒果超媒党委牢牢把握学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这条主线，践行“不忘初心、牢记使命”的责任担当。2020 年，公司党委每月都组织党委中心组学习，认真深入学习党的十九届五中全会、《习近平谈治国理政》第三卷和习近平总书记考察湖南重要讲话精神等，学出忠诚、学出信仰、学出担当、学出本领。党委中心组学习为龙头效应，公司各级党组织通过领导干部讲党课、集中培训、交流座谈、知识竞赛、主题党日、红色教育等形式开展各层次学习。

快乐阳光（芒果 TV）把思想政治教育覆盖到党媒全局，对全部一线业务团队，直至外遣片场的内容制作人员开展常态化的导向意识、政治意识教育。天娱传媒在新艺人培训体系中增强了政策导向、主流价值观引导等内容培训课时设计，对承担公众精神文化引领的艺人开展理想信念教育。芒果影视积极开展主题党日活动等，以学促思，以思促行。

超媒和各级子公司党组织还通过组织观看弘扬社会主义核心价值观的主旋律影片《半条棉被》、《我和我的家乡》、《夺冠》、《八佰》等，不断提升全体党员和广大职工的思想道德素质。

公司更加重视在传播中提升党建，自建了党建公众号，开发了党建信息化平台“超芒空间”，实现党建工作的“可查、可用、可考、可升、可见”，构建“两学一做”学习教育常态长效机制，教育引导广大党员树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，勇于担当作为，以求真务实作风把党中央决策部署在本企业系统落到实处。

### 第四节 突出重大节点，作风建设为要



集团公司（台）党委书记、董事长、总编辑、芒果超媒党委书记、董事长张华立在集团公司（台）庆祝建党 99 周年暨“七一”表彰大会上讲党课

2020 年 7 月 1 日，疫情防控形势下，芒果超媒全体党员通过网络远程直播方式参加湖南广电召开的集团（台）庆祝建党 99 周年暨“七一”表彰大会，开展“同过一个节，同听一堂课”的主题党日活动，听集团公司（台）党委书记、董事长、总编辑、芒果超媒党委书记、董事长张华立以《拿出艰苦奋斗的精气神 再造光芒万丈的马栏山》为题目讲党课。



2020年9月21日，集团公司（台）党委传达学习习近平总书记在湖南考察调研时的重要讲话精神，集团公司（台）党委书记、董事长、总编辑、芒果超媒党委书记、董事长张华立强调，集团公司（台）各级基层党组织、全体党员要把学习习近平总书记重要讲话精神，作为当前首要政治任务，切实学深悟透做实。

2020年9月，习近平总书记考察湖南并发表重要讲话，在长沙马栏山等地对文化产业进行战略指导和亲切关怀。21至23日连续三天，芒果超媒迅速掀起学习宣传贯彻落实总书记重要讲话精神的热潮。快乐阳光（芒果TV）、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐、芒果互娱、快乐购、快乐通宝分别组织专题学习会，全体党员围绕学习贯彻总书记重要讲话精神，结合本职工作和思想实际，谈感受谈体会，谈认识谈打算，纷纷表示一定始终牢记总书记的殷殷嘱托，全力以赴守正创新，努力书写新时代芒果超媒高质量发展的新篇章。



芒果娱乐党支部学习习近平总书记考察湖南时的重要讲话精神



芒果影视党支部学习习近平总书记考察湖南时的重要讲话精神



集团公司（台）党委副书记、总经理、台长龚政文传达习近平总书记系列重要讲话



集团公司（台）党委副书记贺砾辉传达习近平总书记考察马栏山视频文创产业园的相关情况。

2020年11月12日，张华立书记主持召开芒果超媒党委理论学习中心组（扩大）会议，专题学习党的十九届五中全会精神，深入理解党中央站在“两个一百年”历史交汇点上，在世界百年未有之大变局中，开启全面建设社会主义现代化国家新征程所作出的战略决策。



集团公司（台）党委书记、董事长、芒果超媒党委书记、董事长张华立主持芒果超媒党委理论学习中心组（扩大）专题学习党的十九届五中全会精神



公司党委副书记、董事、总经理、总编辑蔡怀军主持快乐阳光党委学习习近平总书记考察湖南时的重要讲话精神



天娱传媒党支部学习习近平总书记考察湖南时的重要讲话精神



芒果超媒党委理论学习中心组（扩大）专题学习党的十九届五中全会精神

12月23日，“传承红色基因 凝聚青春力量——芒果超媒开展红色教育联合主题党日活动暨2020年下半年新党员入党宣誓仪式”在中国共产党长沙历史馆拉开帷幕。这不是一次简单的入党宣誓仪式，这是一场对中国共产党人的初心和使命寻根问本的深度心得。



芒果超媒在中国共产党长沙历史馆开展红色教育联合主题党日活动暨2020年下半年新党员入党宣誓仪式。

## 第五节 日常防微杜渐，廉政建设持恒

芒果超媒党委高度重视政治纪律、经济纪律、文化导向、生活纪律的制度和日常监督。2020年4月，在集团公司（台）党委的重视和支持下，成立了芒果超媒纪委，进一步加强对全公司纪检监察工作的组织领导。5月，聘请专业咨询公司对芒果超媒合并报表范围内所有公司进行内控体系检查和完善，形成《内部控制应用手册》，进一步扎紧权力运行的制度“笼子”。



7月，为贯彻落实中共湖南省委宣传部“厉行节约”百日行动及驻部纪检监察组相关要求和集团公司（台）2020年度党风廉政建设暨警示教育会议精神，根据《湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）关于深入开展“奢侈浪费、私设小金库、开办关联公司”三大专项整治工作方案》，芒果超媒全司深入开展了“奢侈浪费、私设小金库、开办关联公司”三大专项整治工作和厉行勤俭节约百日行动。

公司各级党纪部门加大党规党纪宣传解读力度，深入开展反腐倡廉教育、警示教育和岗位廉政教育，引导党员干部自重、自警、自省，自觉廉洁从政。各级纪检部门认真组织开展“月度日常监督报告”、“芒果超媒股份有限公司公职人员廉政信息填报”、“廉政风险点排查及防控措施清查报告”、“国有企业境外投资暨境外腐败治理工作情况报告”、“‘六稳’‘六保’任务落实情况专项监督检查报告”和“节假日纠正‘四风’监督检查”等工作，梳理、排解风险点，努力构建起不敢腐、不能腐、不想腐的机制，确保风清气正的政治生态。

# 第三章

## 芒果 2020 有点潮（上）：守正创新

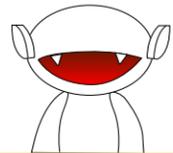


## 第一节 新平台, 新主流, 新价值

芒果 TV 作为湖南广电唯一的互联网视频平台, 在“一云多屏, 多元一体”的战略指导下, 通过内容自制, 打造核心竞争力, 从独播、独特走向独创, 2018 年 6 月顺利实现资产重组、成为国内 A 股首家国有控股的视频平台, 目前稳居行业前三, 成为广电系统中用户规模最大的新媒体平台。

### 1、做大主流宣传, 做精平台运营

作为党媒国企, 芒果 TV 始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引, 深入贯彻落实党的十九大精神和全国宣传思想工作会议精神, 牢固树立“四个意识”, 积极担当主流媒体责任。芒果 TV 联合湖南都市频道推出融媒体要闻产品“芒果新闻”, 优质完成了全国两会、湖南两会等重大主题宣传。创新推出《我的青春在丝路》《我爱你, 中国》《石榴花开 2》等系列新闻大片, 其中《我的青春在丝路》《功夫学徒》获“中国新闻奖”。由芒果 TV 和金鹰纪实联合出品的《中国出了个毛泽东·故园长歌》荣获第 30 届中国电视金鹰奖最佳纪录片奖、第 26 届全国电视文艺“星光奖”特别奖。《我们站立的地方》《石榴花开》《功夫学徒》《见证初心和使命的“十一书”》获评“国家广播电视总局 2019 年度优秀网络视听作品推选活动优秀作品”。大型人文历史纪录片《中国》在芒果 TV、湖南卫视播出后取得热烈反响, 获得了国家广电总局、《人民日报》、新华社等的刊文力荐。



《我爱你, 中国 (第三季)》之《人间正道是沧桑》



大型历史人文纪录片《中国》



《中国出了个毛泽东》之《故园长歌》



《我的青春在丝路 (第三季)》



《石榴花开 2》



《我们站立的地方》



《功夫学徒》

国际传播方面,芒果 TV 国际 APP 用 18 种语言推荐了 100 多部优质华语文化类纪录片,入围“中国 - 东盟优秀传播案例”。截至 2020 年底,海外业务服务覆盖全球超过 195 个国家和地区,海外用户数超过 3000 万,已成为全球华语内容覆盖最大的平台,成为中华文化交流的重要出口,助推中华文化走出去,进一步扩大国际影响力,获得了中宣部、国新办相关领导的点名表扬。



芒果 TV 以“天生青春”为呼号,专注青年圈层,24 岁以下用户占比达 65%,女性用户占比达 69%。会员权益方面,提供货真价实、超预期、超价值的递进式用户体验,尤其是专门为会员们打造了一年一度的青春芒果节,引领青年时尚文化和城市地标文化。2020 年第三届青春芒果节线下参与人数突破 95 万人,获得中宣部、国家广电总局点名表扬,肯定芒果 TV 已经成为了青年成长道路上的价值引领者。平台运营方面,注重以主流优质内容吸引头部流量、做足长尾效应,强化社区与粉丝运营,通过算法推荐,完善用户生命周期和行为管理,实现全平台主流化、时尚化、社交化,持续引领青年文化,据 QM《中国移动互联网 2020 半年大报告》,芒果 TV 位列“在线视频行业典型 APP 日活跃用户规模”TOP5、“全景生态流量 TOP 玩家”榜单 TOP1,青春品牌日益彰显,持续引领青年文化。

与此同时,芒果 TV 抢占新赛道,打造内容垂直电商平台“小芒电商”,推动视频内容与电商深度融合,探索湖南广电的下一个增长极。2020-2021 跨年期间,小芒电商正式对外发布。同时,升级 UGC 中短视频战略“大芒计划”,打造文化产业人才战略“芒果学院”,将 UGC 内容爱好者培养成顶级 PGC 制作人;聚焦悬疑 IP,打造明侦文化主题店,探索线下实景娱乐。这些新赛道和新布局,让芒果生态更完善,社会服务更多元,品牌影响更强大。



公司管理层出席“小芒电商”内部招聘宣讲会



## 2、深耕内容创作，做好剧综自制

芒果 TV 坚持自主自控、内容为王，牢牢把核心生产要素掌握在自己手上，建立了相对闭环的工业化生产体系，培养了一批头部的内容制作团队，包括 20 个节目制作团队、12 个影视制作团队及 30 家战略工作室，还成立了音乐、导摄、视觉等多维工作室，确保优质精神文化产品的持续供给。同时，芒果 TV 建立了网络视听业界领先的智能中台，拥有标准化流程、新联动机制，将项目的评估、运营和产品、技术等聚合打通，最大化释放生产能力和内容价值，让内容团队解放双手，也让其他团队在协同支撑上起到更大助力。

### (1) 剧集方面：构建自有影视生态，确保内容核心价值



在影视赛道竞争激烈的市场环境下，芒果 TV 不追求以大量剧集铺底，而凭借精准的命中率，打磨小成本剧集，打造垂直品类优势，形成了良性的影视剧自有生态，积极响应国家广电总局“小成本、大情怀、正能量”的政策倡导。

《离人心上》《韞色过浓》《从结婚开始恋爱》等深受女性观众喜爱的多部剧集均实现了以 B 级制播成本达到 S 级效果的投入产出，既做好了正能量内容，又探索了性价比模式，为业界提供了标杆。《从结婚开始恋爱》更是通过女性成长和自我觉醒的角度进行创意，展现新时代女性的追求与力量，实现了社会效益与经济效益相统一。



采购剧方面，借助平台、会员、广告、版权等多方评估体系，以及严格的考核机制，实现了好戏连台。独播剧《下一站是幸福》成为“开年剧王”，《以家人之名》成为暑期爆款剧，获评国家广电总局 2020 中国电视剧选集、抖音星动之夜年度人气电视剧、第二届人民日报数字传播融屏传播盛典“融屏活力剧集”。下半年上线的《装台》更是成功破圈，男性用户偏好度 (TGI) 高达 124%，成为大屏端付费和流量表现双 TOP1 剧集，同样也入选国家广电总局 2020 中国电视剧选集，获评第二届人民日报数字传播融屏传播盛典“融屏时代剧集”及“都市生活剧集推荐”，位居 2020 年中国电影电视剧年度十大影响力榜单 TOP10，该剧丰富了广大用户的精神文化生活，有效传递了幸福、和谐的社会价值。

同时，芒果 TV 不断深化改革，重磅推出“芒果季风”计划，推出每周两集、单集 70 分钟、共 12 集的短剧篇幅和新周播模式，打造国内首个台网联动周播剧场，以高浓度的剧情、电影级的叙事手段与技术应用，创造崭新的叙事风格和影像品质，反对长剧注水，颠覆悬浮表达，摆脱流量依赖，打造有浓郁原创中国风的戏剧作品，为影视行业带来革新气象。这是芒果人履行社会责任的更高文化站位和更深艺术扎根。



(2) 综艺方面：持续打造爆款优款

2020 年，芒果 TV 上线了 40 多档自制综艺，在市场排名前 10 的综艺中，芒果 TV 出品的节目占了 5 档，为引领全国网络综艺的正确价值取向作出了突出贡献。年度现象级综艺《乘风破浪的姐姐》截至年底播放量超 54 亿，全端热搜超 2300，“乘风破浪”成为年度热词。《朋友请听好》斩获六大综艺热播榜第一，是当之无愧的高口碑爆款作品。《说唱听我的》组合“魔动闪霸”闪耀出圈，拉动大量年轻男性受众，再次登顶音乐综艺高地。芒果综艺的不断破圈和收获用户，为整个平台的传播力、引导力、影响力、公信力“四力”提升创造了坚实的基础。



《乘风破浪姐姐（第一季）》



《朋友请听好》

由于影综双线爆发，目前芒果 TV 综艺、电视剧、动漫频道观看人数同比增速在头部视频平台中均位列第一，影响力逆势增长 62%，在视频行业第一阵容的比重进一步提升，日活同比增长 40%，成为行业增长最迅速的在线视频媒体，起到党媒国企在网络视听业界的主力军作用。



### 3、抢占技术风口，形成技术优势

芒果 TV 从聚拢核心技术人才，到构建大数据平台，再到一云多屏的构建，历时五年发展。2020 年，芒果 TV 个性化观看服务和多元化媒体服务质量已居行业前列。新的国内首创技术项目的增加不断充实芒果知识产权库。

芒果 TV 凭借内容优势，将技术与内容深度融合。互动剧方面，自主研发了互动剧制作平台，参与互动剧国家标准的讨论与制定，盒子工作室（何忱团队）牵头成立三支互动剧开发团队，打造国内首档互动侦探剧《头号嫌疑人》，第二季《目标人物》通过为观众带来升级版的沉浸式内容消费体验。VR 方面，与上海科技大学成立联合实验室，打造技术领先的 VR 应用实验室。浙江移动向芒果定制了 5G 套餐包中的第一批 VR 视频内容。



为保证在技术领域逐渐形成人才优势，芒果 TV 从全球一线 IT 公司积极引入高端人才，目前公司技术工程师数量超过 600 人，员工占比近 40%。2020 年，芒果 TV 成功承办了首届“马栏山”杯音视频国际算法大赛，来自剑桥、麻省理工、清华、北大等环球顶尖高校领衔的 1286 支队伍参与，前 10 名有 5 人入职芒果 TV，将推动芒果 TV 算法领域再上新台阶。



#### 4、深化品质管理，加强知识产权保护

芒果 TV 连续两年排名中国互联网企业前二十，国有控股企业排名第一，湖南省互联网企业第一；荣获 2020 年度软件和信息技术服务竞争力百强企业；连续六年进入《世界媒体 500 强》榜单，位列亚洲互联网新媒体领域前十。

芒果 TV 高度重视品质管理，其质量管理模式获得社会高度认可。2020 年荣获了第六届“湖南省省长质量奖”，是省内首家获得此项荣誉的互联网企业。



芒果 TV 高度重视知识产权保护，截至目前共注册 1000 多个商标，提报 260 项专利、200 多项版权，构成了芒果 TV 知识产权保护版图，社会影响力、法治规范性逐渐成为业界翘楚。

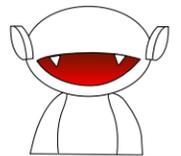


#### 第二节 主流宣传主线分明，社会效益全面凸显

2020 年是极不平凡的一年，充满挑战更充满希望。芒果超媒、芒果 TV 牢记媒体深度融合发展的践行者与排头兵使命，始终坚定以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，严格落实意识形态工作责任制，围绕主题主线，创新主流宣传语态，打造主旋律宣传内容带，让正能量聚集起了大流量。

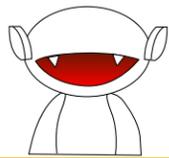
##### 1、突出主题主线，以高频共振奏响时代强音

2020 年，芒果 TV 将宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为全年头等大事，持续强化首页首屏“学习时刻”——习近平总书记报道专区建设，实现主流思想与时代青年的密切对话，充分实现了传递社会主义核心价值观的主流平台价值。习近平总书记在湖南考察调研期间，芒果推出《在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下》专题特辑，点击量超 1900 万次。





2020年，在全平台打造“小康”“扶贫”“疫情防控”“全国两会”“党的十九届五中全会”“纪念抗美援朝70周年”等频道或宣传专区专题，完成新春走基层、2020互联网岳麓峰会、2020中国新媒体大会等大型活动宣传，累计上载12.56万条新闻视频，完成87个重点宣传项目，完成75场主流宣传直播活动，以高频率、多亮点、具新意、有深度的主题宣传，壮大主流舆论，奏响时代强音，获得多方赞誉。



## 2、自制主旋律大片，以圈层共鸣引领青年文化



高扬主旋律旗帜，引领青年文化，实现主流影响与市场流量的双赢，一直是芒果TV在纪录片出品与传播上的追求。2020年，芒果TV推出自制纪录片9部，引进纪录片60余部，以艺术“小切口”关切时代“大主题”，带着“芒果出品”的青春属性，生动讲述中国故事，切实形成了一条贯穿家国情怀、叫好又叫座的年度主旋律宣传内容带。

其中，获赞“史诗级”的《中国》第一季，从春秋到盛唐的中国历史故事中，用人文观挖掘对今日中国影响深远的人和事，用高清影像探寻中国精神根源，播放量超2.5亿，被列为国家广电总局重点纪录片创意选题，获总局官网首页推荐，《人民日报》等超110家权威媒体点赞，多位历史学家、著名导演自发力荐。





为庆祝建军 93 周年推出的《战旗美如画》，通过记录七位优秀军人的热血坚守，展现新时代军人赤诚报国的风采，获广电总局例会点名表扬，中共湖南省委常委、宣传部长张宏森两度批示肯定节目“创意好，时效好，紧扣重要时间节点”。

《石榴花开 2》紧扣重大主题，致敬脱贫攻坚，在风土人情审美基础上展现少数民族全面脱贫的奋斗历程，凝聚了团结奋进的“石榴精神”，获广电总局高度肯定，权威主流媒体矩阵推荐超 130 次，中共宁夏回族自治区委宣传部特意就节目给该地区带来的显著社会效益向芒果 TV 发文感谢。自制的《果味乡村》用“一村一果”的概念描绘出乡村振兴的新图景。热播的《我们的国潮》《百年老店的朋友圈》等，借国潮的热风，弘扬优秀传统文化。《哇！老街》全面立体展现长沙老街故事，展示着独特的城市文化。



重点外宣项目，《功夫学徒之走读中国》通过异国青年在中国乡村的深度职业体验，让世界读懂了中国减贫“功夫”，亲近了中国脱贫模式。《闪耀的平凡》以国际视角聚焦在各领域默默奋斗的平凡中国人，被中宣部表扬“深度诠释了习近平总书记‘人民至上’的理念”。《致我们共同的地球》以青年公益活动传递中国力量，获联合国难民署点赞。



这一系列纪录片紧贴时代需求，通过主流话语的故事化、情感化、细节化表达，形成了一种“新主流审美”，把主流故事讲得有声有色、有血有肉，直观传递了中国力量，形成了芒果在纪录片传播领域的厂牌口碑。

### 3、原创爆款综艺，深凝社会关怀

芒果 TV 始终把正确的政治方向、价值取向、舆论导向作为文艺创作的第一要求和永恒主题，越是爆款效应的优质节目，越加自觉、越是善于彰显传播关怀，深凝社会效益。

2020 年夏天引爆全网的原创综艺《乘风破浪的姐姐》第一季在致力于关注社会女性价值的同时，紧扣“决战决胜脱贫攻坚”主题，通过自身影响力、话题性，带动“消费扶贫”成为全民行动。节目期间，姐姐们参加芒果扶贫云超市直播，助销湖南省 10 县城扶贫美食，2 小时直播销售额突破 100 万元。参与“出手吧姐姐”全省妇联系统“七一”扶贫大直播活动，总计带货超 1200 万元，卖火了三湘特色农产品。姐姐们还与留守儿童合唱团一起，在乡村田野间寻找“最美的声音”，为乡村扶志扶智助力。

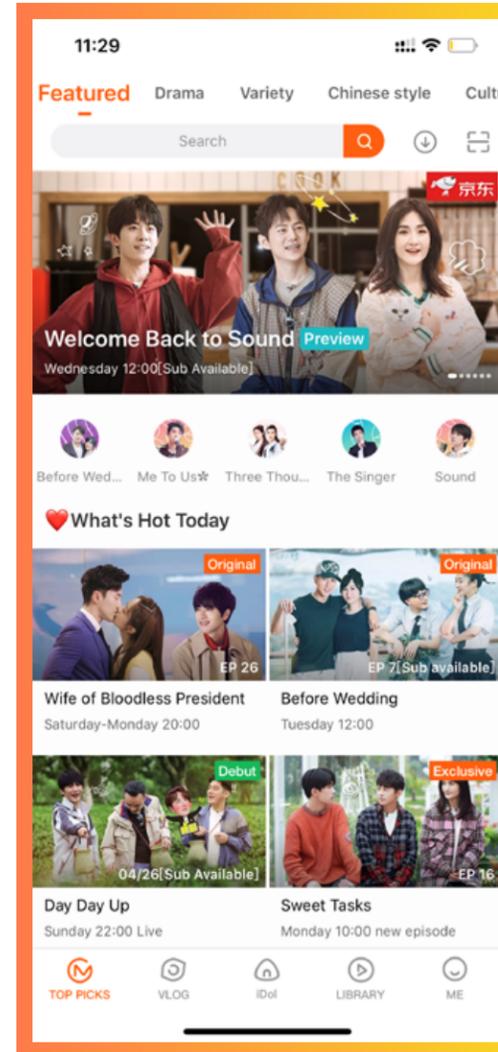
年底《乘风破浪的姐姐》第二季策划初期，芒果 TV 就与中华全国妇女联合会（全国妇联）合作，开启“巾帼她力量”活动，成为本季节目的新主题和重要公益元素，让正能量宣传贯穿始终。



热播综艺《希望的田野》用充满网感和年轻态的“电商直播”元素，构建起节目的创新模式，以“文艺潮”带动“新农潮”，实现文艺领域的正向能量输出，体现出对乡村振兴的积极关注。



### 4、升级对外传播，壮大中国声量



2020 年，芒果 TV 作为中华文化的传播平台，依托中华文化的特色内容资源，进一步优化“自有、自主、自控”的海外新媒体平台芒果 TV 国际 APP，在利用国际流行互联网平台“借船出海”同时，实现了“造船出海”，积极拓展海外传播，让中国主流声量更远更响亮。

2020 年底，芒果 TV 国际 APP 已覆盖全球 195 个国家和地区，海外用户规模突破 3000 万，成为全球华语内容覆盖最大的平台。在疫情防控、脱贫攻坚、全国两会等对外重大主题宣传报道方面，以坚定站位、文化自信、人心凝结的态度，和多角度、多样式、多语言的方式进行展现，让海外用户在线亲近开放自信的当代中国。从 2020 年 1 月开始，国际 APP 首页 24 小时轮番宣传报道中国抗疫故事，累计多语种展示了 5000 多条视频，在国际复杂舆论环境下，让中国抗疫的最强音翻山跨海，响彻全球。



芒果娱乐主投、中泰合拍的电影《乘风破浪》在东南亚地区成功上映，是当代中国文化精神一次出海。合拍剧《杉杉来吃》为国内影视公司开展对外文化交流合作提供了新思路。包括古装剧《上古密约》和《青青子衿》、现实题材剧《向阳而生》、科幻喜剧《欢喜猎人》等多部剧集发行覆盖美洲、欧洲、大洋洲、亚洲等区域近 200 个国家和地区，在 YouTube、泰国 WeTV、Viki 等平台播出，圈粉海外观众，扩大中华文化朋友圈。



天娱传媒主投主控《蜗牛与黄鹌鸟》登陆湖南卫视，在全国网、城市网、酷云、欢网均排名第一。片中积极价值观获《光明日报》等多家主流媒体点赞。在海外，该剧片段在戛纳获得展映机会。美国、加拿大等国家的观众形成追中国当代文化新风的剧集热潮；越南、日本、韩国以及俄罗斯，已在译配该剧当地语言版本，共同演绎华人高品质视听盛宴，特别成为了首部在俄国立电视台播出的国产剧，被称之为“罕见的高水准音乐类型剧”，让世界看见中国音乐生之美。芒果 TV 出品的《从结婚到恋爱》、《我才不要和你做朋友呢》翻译成日、韩版本。



### 第三节 大片凝聚社会共识，《中国》力量深入人心

湖南卫视、芒果 TV 联合出品纪录大片《中国》的播出，是 2020 年极具社会影响的文化美谈。这是首部以“中国”直接命名的经典影视作品，被列为国家广电总局重点纪录片创意选题。该片通过重现历史长河中民族先贤的群星闪耀瞬间，梳理中国历史上影响深远的重大革新、思想流变和生活变迁，凝聚社会共识，让观众读懂统一情怀、中国力量的基因传承。该片“微博话题 # 纪录片中国 # 阅读量”破 9 亿，《人民日报》等国家主要媒体点赞“《中国》有助于向世界呈现全面、立体、真实的国家形象”，节目热度和口碑迎来双丰收。

#### 1、追溯历史源流，彰显文化价值

中华文化源远流长，《中国》引领全民回望历史，以其博大的文化视野和面向世界的格局，对中华文化进行了多维度、多层次的探讨，提炼出宽广历史长河中沸腾的生命力，积聚着中华文化继续传承的强大的精神力量。网友称《中国》追远思今，“让人从更深处感受到历史的厚重感和中华文化的独特魅力”，“感受到不朽人物的精神传承”。从而对于展现中国精神、坚定文化自信更显积极意义。



#### 2、创新故事演绎，融入东方美学

拥有强大制作班底的《中国》摒弃了传统纪录片的“写实”记录方式，将“去剧情片化”演绎和诗文般画外音解说巧妙结合，打造出融入了精致服化道、表演和中国美学构图的电影级画面，让厚重历史可读可感，提振着民族精气神。



#### 3、丰富传播方式，激励青年受众



为了让纪录片贴近青年观众，《中国》推出“群星配音版”，以多版本的一线艺人声线讲述历史故事，吸引更多年轻人关注。变装挑战赛、历史插画 # 漫画二创征集、高校展映等主题活动将纪录片的社交化、年轻化传播更加做实、做细、做深，不仅收获了青年群体的良好口碑，更激发起年轻一代的爱国之心。有大学生表示，“我们不仅是历史的见证者，更是历史的创造者。我们青年一代更要肩负起民族复兴与国家富强的重担。”这是节目精耕细作取得的可贵社会效应。

#### 4、营造全网氛围，立体影响时代



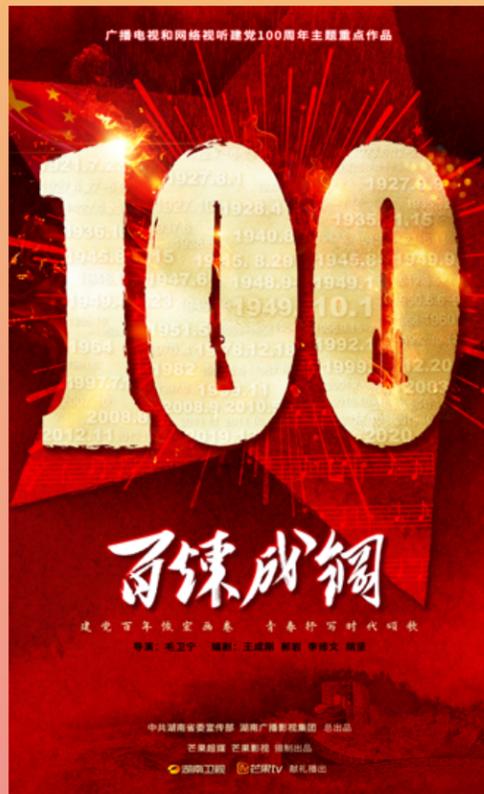
芒果 TV 从四大维度进行《中国》的传播弘扬：很年轻、很美、很正统、很国际，进而打造出来一个“很中国”的宣传体系，营造全网氛围，立体影响时代。主流价值权威上，中宣部《每日要情》发文肯定，国家广电总局、湖南省广播电视局发文力荐；《人民日报》、新华社、《光明日报》等央媒集体关注。国际化传播上，美国全国广播公司、哥伦比亚广播公司、福克斯有线电视网、《芝加哥每日先驱报》、日本共同社等国际著名媒体推介总量逾 370 家次，中国文化 IP 实现了全球影响力。

#### 第四节 主流影视当仁不让，风生水起

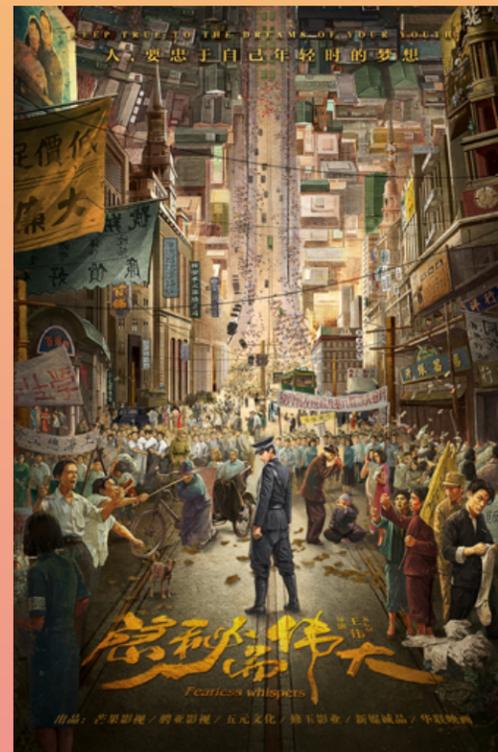
芒果超媒作为国有新媒体主平台公司，在主流影视剧生产与传播上当仁不让，风生水起。

2020 年是脱贫攻坚决战决胜之年，公司旗下天娱传媒拍摄新时代脱贫攻坚题材电视剧《江山如此多娇》，作为献礼 2020 脱贫攻坚收官之年的精品力作，反映了一代代扶贫人的接力传承以及对扶贫工作的深入思考，鼓励青年一代将满腔热血与时代和国家同频共振，贡献自己的青春力量。作为国家广电总局脱贫攻坚重点剧目、湖南省重大文艺项目，该剧于 2021 年 1 月在湖南卫视、芒果 TV 台网联动播出，引起巨大轰动。社会纷赞“这是一部将时代主题成功融于艺术作品的人民情感佳作”。





为庆祝 2021 年建党一百周年，由中共湖南省委宣传部、湖南广播影视集团有限公司总出品，芒果超媒、芒果影视创制的建党百年重点题材剧《百炼成钢》于 2020 年 12 月 30 日开机。该剧是献礼建党百年的项目中唯一一部全景呈现党的百年革命史、创业史和奋斗史的电视剧作品，将打破重大题材传统创作的顺时叙事，采取组歌版块式结构，用大写意、大跨越的方式，创新书写献礼剧的新篇章。项目被列入国家广电总局公布的第三批 2018-2022 年重点电视剧规划选题名单。



由芒果超媒荣誉出品、芒果影视出品、芒果 TV 联合首播的《隐秘而伟大》自 2020 年 11 月登陆 CCTV-8、腾讯视频、芒果 TV 播出。该剧携芒果青春基因，创新性融入革命剧、职场剧、生活剧、谍战剧等元素，以年轻观众认可的方式演绎动荡时代下小人物的成长蜕变，引发观众广泛共鸣，播出期间收视、口碑、热度三线冲高，连续 25 天居收视率榜首，豆瓣评分 8.2，全平台 202 个热搜上榜，微博话题阅读总量超过 203 亿，实现了新主流电视剧的成功“破圈”传播，跻身 2020 年度优质爆款剧目之一，位居豆瓣 2020 年度口碑华语剧集 TOP10、微博电视剧大赏人气剧集 top6，获评综艺报 2020 年度影响力“年度剧集”、环球时报 2020 年度优选剧集、“指尖剧集榜”2020 年度最具影响力电视剧作品。国家广电总局电视剧司司长高长力称赞“艺术创作要做到‘真善美’，《隐秘而伟大》做到了。”



《理想照耀中国》由广电总局电视剧司发起、湖南广播影视集团有限公司总出品，芒果超媒、芒果娱乐制作的建党百年重点剧目。该剧紧扣“念青春故事、书家国情怀”的创作理念，以“美好理想、青春奋斗”为核心主题，广泛挖掘不同历史阶段各行各业中生动的青春故事、有血有肉的鲜活人物，旨在以当下年轻人更易接受的方式讲述呈现，激发年轻人的青春共鸣。

芒果影视出品励志青春大剧《我在北京等你》微博相关话题累计阅读量突破 100 亿+，相关短视频播放量近 10 亿，剧情、角色、爱情观等衍生话题深入人心。《人民日报海外版》称赞该剧“通过在逆境中成长的创业者群像引发普遍共鸣，进而潜移默化地向青年群体释放逆境向上、永记初心的奋斗精神，让个人的小梦想与中国梦浑然一体，鼓励着青年创业者燃烧青春能量，砥砺前行”。





芒果娱乐出品都市健康话题剧《向阳而生》首播收视率省级卫视全网第一，欢网连续 35 天收视蝉联第一，在豆瓣和知乎更是分别取得了 7.6 分和 8.2 分的好成绩。该剧重温“熊顿”故事，并赋予“熊顿精神”新时代注解，以温情赢得共情，扎根现实主义土壤绘就人生百态。



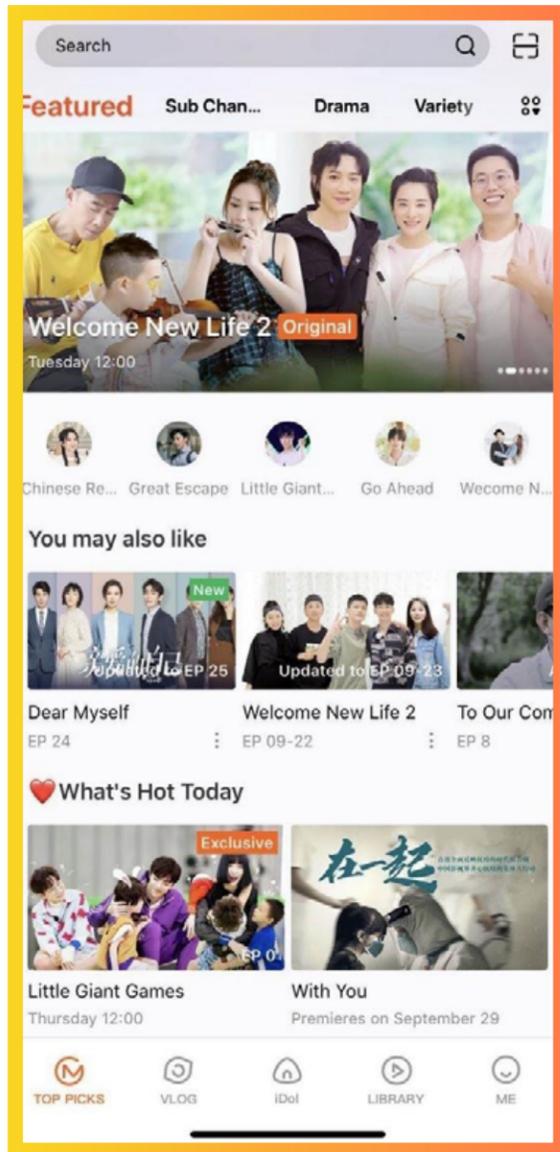
芒果 TV 近年来还不断创新青春生活剧，坚持用年轻人喜闻乐见的形式传达主流价值观。《陪你到世界之巅》《你好，对方辩友》等聚焦年轻人生活、展现青春活力的影视作品入选国家广电总局“年度优秀网络剧”。



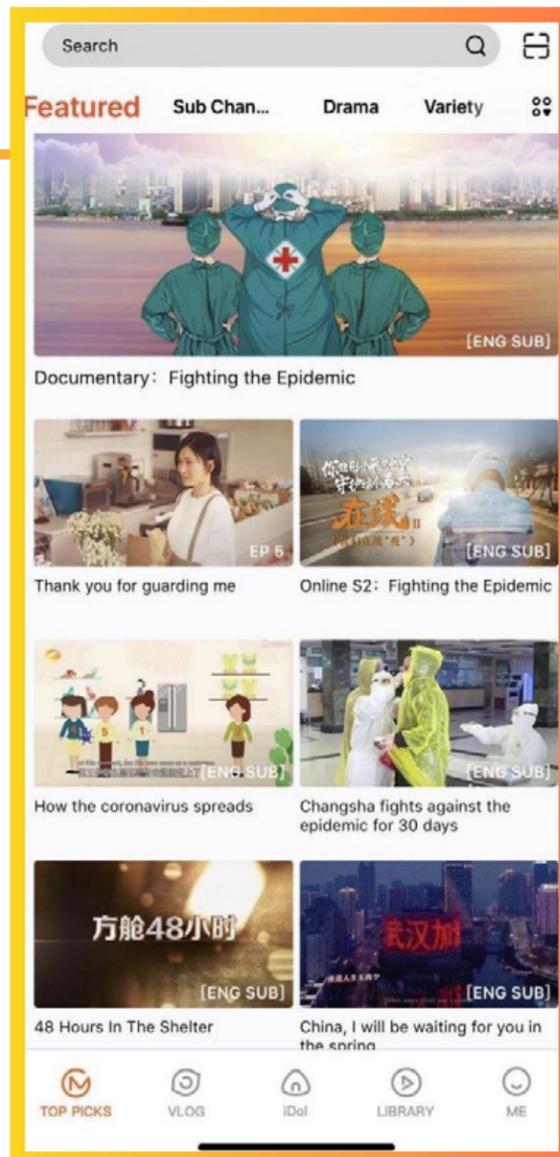
由芒果娱乐立项制作的古装励志剧目《青青子衿》于 8 月 17 日登陆湖南卫视青春进行时剧场。播出期间收视率一路领跑，17 次全国网登顶同时段收视率第一名该剧聚焦少年长成故事，通过描述主角逆袭成长的实现过程，引导当下年轻人树立正确价值取向。



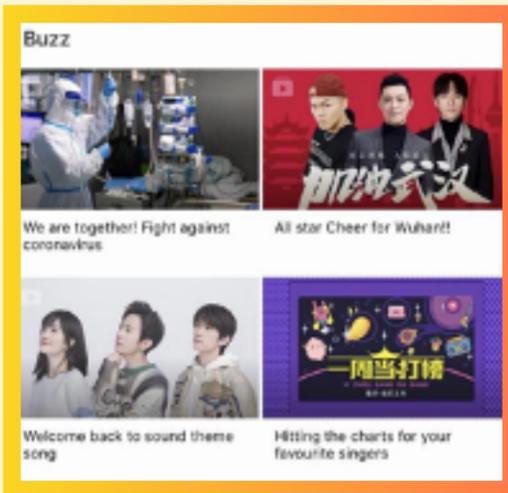
## 第五节 国际传播迎难而上，逆风飞扬



2020 年度，除去“自有、自主、自控”发展前述芒果 TV 国际 APP，还搭建了芒果 TV 国际 PC 版、TV 版及 M 站，真正实现全屏多端覆盖。



为致力于做华文媒体在全球最好的海外视频平台，在多语言本地化策略的执行上，对于重大题材和重点项目的精彩内容，国际运营团队合理分配翻译资源并定制翻译策略，实现多语言字幕与介质同步上线，执行了最全面的多语言方案。芒果国际内容板块已经提供了包含英语、繁体中文、简体中文、马来语、越南语、印尼语和泰语的 7 种产品界面语言，译制了包含英语、法语、马来语、日语、斯瓦西里语、西班牙语、泰语等 18 个语种的字幕以方便全球用户观看相关内容。这种国际化媒体的形象努力和据实操盘，是芒果对中华文化走出去的自觉贡献，为中国故事的海外传播创造了特定价值。打造更加“海味”的芒果 TV 国际视听体验，让芒果无论是在数量还是质量层面，都在吸引海外用户更多的涌入，海外影响力稳步提升。



2020年,芒果TV还深化“一带一路”沿线合作关系,积极同Facebook、Twitter、Youtube、TikTok等新型媒体平台合作,拓展内容发行的渠道和范围。与马来西亚最大的电视集团Astro达成合作,每年输出10部以上优质内容;与非洲最大的手机厂商传音达成战略合作,为非洲及印尼用户精选专区内容,全球布局新兴市场;与华为海外持续强化合作关系,以SDK专区、APP预置、HMS生态合作协力拓展全球业务。正因精品传播持续走出国门,2020年芒果TV国际项目屡获肯定,获评中宣部“2020年中华文化走出去工作重点任务清单”项目、国家广电总局“丝绸之路影视桥工程”重点项目,和“中国-东盟优秀传播案例”。

2020年,疫情肆虐的严峻背景下,芒果TV国际APP积极承担“人类命运共同体”传播责任,彰显了主流网络媒体担当。国际APP自1月27日启动疫情防控重点报道事项,首页以中英多语言形式开设专题入口,首页闪图每晚实行防疫特别直播报道,直播湖南援助湖北医疗队行动等累计55场。并引进运营抗疫主题剧《在一起》,赢得良好社会美誉度。



芒果影视自制精品剧以其“鲜明的特质、飞扬的青春、优秀的品质”的“芒果制造”品牌,吸引着众多的海外客户。《我在北京等你》《我不是购物狂》《爱在妇产科》《安息香》《像我们一样年轻》《大宋少年志》等多种类型的古装剧、年代剧、现代剧,均已签订海外发行合同,已经或即将在越南、马来西亚、中国台湾、中国澳门、美洲、澳洲、非洲等国家和地区播出。



2020年五四青年节,《人民日报海外版》特邀老中青三代文艺工作者给驻鄂部队00后战士、90后抗疫医护情侣、90后扶贫干部等抗疫、扶贫一线的青年代表写信,天娱传媒艺人张新成作为其中的一位青年文艺工作者,也致信向他们表达敬意,并送上祝福。

•五四特别策划•

### 写给青年的六封信 你们的青春绽芳华



第六封信

## 第六节 技术生产力与文化原动力的高速融升

芒果TV 一直致力于技术与内容的高度融合，用产品思维推动技术研发，用品牌战略深化产品创新，由此给国有新媒体集团的技术赶超闯出一条新路来。

平台建设方面，快速推进平台架构朝着云生产、云分发、云交付的目标发展。启动基于云架构的芒果小程序多维化开放生态，广纳聚合业务模式，开放基础能力，加速产品矩阵的构建。通过云源站、CDN + 边缘计算模式、基于实时数据的资源调度，构建了业内领先的技术成本优化体系。



用户体验方面，完成视频多项画质优化。采用 AI 赋能的编解码技术，有效平衡了码流、质量、延时和算法复杂度之间的关系，无论是直播还是点播，在提升画质的同时不增加码率。自研升级真 4K 清晰度生产和播出技术，打通了完整的 4K 视频投放全链路，极大满足了用户的观看需求。



创新发展方面，重点发力 5G + XR 方面的“果核”系列产品研发。打造芒果 TV 自由视角系统，让用户可以 360 度全角度的观看节目。研制 MR 电商直播系统，通过 AI 及 3D 场景模型自动混合技术，给用户提品效合一的体验。落地全国首个 4K 全息动态光场棚，可实现零干预全自动 3D 模型重建。



内容赋能方面，不断加强 5G 时代背景下的超高清内容生产制作平台的研发，同时扩容智能中台。构建“光芒”云制播系统，通过云存储、云计算、云渲染等技术实现内容采、编、播上云，以 4K 为切入点变革超高清内容生产工具，解决行业内超高清内容生产难度大、成本高、效率低的瓶颈问题。打造“相映”互动视频生产平台，与国家广电联手树立行业标准并成为“智慧广电”优秀示范案例。自研“云剪”媒资智能生产云平台，通过云素材、云媒资、云剪辑三大功能且加持 AI 算法实现了媒资生产的云化、智能化，极大提升内容生产和运营效率。



以上重大技术研发努力，是芒果进入的前所未有的视频新技术场。这对于加速推动超高清内容生产、传播、回馈、再应用的发展，对于根本改进网络视听用户收视条件、互动习惯、观看体验，有特别重要的意义。这是芒果人履行社会责任的崭新领域和最新触达，技术意义和社会意义值得期待。

# 第四章

芒果 2020 有点潮（下）：乘风破浪



## 第一节 主流价值观贯穿芒果综艺制播全程

作为中国当前头部网络综艺和青年文化影响的主要平台，让社会主义核心价值观贯穿芒果综艺制播全程，是芒果超媒在社会责任建设上的自觉、主动、重大、独特的创造。芒果 TV 作为国有主流新媒体和一线网络视听平台，坚持守正创新，做爆做精做实做细芒果主流综艺，积极引领青春正能量。

### 1、节目立项环节，必须体现主流价值

芒果系的每一档节目在立项阶段都会经过反复论证，力求做一个内容必须能解决一个社会问题，或观照一个社会现象。节目立意是否体现主流价值，是否为社会发展提供动力，能否满足人民日益增长的精神需求，是节目落地的硬标准。

2020 年度现象级主流综艺《乘风破浪的姐姐》之所以能顺利启动，关键之处就在于它能够在展现新时代女性拼搏精神，凸显出社会进步所需要的价值和品格，由此吸引了各行各业的青春榜样一起关注和参与，让“乘风破浪”成为被唤醒的全民精神。到 2021 年初的节目第二季，全国妇联（宣传部）对其传播价值高度认可，成为彰显巾帼力量的榜样。

《妻子的浪漫旅行》则以治愈为精神内核，深度传递“爱需要双向表达”的价值观念，以彰显相互扶持的健康家庭观而备受欢迎。《朋友请听好》基于对各行各业的关注，温情回答青年人关于人际关系、婚恋情感、职业梦想等多维度提问，鼓励青年人勇敢前行，获得社会广泛好评。



## 2、策划制作阶段，积极融入社会生活



芒果超媒要求各节目尤其是综艺的策划制作环节，要主动融入当下社会生活，增加公益活动文化元素。常青款综艺《明星大侦探》节目主旨始终聚焦对社会现实的关照。2020年第六季，从网络信息安全、职场关系到反家庭暴力，每一个案件都是现实社会的缩影，体现对社会问题的关切或解决建议，由此引发广泛社会反响。《乘风破浪的姐姐》秉持助学兴教、素质提升、健康守护、铸魂育人等理念，助力贫困偏远地区青少年的体育配套建设完善和文化遗产工作，进一步推动关爱留守儿童群体。可心综艺《小小的追球》近距离感受面临消失危机的绝美之地，倡导“共同命运，共同保护”，展现了年轻一代的环保理念与行动先锋作用，并受全球生物多样性公约组织和中国科学院邀请，参与种子收集活动和亚洲象保护行动，在国内外赢得美誉。



## 3、审片把关环节，严格执行“三审”制



芒果超媒、芒果TV在内容审片环节严格执行“三审制”，全面覆盖内容生产采集、编辑、审核、发布、直播、巡查纠错各个关口，坚决确保平台导向安全零差错。公司一方面邀请资深导演、专家对节目环节设置、服化道以及表演等进行前置审查，全程把关；另一方面，加强舆情监测，及时了解网友话题关注重点并反馈到内容生产之中，切实提升作品的精神高度、文化内涵和艺术价值。

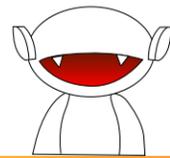
## 第二节 “乘风破浪”成为被唤醒的全民精神

2020年6月12日至9月4日，芒果TV切中防疫期间大众情绪及中年女性的年龄焦虑、职业瓶颈等热点话题，推出《乘风破浪的姐姐》第一季，通过30位30岁以上女艺人在舞台上自我突破的奋斗故事，展现了新时代女性关注自我、勇敢绽放、提振信心的风采。该节目成为2020年全国首档现象级综艺节目，掀起了全民“乘风破浪”的热潮，获得社会效益、经济效益、品牌效益大丰收。国家广电总局“国家广电智库”发文肯定“‘乘风破浪’不再是节目的一个关键词，更成为一种被唤醒的全民精神”。节目积极创新产业扶贫模式，参与扶贫直播活动，获时任湖南省委书记杜家毫及省委副书记乌兰充分肯定。省委宣传部表扬节目“在原创性和传播正能量等方面颇有亮点”，省广电局表扬节目“传递的价值观与时代高度契合”。

### 1、“乘风破浪”的船长精神：严把导向关，传播正能量



公司董事长张华立在《乘风破浪的姐姐》节目现场指导



芒果的船长们首先以社会责任的站位、乘风破浪的精神，高标准严要求节目制播。公司董事长张华立多次召开项目协调会，对提升作品的精神高度、文化内涵和艺术价值提出具体要求。公司总经理蔡怀军多次在党委会及专题调度会上要求，“要进一步强化节目正能量属性，做到公益元素、文化内核与节目内容的有机结合，让正能量贯穿于节目始终”。

这些指导意见不仅在管理层保证了坚决把好节目导向关，也促使运营一线全程开展专项舆情监测，时刻了解网友关注重点和民意制作建议，确保节目亲近社会、激励人心。

### 2、“乘风破浪”的船员精神：展示新女性，彰显榜样力



《乘风破浪的姐姐》通过深刻的情感连接和丰富的价值表达，打破了大众对“姐姐”群体的审美认知和刻板印象，开创了关注新时代新女性的“姐系”综艺新感受。嘉宾的“直挂云帆，乘风破浪”给亿万女性以新力量，弹幕里一句“看到她们，我好像没那么害怕变老了”成为观众心声的写照。



《姐姐》成团之夜直播上，邀请了中国女排、国内高龄飞行第一人、护目镜女孩等多位在“海陆空”各领域有过突出成就的“榜样姐姐”，展示更丰富的社会女性价值。这些榜样组成的奋斗者群像，聚成一种精神共鸣，激励更多人超越身份和年龄限制，挥洒青春，踏浪前行。中央政法委官方微信公众号评价节目中“她们身上无所畏惧的‘敢’、坚持做自己的‘飒’、超燃超励志的‘梦’，与潜藏在我们每个人身上的气质不谋而合”，《人民日报》等主流媒体点赞“或功成名就、或小有名气的女演员从头再来的勇气、战胜自我的决心更让人敬佩”，“追求不凡的精神在鼓舞每个普通女性‘乘风破浪’”。



### 3、“乘风破浪”的船行精神：做最懂用户的平台，体验新升级

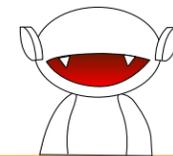
节目开播前，网友提议开设“0.25倍速”功能，芒果TV迅速捕捉用户创意，用时一个月完成功能上线，让观众可以以“像素级”精度欣赏姐姐们的精彩表现，被网友赞为“最懂用户的操作”。成团之夜直播，芒果TV开先河地提供更极致的“超级蓝光”画质选择，并首次采用新一代直播编解码技术，创造了芒果TV直播画质的新高度。让芒果的受众做幸福的被懂者，就是芒果技术人的社会责任。

### 4、“乘风破浪”的船心精神：助力脱贫攻坚，深融彰显担当

《乘风破浪的姐姐》紧扣“决战脱贫攻坚”这一时代主题，通过自身影响力、话题性，带动消费扶贫。姐姐们参加“芒果扶贫云超市”直播，和全省妇联系统“七一”扶贫大直播，仅“七一”期间直播就带货1362万元，销售农产品124.2万件，点赞数超1.8亿次。



姐姐出手吧，参与扶贫带货直播



## 作品展示区



女消防员齐秀团舞A到爆



乘风破浪的00后也来挑战了!



咖啡师团舞挑战 越跳越开心



双胞胎挑战舞蹈 等你来 PICK!

芒果 TV 还创新联动“姐姐”与“小康生活”，推出《小康生活听我“说”》填词改编挑战赛、《无价之姐》视频征集等系列活动，不同职业、不同年龄层的人们纷纷晒出自己的小康版《无价之姐》，唱出心中的小康生活。边防战士、缉毒警察、国家运动员、医护人员等改编翻跳展示“无价”风采，#姐姐舞挑战赛# 微博话题阅读量 10.7 亿，抖音视频播放量 18.1 亿，成为 2020 年的靓丽风景。

节目的社会责任与姐姐们无畏挑战、不断突破的“三十而励”主题结合紧密，与疫情过后复工复产、全民奋进的状态完美相契，“乘风破浪”精神成为时代旗帜，助力“后疫情时代”经济社会建设再掀“巨浪”。《姐姐》播出过程中，芒果 TV 联合新浪微博发布 2020 全民篇、家国篇、职业篇、全球华人篇“乘风破浪瞬间召集令”，中国人民解放军、中国女排、消防、医护、武警、城管等各行各业奋斗者陆续加入，联合国儿童基金会、联合国开发计划署等国际组织也参与其中，正能量风潮席卷举国全球。

## 作品展示区



我们的小康生活之应届毕业生篇



郴州菜农的幸福列车



茜茜搬新家了



周建顾姐姐的退休生活

### 第三节 青春芒果节成就城市新地标、青春好时尚



2020年，第三届青春芒果节以“青春榜样，乘风破浪”为主题，以长沙为根基，覆盖线上线下芒果TV内容场景，以“媒体+城市”的联动方式，开展“打卡长沙城”、“青春芒果城”、“马栏山音乐节”、“青春芒果夜晚会”等四大主体活动。



作为正向青年文化的主流引导者，芒果TV2020青春芒果节招募千名学生志愿者，带动更多的人线上线下体验和参与节庆，不断呈现出互动新模式，传递出积极的时代文化影响。

“打卡长沙城”实现跨产业融合，吸引近60万市民和芒果会员实地打卡长沙150余家网红地标，带动城市旅游经济，助力脱贫攻坚发展，实现社会效益、经济效益共促进的良好局面。“马栏山音乐节”将潮流文化与热门综艺IP融汇，打造疫情后湖南省首次最大规模户外音乐节，活化城市经济。在严格防疫前提下，“青春芒果城”打造线下实景潮玩互动乐园，实现线上线下IP联动，吸引了大批青少年前往体验，成为活动期间长沙打卡新地标热门场所。



芒果超媒两周岁庆典及芒果音乐节开幕式



芒果音乐节现场气氛热烈

## 第四节 芒果网综矩阵燃情家庭温暖、社会温馨

2020 年，芒果推出的一系列女性为主的优质综艺节目获得高度关注，产生了广泛而积极的社会影响力。综艺主题从关注“小家”到服务“大家”，精细到聚焦家庭关系、代际沟通、婚恋情感，关照社会热点痛点，以具有广谱意义的叙事，彰显和谐家风、社会温情。

### 1、以“爱”之名，切中情感需求



芒果 TV 系列综艺从“后疫情时代”被激发出的对于亲人、朋友乃至整个社会的情感需求出发，以《妻子的浪漫旅行 4》《女儿们的恋爱 3》《婆婆和妈妈》关注夫妻、父女、婆媳之间的代际关系，《婚前 21 天》《新生日记 2》聚焦筹备婚礼、迎接妇产等特殊阶段的情感表达，《朋友请听好》《来自手机的你》折射陌生人之间良性的互动、流动的暖意。这些节目勾勒出各种各样的“情感关系”图鉴，展示普通人生活中存在的真实问题，各个角色在双向交流中实现情感碰撞，让观众产生情感共鸣。



以《新生日记》为例，几对嘉宾夫妻在日常的生活场景中开展互动，孕期的细微情绪、矛盾冲突和所感所悟自然而然地铺开，观众在观看中形成参照、反观自身，不知不觉地代入既定情境并产生共情，成为关于情感互动、亲密关系的一次深切体会，有助于社会家庭和谐共建。



### 2、以“家”之态，传递伦理价值

芒果 TV 系列综艺不仅让观众获得情感共鸣，更围绕亲密关系中的沟通相处法则展开讨论，让观众习得方法、降低焦虑。各节目在广泛讨论中传达爱与责任、女性独立、代际理解等治愈系精神内核，持续输出一种代表新世代的“亲密关系文化”，传递美好、积极向上的价值观。

2020 年的现象级作品《妻子的浪漫旅行 4》寻求更平衡的家庭定位，对“家庭”的构思基于换位思考，最终指向“爱的双向表达”，在自然的叙述中输出着相互扶持的健康家庭观。《女儿们的恋爱 2》每一组父女之间迥异的相处模式下，相同的是对恋爱、婚姻、与异性相处等价值观念的碰撞，在观察模式中搭建起代际沟通的新桥梁。《婚前 21 天》去除滤镜的观察中真实展现婚礼筹备的琐碎与婚姻家庭的复杂，如实书写“如何跟未来婆婆相处”“怎么拜见岳父大人”等问题，夫妻间、代际间、两个家庭间互相磨合、共同成长，更彰显出爱情的力量。

### 3、以“责”之重，彰显社会温度

芒果创作者积极承担社会责任，让综艺的温度在更广阔的社会层面产生影响。各节目以青春洋溢的创新表达，持续探寻节目价值和社会价值的平衡，收获影响力和社会效益的更大丰收。

2020 年的《朋友请听好》关注当代年轻人的社会文化语境，致力于用陪伴与倾听传递温暖力量，更积极服务疫情防控，节目嘉宾何炅、谢娜录制的防疫口号通过“村村响”广播系统在全省范围内播放，为防疫宣传出一份力。《小小的追球》四位青年嘉宾以“访客”的身份去感受极端地域的特殊生存形态，以“朋友”视角观察地球，直击濒危物种正面临的严峻考验，在欢乐“囧途”中传递环保的力量，唤醒人们对地球的关怀。

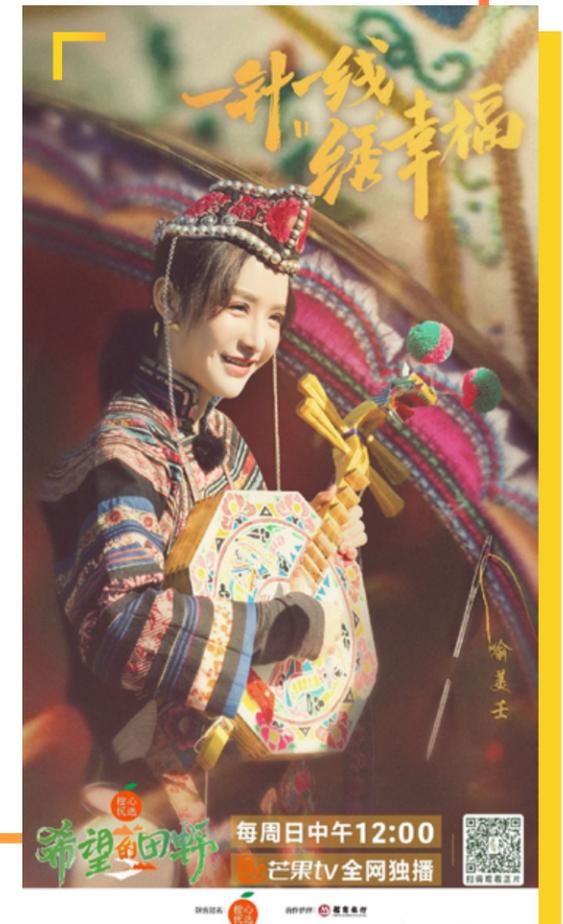


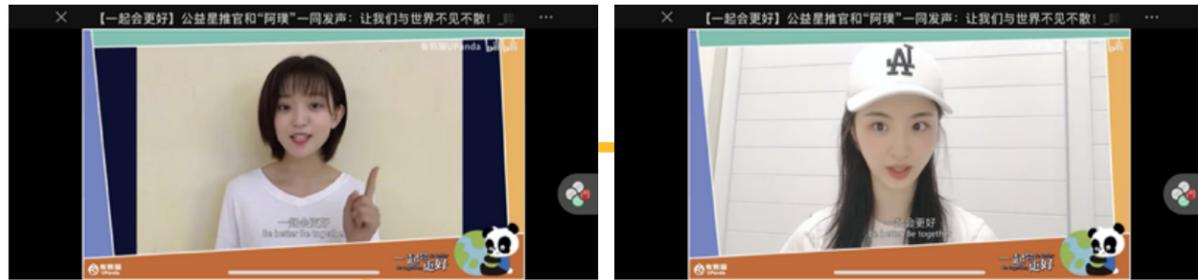
### 第五节 芒果艺人，社会为家



芒果超媒艺人在 2020 年度参与数百人次公益项目，积极承担社会责任。艺人的每一次表达，让公益活动不仅有意思，更加有意义，真正变成一群有价值的传播者。

芒果 TV 的扶贫类综艺节目《希望的田野》，艺人黄圣依、喻美壬参与其中，用现代化的表达方式与民族传统文化相结合，运用创造性转化、创新性发展的理念为助农拓展新思路，运用了名人的声量，增强了人们对农产品的关注，带动了销量。





芒果 TV 联合共青团湖南省委所做的主题活动《“康康”我们的美好生活》，李莎旻子、喻美壬、吴恙、钟好、罗予彤、陈子由、石凯七位艺人积极参与，再次发挥了公众人物主动传播正能量的社会效应。



相信“一起会更好”，2020年长沙市关爱地贫儿童公益活动，赵昭仪、代云帆、完颜洛绒、杨霖、林昕宜、陈鹏万里、魏晚秋、马萱八位艺人现场助力，主持人喻美壬倾情见证，同心圆梦，爱满星城。



2020年4月芒果娱乐艺人吕小雨等参与上海根与芽公益组织联合花边娱乐联合发起#口罩的心愿#公益活动，率先以实际行动倡导正能量生活态度，减少青少年因疫情产生的负面情绪。





2020年4月芒果娱乐艺人赵珺然、王佳宇360手机卫士“女性安全守护者联盟”之“明星能量官”，通过自身影响力，为女性安全发声，倡导增强女性自我保护意识。

## 第六节 综合文创，服务公众，鲜活芒果



2020年，芒果TV文创产业链开始以实景娱乐的方式，布局线下M-CITY旗舰店。这正是依托于芒果TV自制王牌节目《明星大侦探》《密室大逃脱》的IP流量，集结节目中的声光电秀、解谜推理、实景密逃、剧本杀游戏等交互体验于一体，打造线上线下的S级IP体验集成店，给观众带来沉浸式的玩法体验，由此满足人民群众对美好生活的向往。

与一般实景娱乐店铺的运营模式不同，M-CITY旗舰店项目主打“王牌综艺录制现场”+“明星同款跨屏体验”的概念，实现赋能产业、赋乐受众、促进消费、服务社会，同步打造不可复制的芒果系实景娱乐品牌。

芒果TV还打造了芒果互娱好玩平台，重点孵化轻娱乐、轻休闲项目，如抓娃娃、口红机、养成系列等玩法，夯实产品技术能力和渠道运营能力，增进社会经济消费活力。

文创方面，芒果娱乐IP衍生品专区入驻2020青春芒果节，包含《我们的少年时代》《流星花园》《初恋那件小事》《AKB48演唱会》等众多项目合计展示50余款产品，为“后疫情时代”经济再繁荣做出推动。此外，芒果娱乐也推出多款创意衍生品。

《向阳而生》联名黑茶结合明星直播暖心上线。《我有特殊沟通技巧》同款耳机，从植入到播出到硬广，“边看边买”满足受众互动需求。芒果娱乐多个IP文创产品还入驻马栏山版权服务中心进行展示和留存，成为该中心首个影视IP入驻案例。创意联动，引领潮流，是芒果文创服务社会发展的新赛道。

芒果影视积极拓展影视剧衍生价值，着眼于精品IP多方位、多角度、多层次立体开发，提升和放大IP的品牌价值，《我不是购物狂》剧集同名番外版漫画在国内TOP级漫画平台上持续连载，获得了3.6万+热度值的超高人气；《隐秘而伟大》李易峰仿真手办、连环画、实体书、文创产品受剧迷追捧。



# 第五章

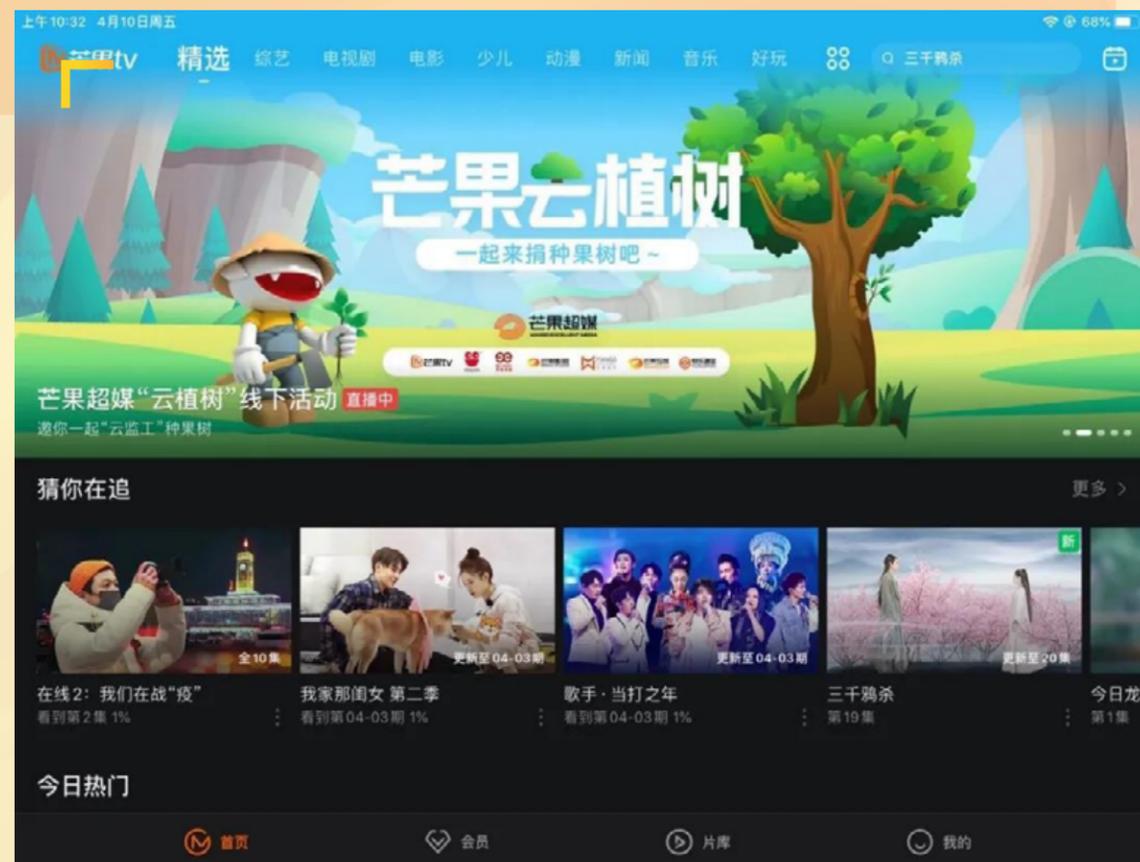
全面小康年，芒果担道义



## 第一节 全司总动员，全屏奔小康

芒果超媒作为党媒国企，扶贫路上永远不会缺席。2020 是脱贫攻坚决战决胜之年，全司总动员，全屏奔小康。

疫情防控期间，总部会同各子公司策划执行了 2020 “云植树” 公益活动，引导社会公众关注环保的同时助力扶贫攻坚的国家政策，践行媒体社会责任。各子公司全线积极参与，“云植树” 活动周期 10 天，点击量 58.6 万次，活动影响 40 万人，14 万人参与公益领取虚拟树苗，2910 名用户捐种成功。前 2000 名培育成功的用户，芒果超媒以该用户名义在湖南省怀化市枣子喇叭村实地捐种果树，为青山绿水的环保事业做实事的同时，切实为山区脱贫贡献一份爱心和力量。



快乐阳光（芒果 TV）在湘西永顺的杨木村开展“结对帮扶”，协助驻村扶贫队争取各级资金 2600 万元，精准发力推进杨木村各项工作，全村基础设施建设全面加强，公共服务保障明显提升，产业发展富有成效，人居环境显著改善。



芒果 TV 精心策划丰富多样的小康生活系列活动，上线“小康”频道，发起“‘小康’我们的美好生活”暨湖南扶贫“美好生活推荐官”选拔等主题活动；上线扶贫频道，与另一子公司快乐购联合湖南省妇联共同打造“出手吧，姐姐！”湖南妇联系统“七一”扶贫大直播，在全省掀起扶贫助农购物热潮，当晚销售特色农产品 42.6 万件，全平台观看量近 230 万人。另一子公司芒果影视也积极响应参与“出手吧，姐姐”扶贫大直播，不少员工积极参与湖南广电对口帮扶湖南省江华县东冲河村开展的“农情‘蜜’意‘芝’为你来”活动，自发自愿购买并助销村民们自产的蜂蜜和灵芝，爱心助农。

天娱传媒出品的《江山如此多娇》播出后，剧中的取景地——张家界牧笛溪村随即成为了网红村，乡村旅游业蓬勃发展。村里基础设施得到完善，旅游产业布局得到优化，旅游承载能力得到提升，慕名而来的游客络绎不绝，诸如莓茶、腊肉、织锦等特色产品销售一空，不仅拉动了当地经济发展，还提供了更多的就业机会，旅游创收高达 3000 万元。不仅村民生活水平日益提高，更多的高素质人才也纷纷回乡，投身到家乡建设中，实现了地方发展的良性循环。此外，主演罗晋、袁姗姗、沈梦辰更是宣布，将为剧中碗米溪村的真实拍摄地——牧笛溪村“乡村振兴”代言，号召更多的年轻人投入到“乡村振兴”的事业中。剧集的热播不仅取得了良好的口碑，更是实现了“真扶贫”的目标。

《江山如此多娇》与《从十八洞出发》《大地颂歌》交相辉映，奏出了湖南广电人的“脱贫攻坚”三部曲，获得上级充分肯定和社会广泛赞誉。



## 第二节 芒果云超市，电商勇担当

2020 年，芒果超媒在脱贫攻坚决胜之年最浓墨重彩的一笔是“芒果扶贫云超市”的开办。为充分发挥主流新媒体在脱贫攻坚、决战决胜中的特殊作用，芒果超媒在集团公司（台）党委领导下，认真贯彻落实省委省政府、省委宣传部要求，在省委网信办、省商务厅、省扶贫办的联合指导下，举全集团之力创新构建“芒果扶贫云超市”这一主流媒体+直播电商的公益助农平台，深耕湖南本土农特产名片打造，拓展打通农产品上行通道，实现农产品“最初一公里”和“最后一公里”的直连对接，真正做到精准扶贫。截至 2020 年底，“芒果扶贫云超市”已走过 42 个地区县市，开店 8152 家，上架商品 32867 件，带动农产品销售达 29.2 亿元。在时代与社会责任召唤下，一年的攻坚努力，“芒果扶贫云超市”已成为“湖南特色农产品线上直播带货第一平台”。



在明确“芒果扶贫云超市”平台作为芒果人在脱贫攻坚决战决胜年最重要的政治任务之后，快乐购积极联动湖南广电各媒体，利用新闻宣传、电商平台、内容制作等多方位优势，形成了扶贫电商平台、扶贫带货直播、扶贫新闻发布、扶贫带货晚会、扶贫公益广告等一系列宣传产品，完整构建扶贫主题节目生态。尤其以讲湖南农产品故事、湖南农民故事、湖南脱贫攻坚故事为要点，带火了各地特色农产品品牌，大幅拉升了全网曝光度，直接带动扶贫农产品销售攀升。截至 2020 年底，“芒果扶贫云超市”全网曝光量达 24.8 亿次，微博相关话题阅读量 3277.1 万次，200 多家主流媒体与新媒体平台发布相关报道 5700 篇以上，形成了美誉度很高的“芒果扶贫云现象”。



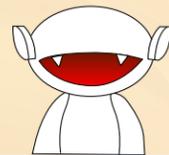
以湖南黄桃促销为例，2020年8月上旬，“芒果扶贫云超市”联动13家湖南广电媒体，以原产地大直播、公益宣传片、音频等方式推荐湖南黄桃，并协同省内32家媒体参与宣发，全网曝光量达360万次，半个月时间共带动黄桃销售1.56亿斤，售出7亿元。其中仅炎陵黄桃通过云超市宣推带动，在不到半个月的时间内，就销售完了总产量的七成。10月的“奋斗吧，姐姐”直播活动1000多位农人参与，同步开启“短视频挑战赛”，吸引了1110万观众观看，3.5万名网友在直播间“剁手”消费，带动销售额超268万元。11月，为了打造一场“永不落幕的大型农业盛会”，在第二十二届中国中部（湖南）农业博览会期间举办16场大型直播带货活动，为超过400种农产品直播带货，订购金额超700万元。



公司内部、外部均强强联手。“芒果扶贫云超市”与芒果TV主流节目《功夫学徒》合作，来自不同国家、地区的10位不同肤色的年轻人深入湖南宜章农村，用不同的视角通过手机直播带货，实地参与湖南脱贫攻坚最前线，体验中国脱贫攻坚的历史壮举。外部各大新闻媒体持续对“芒果扶贫云超市”进行跟踪报道，其中龙山“葱巴妹”谭艳林、桂阳“粽子哥”张海平等本平台涌现的“网红”典型还登上了央视新闻。



为确保脱贫效果扎实，“芒果扶贫云超市”以精准脱贫为目标，通过“一键开店、一键直播、一键到家”的创新平台功能，每一场带货直播都发生在农民的房前屋后，每一个订单都打通了“最后一公里”连接到了农户的个人用户端，每一笔销售款都在第一时间结算到了农户的个人账户，由此在用户端也实现了效率、效益双高的“芒果扶贫云模式”。



此外，为了更好与各区县联动，云超市项目组联合集团宣管部门特别编写了《“芒果扶贫云超市”直播对接工作手册》，有效提高了各场直播活动的规范性，提高了与各区县工作对接效率。“芒果扶贫云超市”还立志让湖南农民成为全国最能直播带货的农民，组织各地新农人、青年扶贫能手等开展直播带货培训，一年之内在湖南省建立25个直播培训基地，累计线上、线下培训33.1万人。通过培训和实践，涌现出一批有潜质的自孵化“农民网红”，如湘西“凤凰腊肉哥”廖艳飞第一次开播就能卖出2300单腊肉；宁远县的欧阳瑶力每周直播销售实现了1000单的稳定业绩。



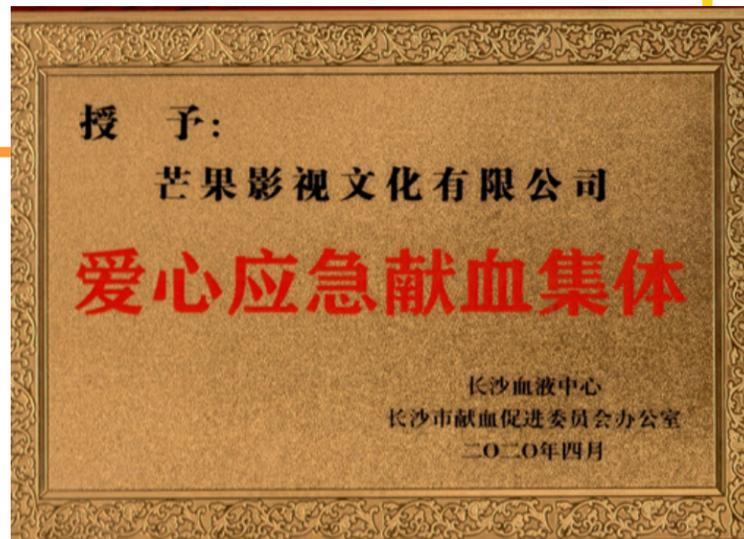
通过平台158万个订单的吸引，“芒果扶贫云超市”利用市场的方式完成了湖南农村电商的新基建。这是芒果人对社会公益建设的意外战绩。

### 第三节 公益无止境，爱心好事近



芒果超媒作为党媒国企，始终坚持“天生青春，天生公益”的理念，践行社会责任。做法上不止于择善而从，逐渐择善而全。由公司党委牵头，旗下各子公司密切配合，开展了形式多样的社会公益活动。

防疫期间，芒果超媒及旗下快乐阳光（芒果TV）、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐、快乐购、快乐通宝、芒果互娱联合长沙市血液中心开展“热血青春 芒果有爱”的志愿者无偿献血活动，并荣获“爱心应急献血集体”称号。



防疫期间，芒果超媒策划的2020年“云植树”公益活动，在引导社会公众关注环保、贡献爱心的同时，为山区脱贫贡献一份爱心和力量。



芒果娱乐艺人佟梦实、齐思钧、吕小雨带头参与芒果超媒发起“云植树”，官微助力，号召粉丝为麻阳枣子喇叭村捐种果树，帮助贫困村民产业脱贫，贡献一份力量。

芒果影视联合中国福利基金会芒果V基金策划出版献礼建党一百周年的公益绘本《隐秘而伟大》，以同名电视剧为改编蓝本，以菜鸟警察顾耀东为主人公，绘述其追寻梦想，最终成为一名优秀共产党员的热血故事。该绘本旨在用信仰之光照亮当代中国青少年的精神家园，实现两代人的青春对话，是引导青少年树立正确价值观的优质主流励志读本。



芒果影视积极参与扶贫点湖南省江华县大圩镇东冲河村“认领一个微心愿 照亮一颗孩子心”志愿者活动，公司党员认领了40多个小朋友的心愿，帮助他们圆梦。还多次向该村捐赠玩具、学生用品、台灯等，爱心关切直至细处。



天娱传媒艺人欧豪作为网易公益爱心助力官，参与网易公益主办“一块屏”深化教育公益模式，以个人知名度相号召，集结社会上更多公益力量，关注贫困地区教育问题，帮助山区孩子打破人生局限看见更多可能。



天娱传媒艺人华晨宇原创公益单曲《你要相信这不是最后一天》，希望能通过这首歌曲传递“世界的美好不曾终结，希望的光亮未曾湮灭”的理念。

芒果娱乐艺人赵珞然、王佳宇出任360手机卫士“女性安全守护者联盟”之“明星能量官”，通过自身影响力，为女性安全发声，倡导增强女性自我保护意识。

2020年，芒果娱乐组织艺人参加扶贫、环保、爱心捐赠、助学等各项公益活动共计100余次，在青年文化引领中发挥了积极作用。

快乐通宝联合长沙县大同社区在六一儿童节开展儿童关怀活动，筹集和捐赠爱心助学金、适龄图书、文具、大米、食用油等。还针对留守儿童不爱说话、自卑胆小的成长现象，精心准备了《即兴演讲》、《沟通技巧》等书籍，鼓励孩子敞开心扉，自信健康成长。

芒果互娱特意赴长沙市开福区慰问环卫工人，体现出“每个社会群体，都在芒果的眼里、超媒的爱里”的爱心价值观。

# 第六章

全民抗疫年，芒果写春秋



## 第一节 芒果记录下的伟大抗疫精神

2020年初，新冠肺炎疫情突如其来，芒果超媒作为党媒国企，坚决贯彻党中央、习近平总书记关于“疫情就是命令，防控就是责任”“要加强舆论引导，加强有关政策措施的宣传解读工作，增强群众自我防病意识和社会信心”的重要指示精神，贯彻落实各级党委的防疫工作部署，全面启动宣传引导应急响应机制，作出了系统性、富于战斗力的抗疫宣传部署。



### 1、让温情“穿屏”而来

疫情爆发之初，正逢农历春节，为丰富居家隔离人们的精神文化生活，芒果TV以社会效益为先，全国媒体首创举行“春节7天芒果TV全站免费看”活动，助力居家抗疫，成为全国范围内网络视听行业唯一一家向全民免费提供全平台视频资源的视听媒体。2020年1月27日，国务院发布通知延长春节假期，芒果TV第一时间做出反应，主动延长免费时限，积极响应惠民福利政策。超过1500万用户免费领取使用了会员权益，收到了这一份爱的关怀。

在“停课不停学”的号召之下，芒果TV还主动对接线上教育，开展“我是接班人”网络大课堂项目，向学生直推优质课程。



其中，湖南IPTV视频资源还免费向湖北用户开放，全力支持抗疫主战场。





在内容编排上，芒果TV独家上线暖心大剧《下一站是幸福》，轻松欢快的内容为特殊时期经历了极大精神焦虑和压力的人们送去了真诚而温暖的鼓励。“开年剧王”加冕，闪烁的是剧集为观众带去的人性微光，在疫情笼罩下显得格外明亮，国家广电总局点赞称该剧“为处于疫情阻击战中的全国人民送去一份温暖，既疏解了紧张情绪，又增强了社会信心”。上线原创声音互动陪伴真人秀节目《朋友请听好》，这座疫情里陪伴左右的“广播小站”，让每一位隔离在家的受众都感受到比邻而居的温暖。一系列温暖治愈的内容，润物无声地向用户传递正能量，用乐观建立起有信心的生活秩序。



芒果超媒的社会关怀尤其面向“没有硝烟，却有生死”的医务工作者，芒果TV一方面在全国首创抗疫短剧专题系列之《总有一天会胜利》，根据新闻描述还原抗疫现场，以新闻的敏感、短视频的节奏、电视剧的质感为要求进行创作，展现抗疫过程中医护人员的坚守与不易、勇气与伟大。“5·12 国际护士节”来临之际，芒果TV联合中国医师协会健康传播工作委员会推出主题公益活动，为每一位驰援湖北的医务工作者送上了芒果TV会员年卡。活动声量触达全国1734家医院、60.4万医护人员，向这群最可爱的人传递近8000万网友的爱心与祝福。

为切实做好疫情防控的舆论引导和应急科普，公司充分发挥融合传播、视频传播、矩阵传播优势，全端口重点快速推送，形成了强势报道矩阵。对疫情防控专题持续进行精细化运营推荐，让用户第一时间掌握舆情动态。开设“湖南防控进行时”、“湖南供保在行动”板块，做好重点报道。新开“辟谣侠盟”板块，回应关切，缓解公众恐慌情绪。在芒果TV国际APP注入防疫主题，彰显中国责任，体现国际协同。



## 2、主流发声，同舟共济

面对疫情，芒果超媒第一时间启动互联网一级应急响应机制，旗下各子公司以芒果TV为核心，迅速展开调度，要求全平台不计成本，集中资源，加大疫情防控工作的宣传声量：推出“在习近平总书记重要讲话指引下”“佩戴口罩指南”等20个特辑，开展62场直播；发动官方新媒体账号矩阵，常态化发布《同江同湖 同舟共济 隔绝病毒 不隔人心——湖南担当驰援湖北抗疫主战场速写》；大小屏联动，配合运营商在全国IPTV平台中首个上线武汉火神山、雷神山建设直播……



为了让抗疫宣传更加深入人心、贴近群众，芒果TV联动芒果超媒旗下天娱传媒、芒果娱乐、芒果影视近百名艺人拍摄制作《防控疫情，从我做起》宣传片，邀请知名艺人谢霆锋、王俊凯、萧敬腾自制MV《保重》，联动知名主持人何炅、谢娜共同制作引导网友科学防护的短视频内容。



天娱传媒艺人还积极制作各类有关抗疫工作的歌曲，发布了为抗疫工作者加油鼓劲的短视频、图片及微博素材。其中包括歌曲《你要相信这不是最后一天》《逆行者的光》《火热》和《为了春天》，参与艺人有华晨宇、魏巡、于湉、王广允等。芒果艺人们秉承一个新理念，“人民给的名气，在人民最需要的时候，回报给人民”。

芒果影视原创发布的MV《牵挂你》，深情致敬抗疫一线的医护工作者，传递大爱和温暖，视频播放量单日即破65万次。策划制作的《防控疫情，从我做起》公益短片，呼吁和提醒观众科学防疫，从点滴做起，视频首发微博阅读量和网络播放量近百万次，获网友点赞。芒果影视艺人郑伟、刘昱晗、李强、蒋羽熙临危受命，参与湖南卫视抗疫主题元宵晚会——“元宵一家亲”主题活动，通过出演的节目传递了抗疫时刻“舍小我，为大体”的奉献精神。



作为对外传播的窗口，芒果TV国际APP以高品质、高质量主流权威内容向全球分享“中国抗疫经验”、传递“中国抗疫声音”，以国内一系列防控举措及宣传报道，向海内外网友们传递了科学防疫知识以及精神慰藉，得到了国家广电总局、湖南省委宣传部、省委网信办等上级单位的表扬。

## 第二节 芒果的抗疫责任人格

2020年，面对突如其来疫情冲击，芒果超媒大力弘扬艰苦奋斗的精神，坚持疫情防控和复工复产两手抓两手硬，奋力夺取疫情防控和生产经营两个战场的双胜利！

### 1、全员抗疫，严防死守



张华立董事长现场指挥抗疫期间的节目播出

2020年1月21日起，公司启动防疫一级响应，迅速成立疫情防控小组、疫情工作小组，逐层设置疫情防控专员，根据实时疫情变化，调整防控措施。人力资源部门每日跟踪员工所在地和身体状况，并及时进行疫情信息发布和疫情防控措施宣导。



开展员工体温日常监测

芒果娱乐策划制作疫情防控宣传片《助力复工复产，超媒青年在行动》，为一线建立健全职责明确、行为规范、运转有效的防控体系指明了方向。

为深入贯彻落实习近平总书记2月3日在中央政治局常委会上关于加强疫情防控工作的重要讲话精神，进一步抓好疫情防控宣传，保障国有资产保值增值，科学安排恢复工作秩序，芒果超媒迅速制订《复工疫情防控预案》，确保做到复工的“五个到位”：防疫宣传到位、员工摸排到位、物资储备到位、定期消毒到位、防疫责任到位，并做好员工返岗分类管理。

疫情防控期间，蔡怀军总经理带头，以基层党员为主，成立了一支特殊的“志愿者服务队”，穿戴护目镜和防护服装，带头站在公司防疫一线，勇当防疫先锋。线上通过公众号、微信群等载体来疏导同事焦虑情绪，传递科学防控疫情知识；线下带头严防死守，全力服务公司值班员工需求，以实际行动响应国家号召。24小时对进入办公区的同事进行体温测量；每日1-2次对进入办公区的人员情况进行摸底核查，确保防控工作落实到位和没有疫情出现。



## 2、综合统筹，抗疫发展两不误

在对疫情严防死守同时，芒果超媒响应党中央号召，科学安排复工复产，推动国有资产保值增值。

防疫期间，芒果TV内容编排面临断档危险，危机之下公司迅速调整经营策略。一方面创新采用“云录制”的方式补充内容供给，积极与行业同仁联络，采买优质库存内容；一方面优化平台运营策略，推出“同舟共济复工复产计划”。凭借改革创新的芒果模式驱动和湖南广电深耕内容领域护城河的加持，芒果TV顶住了疫情压力，用户流量不断创新高，会员规模持续增长，为顺利完成业绩承诺夯实了基础，更是在特殊时期依然高质量服务到更多受众，赢得了社会广泛赞誉，也为继续探寻芒果破局的发展路径提供了宝贵经验。

芒果娱乐对《向阳而生》、《冰雨火》、《青青子衿》、《别想打扰我学习》、《当天真遇见爱情》等影视剧项目复工复产按下快进键，在受疫情影响的情况下保质保量完成了项目拍摄。

芒果影视，为确保《我在北京等你》、《我不是购物狂》项目如期播出，在严格防疫同时，加班加点赶推后制，在整个影视剧制作行业经历了数月“停摆”的情况下，不仅实现了《我在北京等你》《我不是购物狂》《隐秘而伟大》等剧的顺利播出，同时通过大力拓展海外及老剧发行，圆满完成全年KPI。

快乐购通过推出“芒果云直播——新鲜菜”系列，解决了防疫期间两大民生问题，居民足不出户也能买放心菜，菜农销售也不受疫情影响。通过将直播间搬到田间地头，向市民直接展示蔬菜基地，线上下单，基地直采，集合一系列特殊的资源优势，探索出抗击疫情的高效安全模式，保障民生的同时为菜农增加收入。

快乐通宝积极响应国家关于防疫期间与各行业共渡难关的若干金融扶持政策，利用大数据、金融科技等手段，解决客户防疫期间实际困难，并迅速为湖南省“三农”经济、中小微企业、个体工商户提供复工复产资金支持，彰显国企担当。共计金融支持76户贷款客户平稳过渡，贷款金额1.24亿元。

在这场没有硝烟的疫情防控阻击战中，芒果超媒充分发挥主流新媒体力量，在大战大考之中写就完备的“芒果答卷”，记录着新时代伟大的抗疫精神！



# 第七章

## 深化股东和债权人权益保护



## 第一节 持续完善公司治理结构

2020年，芒果超媒持续巩固完善了以股东大会为最高决策机构，包括分别执行战略决策、纪律监督和经营管理职能的董事会、监事会、管理层等完善的公司治理结构以及相配套的治理制度体系。同时，作为党媒国企通过将党建引入公司章程，在公司章程中明确公司党委在法人治理结构中的领导核心和政治核心作用，党委成员与中共党籍的董事会成员实行“双向进入，交叉任职”，党的领导有效融入公司治理各环节，充分发挥了党委的主流引领作用。

在此基础上，年内因应《证券法》修订、创业板注册制落地等变化，公司持续对包括公司章程、三会议事规则等11项公司治理制度进行了修订，持续完善公司治理结构，构建投资者保护的制度化保障。

2020年底，公司控股股东芒果传媒通过公开征集协议转让，引入杭州阿里创业投资有限公司作为公司战略投资者，使公司股权结构更加多元化，强化了公司治理的第三方监督，进一步提升了市场化运作水平。

## 第二节 进一步强化内控管理

公司在治理结构上形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制；建立了科学的聘用、培训、考评、晋升、淘汰等人事管理政策；充分发挥董事会下设审计委员会和公司审计部的作用，对公司内控制度建立和实施、财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督；开展风险评估；对资金、投资、采购、销售等多个业务活动实施有效内部控制，规避风险，达成公司战略目标。

2020年3月，根据湖南证监局要求，公司开展了内控自查。5月，聘请专业咨询公司对芒果超媒合并报表范围内所有公司进行内控体系检查和完善，编制了公司首部《内部控制应用手册》，并且鉴于公司旗下一级子公司业务形态多样性，针对性的为每一家一级子公司编制了《内部控制应用手册》，进一步强化公司内部控制制度的建设。

## 第三节 严格规范三会运作

为充分保障公司股东尤其是中小股东能够有效参与公司治理，公司建立了包括《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》等完备的三会运作制度体系，严格按照制度要求运作三会。

2020年度，公司共召开3次股东大会、7次董事会、8次监事会、8次董事会专门委员会。会议组织筹备中，严格执行会议通知期限规定，提供充分详实的议题资料供股东、董事、监事充分了解拟审议题。紧急召开会议的，均提交豁免通知期限的议案。股东大会均为现场和网络相结合投票的方式进行，有效保障中小股东参与公司治理。



2020年第二次临时股东大会现场

## 第四节 信息披露精益求精



2020年6月董监高专题培训

及时、公平、真实、准确、完整的信息披露是保护投资者利益，尤其是中小投资者利益的重要保证。2020年，芒果超媒坚持以精益求精的“工匠精神”不断提升信息披露的水平。

首先以常态化培训提高思想认识。通过组织公司董事、监事、高级管理人员、信息披露相关人员的常态化培训，提升公司各级人员规范信息披露的意识。其次以制度建设构建高质量信披机制。芒果超媒已经建立了由董事会办公室负责，从总部各部门到各子公司积极配合的完善的信息披露对接机制。第三以流程优化落实责任分工。为保证信息披露文件无差错，在信息披露文件公告前，须经经办人员、证券事务代表、董事会秘书三级校对。

多项举措有效提升了公司信息披露质量，保障了投资者知情权。2020年，芒果超媒连续两年在深圳证券交易所上市公司年度信息披露考核中获评A级。



公司信息披露对接负责人参加ESG专题培训

## 第五节 创新保障投资者沟通

保证高质量发展，是公司经营的永恒主题，而优秀的投资者关系管理工作，是公司长远稳定运行和健康有序发展的强大助力。随着新《证券法》的全面落地实施，信息披露监管要求进一步规范细化，国内外中长期资金积极入市的同时，广大投资者的股东意识也获得不断增强，公司投资者关系工作的重要性愈发凸显。优秀的投资者关系工作，可以全方位展示公司内在核心价值，切实加强公司与各类投资者的多元沟通了解，帮助投资者更为完整透彻的理解、支持公司经营发展与长远战略。芒果超媒作为文化传媒行业的排头兵，充分发挥自身媒体优势和创新基因，致力于将投资者保护工作做成精品，打造投资者保护的芒果品牌。

第一，扎实做好常态化的投资者沟通工作。公司的投资者热线电话设置呼叫转移，使其成为24小时热线，节假日无休；“互动易”问题回复在严谨务实基础上，做到有问必答；积极参与业绩说明会、投资者网上集中接待。

第二，针对特定投资者沟通，在合法合规基础上，创新投资者沟通形式。例如，对于现场调研的投资者，除了耐心回答投资者问题外，还充分发挥媒体企业的优势，安排投资者参与公司各类线上线下热点项目、招商会等重要活动，探班公司节目录制现场，深化投资者对公司业务运作、经营模式的理解，更好地传递公司价值。

第三，充分利用电话会议、网络平台等现代通讯手段，提升投资者沟通的效率，较大程度提升了与投资者的沟通效率。

第四，积极拓展投资者沟通的形式和范围。2020年度，为使境外投资者更好了解公司，芒果超媒首次披露了英文版的《2019年度报告》；同时，公司还首次披露了《社会责任报告》，向广大投资者传达了公司的社会责任担当。

第五，充分利用自身融合媒体优势，积极构建包括公众号、公司网站、APP等具有鲜明芒果特色的投资者沟通平台。

2020年上半年新冠肺炎疫情期间，为稳定特殊时期投资者对公司发展信心，使整个市场及时了解掌握公司最新产业动态，公司积极通过线上会议形式，为投资者们提供了高效便捷的沟通平台，充分展现了公司媒体融合可持续发展理念的先进性，以及芒果生态内容全产业链独一无二的强大韧性。

2月初所举行的“芒果超媒2020春季投资者电话会议”，活动实时在线超830人，创下公司投资者交流活动参与人数新纪录。



防疫期间与投资者进行网上沟通



网上业绩说明会

4月下旬在线举行的“芒果超媒 2019 年业绩沟通会”，在线与会人数达 723 人。



投资者参观芒果 TV 展厅

随着疫情影响的逐步减弱，下半年公司投资者沟通线下交流活动实现平稳有序推进。2020 年 8 月，公司举行 2020 半年度报告业绩沟通会，现场接待到访公司投资者、行业研究员超 130 人。截至 2020 年 12 月，公司连续组织人员参加头部券商在北京、上海、南京、深圳、三亚等地举行的线下策略会 10 余场，获得了良好的市场反馈。

2020 年度，公司以高质量的投资者关系管理工作，获评《证券时报》天马奖之“最佳投资者关系奖”和“最佳新媒体运营”奖；《证券时报》第 14 届中国上市公司价值评选“社会责任奖”。公司董事会秘书吴俊获评第十七届新财富金牌董秘奖。



公司荣获《证券时报》天马奖“最佳投资者关系奖”

公司荣获《证券时报》天马奖“最佳新媒体运营”奖

公司荣获《证券时报》第 14 届中国上市公司价值评选“社会责任奖”

公司董事会秘书吴俊获评第十七届新财富金牌董秘奖。



2020年，公司跻身千亿市值俱乐部，最高达1455亿元

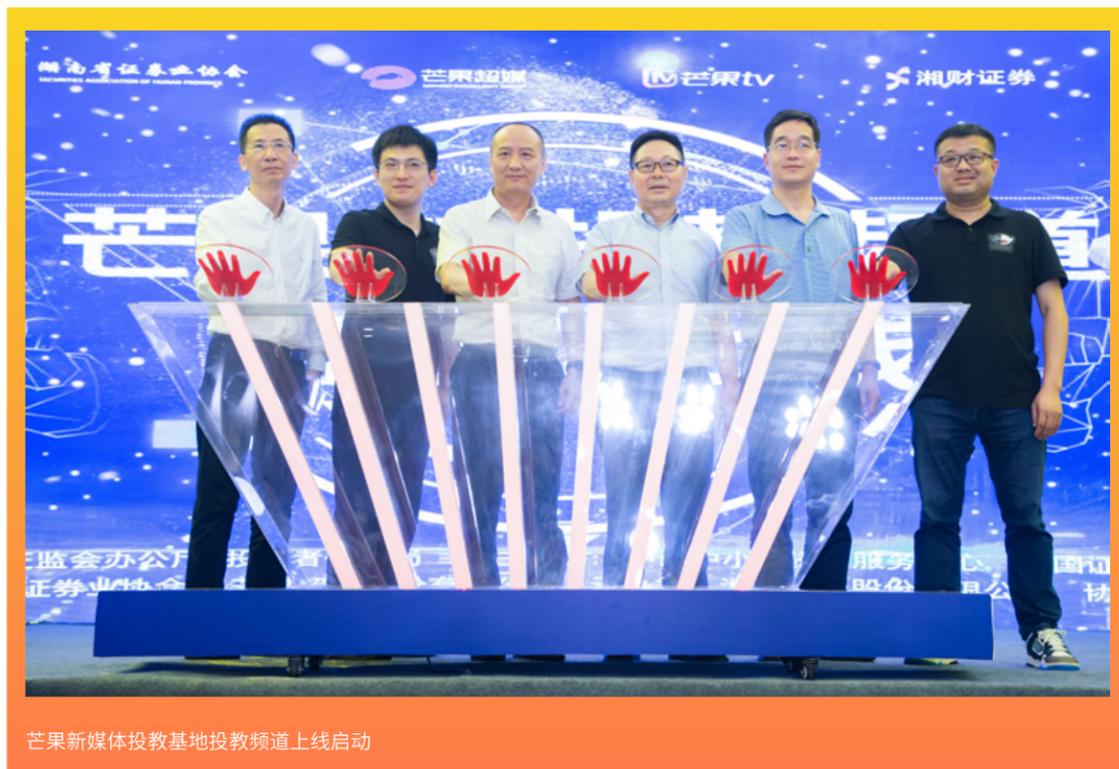
2020年以来，高华（高盛）证券、汇丰前海证券、摩根士丹利、瑞银（UBS）证券等外资投行券商，先后出具公司专题研究报告。公司外资持股占比，由2020年初的1.83%，稳步提升至2021年一季度末的3.52%，增幅超90%。通过全方位开展投资者关系管理工作，公司价值获得资本市场认可，公司市值从年初首个交易日的683亿元，增长至12月31日收盘的1291亿元，期间市值最高达1455亿元，跻身千亿市值俱乐部。

## 第六节 芒果新媒体投教频道扬帆起航

2020年8月10日，在湖南证监局指导下，公司联合湖南省证券业协会共同筹建的芒果新媒体投教基地揭牌仪式、芒果TV投教频道上线暨《股东来了》启动仪式在湖南长沙举行。



芒果新媒体投教基地揭牌仪式



芒果新媒体投教基地投教频道上线启动



《股东来了》2020湖南片区走进上市公司系列活动之芒果超媒

芒果新媒体投教基地启动仪式团队成员合影

芒果新媒体投教基地是全国首创的第一家移动端投资者教育基地，基于芒果TV在年轻群体中的影响力、国有主流新媒体平台的资源优势，契合年轻投资者对信息获取方式的喜好，扩大了投教受众圈层覆盖面；内容上提供全方位专业的财经金融新闻、设置科学多元的课程体系，并由权威专家把关课程质量，能正确引领投资者形成理性认知；通过新媒体平台趣味活动打破了时空限制实现移动互联，增强了个性化、互动性，能更好地提升投资者教育的实际效果。

同时公司还在《股东来了》2020投资者权益知识竞赛中取得了湖南片区特别支持奖、投教情景剧展播最佳作品奖、优秀媒体贡献奖等荣誉认可。



2020年8月，公司联合湖南省证券业协会共同筹建了“芒果新媒体投资者教育基地”，以更好地实现投资者教育实际效果的有效提升。



2020年10月，公司获评《股东来了》投资者权益知识竞赛湖南片区特别支持奖。



2020年10月，公司获评《股东来了》投资者权益知识竞赛投教情景剧展播最佳作品奖。



2020年10月，公司获评《股东来了》投资者权益知识竞赛优秀媒体贡献奖。

## 中证中小投资者服务中心

### 感谢信

尊敬的芒果超媒：

岁序常易，华章日新。刚刚过去的2020年，中国资本市场三十而立，迈入盛年，实现了跨越式发展。中证中小投资者服务中心认真贯彻“四个承载、一个合力”和“大投保”理念，秉持“为民 奉献 专业 引领”核心价值观，坚守服务初心，积极履行投资者合法权益保护职责，勇于改革创新，在推动特别代表人诉讼落地、持股行权助力提升上市公司质量、构建全国性一站式证券期货纠纷解决平台和普及投资者权益知识等方面，着力提升工作效能和质量，有效保护了投资者合法权益。《股东来了》全国性投教活动和证券虚假陈述案损失计算软件两项目分获2019年度上海金融创新奖二等奖和提名奖。

在这特殊的一年里，我们同舟共济，一路同行，在中证中小投资者服务中心投资者保护事业的道路上留下了贵单位鼎力支持和无私奉献的印记。《股东来了》2020创历史最好成绩，贵单位坚守真实、客观、公正的立场，有力支撑保障活动宣传工作，在营造资本市场良好舆论环境中发挥了积

极作用。在此，向贵单位以及过去一年辛勤付出的记者、编辑们表示由衷的感谢！

2021年将迎来中国共产党建党100周年。中证中小投资者服务中心将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在中国证监会的正确领导下，积极践行资本市场人民性要求，发挥公益性投保机构职能，切实维护中小投资者合法权益，为投资者带来更多的获得感。我们坚信，唯有激情而基业长青，唯有实干而更展芳华。让我们继续深化合作，共融、共进，为中小投资者保护工作凝心聚力，同携手，筑辉煌！

值此新年来临之际，祝愿新春快乐，阖家幸福！



2021年1月，公司收到了来自中证中小投资者服务中心的感谢信，对公司保障活动宣传工作，在营造资本市场良好舆论环境中发挥积极作用方面表示由衷的感谢。

## 第七节 切实回馈股东

与投资者共享公司成长收益，积极回馈股东是公司发展的基本义务，公司坚持以实际行动回馈投资者，切实落实现金分红。

首先，公司在章程中建立了回馈投资者的系统性制度安排。在利润分配预案的决策程序上，在制定利润分配预案前，必须通过公开征询社会公众股东对利润分配方案的意见方式，积极维护中小投资者的话语权。

其次，在利润分配形式上，积极实施持续稳定的现金分红。公司自2015年1月上市以来，除2018年因为重组未实施现金分红，其他年份均实施了现金分红形式的利润分配。2019年度，公司按照每10股派现金1元权益分派方案，派发现金17,803.78万元。2020年度，公司拟实施每10股派现金1.3元的利润分配方案，将派发现金23,144.91万元，真正实现了与投资者共享发展红利与成长收益。

芒果超媒确信确行，以真抓实干、开拓进取的经营推动公司高质量发展，不断以优异的业绩回报投资者，助力公司市值持续增长，是对投资者的最大保护。

## 第八节 切实保护债权人

在维护股东利益的同时兼顾债权人的利益。公司无大股东及关联方占用公司资金情形，亦不存在将资金直接或间接地提供给大股东及关联方使用的各种情形，公司无任何形式的对外担保事项。

# 第八章

内外兼修 合作共赢



## 第一节 “芒果模式”荣获“省长质量奖”

经过 2020 长达一年的耐力长跑：资料收集、概念研讨、材料编写、资料评审、现场评审、满意度调查、评议投票、社会公示等环节，最终经湖南省人民政府第 79 次常务会议审定通过，芒果超媒全资子公司快乐阳光（芒果 TV）荣获第六届湖南省“省长质量奖”，“芒果 TV 双轮驱动质量管理”模式得到省政府和全社会认可。



这是湖南省最高的质量管理荣誉，更加有利于芒果 TV 品牌传播、社会公信、节目生产报审、专利标准报批、广告审核、会员服务等业务开展，更有利于芒果人履行社会责任，为社会主义现代化建设新征程做出贡献。

### 1、芒果质量管理模型内涵：精品内容、高新技术双轮驱动

芒果 TV 走的是一条工匠精神、创新升级、双轮驱动、生态融合的融媒发展、质量攻坚之路。公司坚持把热爱的事业做到极致，以工匠精神和创新基因为质量内核，创建独特稳健的内容驱动和技术驱动的“双轮驱动质量管理模式”，即以精品内容和高新技术构成的“双轮”为核心，构建精品内容制播体系、四力四化技术体系，创新产品、创优服务、升级技术、健全体系，强化青年价值观输出，形成横贯平台侧、用户侧，纵连内容侧、技术侧的“质量管理生态闭环”，驱动公司管理和文化事业呈现跨越式、高质量发展，成为可借鉴的、可推广的中国新媒体质量管理模式。

### 2、芒果质量管理关键价值：守正创新、融合为要、内容为本

按照《湖南省质量发展纲要》精神，获得“省长质量奖”的芒果 TV 充分发挥自身内容优先、用户激增、技术赶超和全端渠道优势，在融媒发展道路上另辟蹊径、创新突破，全方位、多维度融合，让质量管理行为和模式更敏捷、更优质、更具赋能能力。其中三大质量管理原理可形成行业通用价值：

#### (1) 全面质量管理原理

芒果 TV 实施涵盖全员、全面、全过程的质量管理体系，将各项目的质量管理对象、过程、活动、主体等看成一个有机整体，从宏观、微观、人员、技术、方法、环境等各方面进行综合管理，源流各处控制质量。

#### (2) 守正创新原理

坚持社会主义核心价值观，在坚守文明健康的审美底线基础上，守正创新，主动承担传播主流价值的责任。

#### (3) 以用户为中心原理

作为年轻的视频平台，以用户为中心，保持对品牌价值的精准定位，对产品创新的极致痴迷，对产品质量和用户保持谦卑敬畏之心，以内容为王，本着“芒果出品、必出精品”的宗旨，建立品控全流程，管控和确保产品全生存周期的质量。

## 3、最强的质量责任就是最好的社会责任

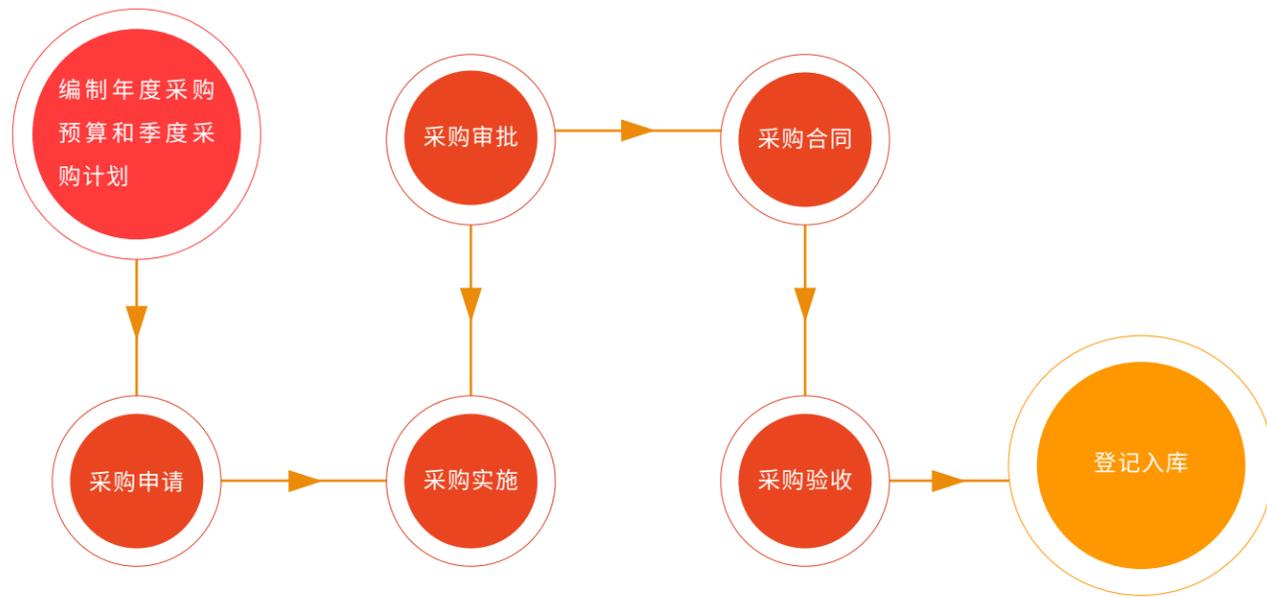
芒果 TV 以争获“省长质量奖”为奋进路标，构建起了“一体化资源配置、多媒体内容汇聚、共平台内容生产、多渠道内容分发、多终端精准服务、全流程智能协同”的内容制播体系。并且构建“四力四化技术体系”，即“创造力、聚合力、自研力、赋能力”和“流程化、标准化、信息化、自动化”，通过与内容建设相辅相成的技术体系目标设定、生产研发、内测优化、产品上线再到市场检验，最后根据市场反馈意见再进行目标设定和优化升级，形成强劲有力的质量驱动力。这是具有社会推广意义的新媒体质量管理模式，最强的质量责任就是最好的社会责任。

## 第二节 强化供应商管理和风控体系，护航公司发展

2020 年，芒果超媒进一步建立健全了公司总部与各个经营具体业务的子公司之间协同联动的供应商管理和综合风控体系。

总部层面除自身建立供应商信息库、供应商评审流程以及供应商履约评价体系外，还就各子公司供应商管理提出管理原则，全面建构适合其自身条件的供应商管理制度规范，通过强化供应商管理来促进各级供应商一并履行自身的社会责任，扩大芒果超媒社会责任的辐射面。

芒果 TV 通过构建供应商信息库、评标专家库，制定《供应商管理制度》、《供应商黑名单管理细则》等制度规范，实现供应商优胜劣汰的良性竞争机制，引导供应商诚信经营，共同打造星级伙伴型供应商关系，实现与供应商合作共赢。天娱传媒亦在 2020 年制定《供应商管理制度》、《影视综艺项目考核制度》等 8 项新的制度，完善了《合同管理制度》等 9 项制度，而且制定了供应商评估方案，建立健全了公司供应商库。



2020年芒果超媒建立起了更有效的综合风控体系。首先是在组织架构上，公司党委正式设立纪律检查委员会，并建立了“三重一大”前置决策程序，董事会设立审计委员会，总部设有审计部，各子公司也根据自身情况建立了相应的风险管理部。其次，通过加强内部控制制度建设来防范化解企业所面临的风险。2020年，公司聘请专业咨询机构对公司内控体系进行了梳理，并编制了内控手册，进一步提升风险防控能力。

为规范采购招标行为，加强成本控制，提高采购招标资金使用效益，确保采购招标工作高效廉洁、合法合规，公司总部2020年6月制定了《芒果超媒股份有限公司采购招标管理试行办法》，各子公司严格遵循。

以大法务支撑综合风控体系，保护自身权益，维护市场秩序。芒果超媒作为新媒体上市公司，自觉遵守法律、行政法规的各项要求和上市公司运营规范，认真履行主流新媒体社会责任，反对不正当竞争和商业贿赂及欺诈等违法行为。版权保护方面，芒果超媒特别针对互联网版权侵权行为，组织专人及专业机构进行日常实时监测和维权。2020年公司主动发起的作品维权案件五百余起。商标保护方面，将商标保护上升至战略的高度，根据芒果超媒未来的发展战略重构了公司的整体商标战略规划和商标架构，在公司内部逐渐形成“芒果系”和“快乐系”两条商标矩阵；出台并不断完善《芒果超媒股份有限公司商标管理办法》，制定了详细的商标分级、定名、申请、转让、使用、授权以及使用证据收集指南，并建立商标信息化管理系统，实现商标实时智能化管理。截至2020年12月31日，公司及下属子公司已注册商标2371件、申请中商标345件；登记软件著作权261件，登记著作权204件，已备案域名62件；已授权专利43件，申请中专利244件。

### 第三节 保障用户信息安全，促进用户权益发展

#### 1、用户信息安全严格遵照行业标准

芒果超媒高度重视用户信息安全，采取有力措施保护用户隐私。2020年，芒果TV与中国信息通信研究院合作对芒果TV APP进行定期数据安全检测，根据检测报告与新出台的《信息安全技术个人信息安全规范》国家标准，对国内版隐私政策进行了多轮修订。同时，公司法律事务部专门研究全球范围内的数据隐私立法，以GDPR（欧盟数据保护条例）为主要法律参照，对国际版APP英文隐私协议进行了重新修订。

为了保障芒果超媒与第三方进行合作时数据传输与共享的安全性，公司制定了数据传输协议中英文模版，全面推行。建立功能上线前审查流程，加强了对每项新业务的隐私与数据的合规性管控以及对第三方数据安全资质的审查。

芒果TV设立了数据与隐私安全保护小组，披露了处理数据与隐私问题专门邮箱，专门处理用户要求查询、删除用户信息的申请。响应国家工业和信息化部关于培养数据安全人才的号召，专员参与了数据安全培训。

尤其重要的是，芒果TV成功申请加入了工信部大数据工作组与“卓信链”计划，并作为主要参编单位参与了国家标准《信息安全技术网络音视频服务数据安全指南》的编撰。对社会责任的“芒果声音”，发在了行业合规的共建天空。

公司在用户的个人信息安全方面，组建配套的管理团队，采用先进的安全技术措施，执行严格的内控管理体系，进行全方位、多层次的等级保护，最大程度降低了用户的信息被泄露、毁损、误用、非授权访问、非授权披露和更改的风险。

#### 2、促进用户权益发展

芒果超媒子公司芒果TV持续以优质、精准的内容供给，推动普通平台用户向付费会员用户迁移和转化。线下继续夯实“1+9”的会员权益体系，通过已完备的会员用户系统——会员成长体系，对会员进行V1-V9的等级划分，不断给予高等级会员更多的权益（如等级弹幕特权、时长红包）、福利（如每月超多福利券、会员开放日优先特权）和惊喜（如生日礼包、独家纪念礼盒），不但让用户持续感知到芒果会员的“含金量”，也让芒果TV能够精准的、差异化的服务每一等级的会员诉求，达成默契双赢的良性互动，从而提升存量会员粘性和价值贡献。本年度的“青春芒果节”“会员开放日”等品牌活动在对会员的权益服务上更加推向极致化。2020年末，芒果TV有效会员数达3613万，同比增长96.68%。

并且，随着用户规模不断增长，芒果TV重点着力用户权益增值。在基础的视听权益以外，搭建了以领取福利券为主，包含金融异业、联合会员等多种用户增值权益的会员俱乐部（粉丝简称“福利社”）。目前为止，会员俱乐部与众多第三方商家达成长期稳定合作，为芒果TV用户提供数百种免费或低价领取的福利。福利种类涉及生活、出行、美妆、美食、潮玩等多个领域，全方位覆盖用户需求，大大增强了芒果TV用户权益价值。

#### 第四节 不断拓展的企业朋友圈

芒果超媒秉承开放合作、互利双赢的原则，诚意携手伙伴共赢，不断拓展自身朋友圈，构建互联网产业及融媒发展新格局。

继续与华为技术有限公司达成战略合作，就视频内容、会员及联合营销、大数据推荐、应用推广、IPTV 产品和华为云 CDN 服务等 7 个方面协同创新。继续优化公司股东中国移动全资子公司中移资本的资本合作业务协同。继续深化与中国移动旗下咪咕文化科技有限公司的战略合作，在基础电信业务、优质版权内容、5G 领域、家庭产品、海外拓展、战略投资和其他增量业务等方面进行业务协同。2020 年 12 月，通过公司控股股东老股转让引入杭州阿里创业投资有限公司成为公司战略投资者，为公司引入重要战略资源。



作为全国七大互联网电视播控牌照方之一，芒果 TV 专注互联网电视播控平台建设及内容运营服务，合作伙伴超过 50 家，为三星、当贝、乐视、极米等智能硬件提供互联网电视播控及内容服务。凭借其专业的业务拓展能力和文化创新能力，芒果 TV 智慧大屏业务不仅受到大屏市场专业认定、获得合作伙伴持续肯定，同时也吸引了湖南省教育厅、共青团湖南省委等重要单位进入芒果朋友圈。

2020 年 3 月 31 日，芒果超媒参与合作的 5G 高新视频多场景应用国家广播电视总局重点实验室挂牌仪式在中国（长沙）马栏山视频文创产业园举行。5G 高新视频多场景应用国家广播电视总局重点实验室是国家广电总局唯一面向 5G、聚焦高新视频的实验室。



2020 年 3 月 31 日，湖南省委常委、省委宣传部部长张宏森、时任湖南省副省长、党组成员吴桂英出席 5G 高新视频多场景应用国家广播电视总局重点实验室挂牌仪式时，与芒果 TV 技术人员亲切交流。

# 第九章

营造天生青春的美好向往职场



## 第一节 做好青年文化的引领者

### 1、“天生青春”点亮中国青年

“天生青春”是芒果超媒媒体理念和企业文化的高度总结，“以青春之志创业、以青春之心创新”，是芒果超媒的文化核心。它代表着湖南广电的文化基因在互联网生态上的传承和发展，主要包含以下文化准则：

第一，党媒姓党，绝对忠诚。芒果超媒是党媒，是国家媒体、人民喉舌，党和人民利益高于一切，芒果超媒所有的创作、传播、经营活动都是在这个原则下进行，所有与这一原则冲突的内容和经营都不被允许。这就是芒果的社会责任和人民属性。

第二，青春自有答案。芒果超媒是青年文化的倡导者、潮流的引领者，带头相信年轻人、重用年轻人。2020年，芒果超媒旗下核心平台芒果TV制作人平均年龄28岁，中层干部平均年龄34岁。

第三，“不创新，毋宁死”。芒果超媒一直是引领者、发起人和潮流先锋，用创意和技术为用户带来独特体验，深度融合技术革新和内容创作。

第四，把人民需要的、员工热爱的事业做到极致。这是芒果人最大的天生青春所在。



### 2、年度经典案例——2020 青春芒果节

湖南省第九届网络文化节暨2020青春芒果节于7月31日-8月16日在长沙火热举办，以“青春榜样，乘风破浪”为主题，用榜样之光照亮青春征程，壮大主流声音。活动联动《人民日报》、新华社以及共青团湖南省委等，征集各行各业优秀的青年代表，讲述榜样故事。台网联动创新推出“青春芒果夜”晚会，以“青春说讲演秀+四大青春榜样推荐”为主线，观照时代和社会背景，传递青春正能量。连续三天举办“马栏山音乐节”，实现了网络文化、音乐文化与青年文化的三维融合，积极担当青年责任、弘扬青年文化、传递青年力量、展现青年风貌。



## 第二节 构建天生青春的企业文化

节庆坚持创新驱动,加快产业升级。“打卡长沙城”用一“节”掀起一“城”狂欢,将粉丝、游客、榜样人物、媒体 IP、文旅、商铺、城市文化等多方资源和力量联结起来,成为“媒体+城市”融合范本。22000 平方米的线下实景潮玩互动乐园“青春芒果城”将线上 IP 影响力延展至线下,实现了平台内容、文旅产业、消费趋势等优质资源的创新整合。



活动实现了品牌、内容、影响力三重扩列,获得国家广电总局官网首页、官方微信公众号双渠道发文推荐,《国家广电智库》、《广电时评》刊文点赞。《人民日报》、《光明日报》、《工人日报》、《中国青年报》等主流媒体纷纷点赞其“深耕多维互动、回馈用户,宣扬乘风破浪、青春态度”。

青春与创新是芒果超媒的文化核心。在“天生青春”的文化内核引领下,超媒各子公司构建了符合自身特色的企业文化理念。芒果TV一直奉行最大限度的给年轻人机会,坚持“不创新,毋宁死”的创新精神做业务,用青芒计划、青年人才计划等驱动青年热力落地生根。天娱传媒开启“青春天娱新人二十”应届生培养计划,助力青年学子成长进步,寻找最适合他们的职业发展路径。芒果影视致力于做“中国原创青春力量”,守正创新,培根铸魂。芒果娱乐弘扬“青春闪耀的工匠精神”,增强职工凝聚力。快乐购一直坚持“快乐生活,快乐购”的青春工作生活理念。快乐通宝传承芒果基因,形成“青春金融”的融合文化。总体围绕公司发展大局,积极营造和谐快乐、青春向上的企业文化氛围,提升公司软实力。



集团公司(台) 党委副书记、总经理、台长龚政文在芒果青年说大赛上勉励参赛的青年选手

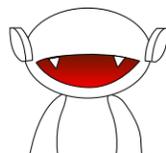


最能体现芒果超媒“天生青春”文化特质的莫过于“芒果青年说”。

2018年芒果TV“青年员工挑战赛”的胜出者组成了“青年CEO俱乐部”，作为青年人才聚集地，它始终保持“青年自治”的优良传统，平等、协作、自由、开放，激发着不可限量的创新动能。

3年来，“青年CEO俱乐部”共举办五届“芒果青年说”，不断为芒果青年员工提供舞台来展现青年态度、展示先锋创意、实现业务梦想。2020年的第五届“芒果青年说”更是将参赛面扩展至全超媒，由公司高层组成的“导师天团”首次与决赛选手“1+1”组成战队，深度为选手助力指导，成为史上参与面最广、奖赏力度最大、参与度最深的一届“芒果青年说”赛事。

至今为止，“芒果青年说”共落地孵化出《婚前21天》、《芒果影视城》、《虚拟演唱会》等30余个项目。正是通过一届又一届不断升级的赛制，对项目科学高效的孵化，又进一步提高了青年说IP价值，充分探索出一套青年人自驱、创新求变的选人用人机制，进化出一个行业标杆式的青年文化品牌。



### 第三节 富于归属感的员工福利

#### 1、薪酬分配原则，更加倾斜一线

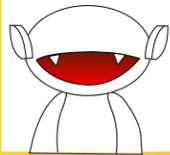
芒果超媒薪酬按照价值分配的原则，根据个人所在岗位目标的贡献、责任、风险，结合公司整体效益和个人工作绩效，确定工资等级，以岗定薪，薪随岗变。绩效工资遵循有利于调动员工积极性，有利于提高社会责任、经济效益、管理水平原则，依据对经营业绩、工作业绩、管理成效的考核结果进行浮动发放。

公司确定的薪酬水平与公司的发展阶段及效益相适应，与本地区行业薪酬水平相比，具有一定的竞争力，能吸引、激励和留住人才。公司充分考虑企业发展利益与员工个人利益相结合，体现薪酬体系的外部竞争性、内部合理性、员工发展性、团队公正性，体现绩效、态度、能力的统一。

## 2、员工福利体系，切实以人为本

芒果超媒始终坚持以人为本，遵循国家劳动法所规定的劳动关系，与每位员工签订了劳动合同，为每一位员工购买“五险一金”，2020年进一步修订了员工福利制度，尊重和保障员工的各项合法权益。

疫情来袭，芒果超媒调集专项防疫资金80万元，组织储备防疫物资口罩20余万只、酒精和84消毒液5千余斤。涉及管控人员3945人次，全部得到有效防护和呵护。制作《新型冠状病毒感染的肺炎防控知识手册》、防控方案、开工七件事等一系列防疫知识，保障员工的健康平安。



### 芒果超媒 开工上班 “七件事”

面对疫情，医护人员、解放军、警察等行业“英雄”义无反顾投身前线，在恪尽职守中，活出伟大！

看到这些，是不是也听见青春使命的召唤，等不及要为国家做贡献？

别急！在返岗奋斗之前，先保证生命健康安全，不给国家拖后腿！

#### 1 返程路上戴口罩 疫区归来请隔离

**1戴** 全程佩戴没有呼吸阀的N95/医用外科口罩

**3样** 随身携带：皂/小瓶含酒精洗手液；酒精棉片；封口袋（装暂时不戴的口罩）

**6洗** 即使洗手间排长队，也请按标准“六步洗手法”认真洗手

**别瞎摸** 途中避免用手触摸车上物品

#### 2 同事见面莫兴奋 口罩戴好量体温

- 1 不要握手、拥抱等“亲密接触”
- 2 进入公司前需接受体温测试
- 3 无疫区接触史，无发热/咳嗽/呼吸不畅等症状，且体温低于37°者方可进入



公司还在提升员工安全感和幸福感上做实事，通过合作开设健康食堂，解决员工午餐问题，让全体员工吃到了营养、放心、可口的午餐。为完善医疗保障，公司组织调研优化员工体检项目，按性别、年龄、工种特点增设了专属项目，为员工身心健康保驾护航。

关心单身员工个人幸福，2020年9月，公司成功举办了“芒芒人海，有幸遇见你”单身联谊森系治愈趴！来自全省机关、企事业单位的120余名单身青年汇聚一起，共同邂逅美好的爱情。





关注员工体育健身需求，组建公司的羽毛球队、足球队、篮球队。

芒果TV在“五险一金”基本福利保障基础上，还为员工购买补充商业保险，让员工在遇到意外及重大疾病时，能感受到来自公司的保障与关爱。在2020年新落成的办公区“聚宝盆”，健身区域、器材一应俱全，咖啡热饮、读物频密保障，为辛勤劳作的员工提供尽可能优质细致的劳逸结合切换区域。天娱传媒邀请专业健身教练为员工提供爵士舞、瑜伽、尊巴的体验课程，北京工区还增设了健身器材、室外羽毛球场，丰富员工的业余文化体育生活。芒果娱乐在防疫期间，为员工提供“新鲜蔬菜”联系点和“优享”洗衣福利，让广大职工感受到组织的温暖。芒果影视设有《福利发放修订办法》和《工会管理制度》，体现人文关怀，从常规福利、医疗福利、子女教育奖励、亲属慰问、特殊困难补助等多方保障员工权益。快乐购建立了法定福利、普惠福利、工会福利三部分构成的完善的员工福利体系。快乐通宝突出人性化管理，面向全员补充商业医疗保险，针对高频次出差的业务团队人员，额外新增意外商业保险，全面保障健康福利。



#### 第四节 富于荣誉感的人才通道，富于兴奋感的精神关怀



2020年，芒果超媒及旗下子公司致力于激励员工不断挑战更高的职业目标，并帮助员工自我成长。

构建富有挑战的成长体系。公司分别设置管理通道、专业通道、支撑通道。对每一个通道都有明确的职级定位，为员工提供充分的发展空间。针对管理通道的发展，主要通过竞聘形式选拔人才，能者上，庸者下。针对专业通道和支撑通道的发展，主要参考员工的专业技能和绩效表现，作为晋升发展的依据。让每一位员工都能看得到发展，也知道如何发展。

健全助力成长的培养体系。芒果超媒不断健全系统的员工培训制度与培养体系，分类、分层次开展培训工作，加强中高层人员的管理能力，提高骨干人员的专业能力，提升基础员工的岗位技能。内容上，在深入了解员工培训需求的基础上，为不同职能的员工分别开发有趣、有料的课程，建立了涵盖职场入门、理论教育、专业培训、新技术研发、新媒体运营等在内的全方位的培训体系，为公司人才全面发展赋能。2020年，芒果TV共开展56场培训，不仅有社会主义核心价值观培训、职场正能量培训，还有运营实战特训营、智能算法分享会、编剧的力量、领导力提升培训等，素质指向愈加全面充实。



为进一步完善用户标签体系、用户洞察平台、用户运营平台，充分挖掘和创造数据资产价值，进而转化为商业价值，芒果科学院举办了一次用户画像分享会，来自芒果TV产品技术中心、广告营销中心、智慧大屏、平台运营中心、小芒电商等10余个中心报名学员230余人参与，完成了内部经验的有效传播



芒果科学院特邀专家为芒果TV管理人员进行“非人力资源经理的人力资源管理”



芒果科学院特邀运营管理方面的专家为公司运营板块定向人员开展为期两天的运营特训营，将“系统方法论+案例分析+实战演练”的模式融入活力满满的芒果学员中

# 第十章

低碳运营典范，环保节能标兵



## 第一节 全产业链低碳运营



芒果互娱践行岳麓山环境保护行动

在产业形态上，芒果超媒践行绿色环保、低碳运营路径，不仅全产业链条无污染、无负载，而且在节目生产中，高度重视合法合规、环境和谐，并且在网络运营中，通过大数据计算和云服务条件，常态避免了硬件、带宽等各类信息网络资源应用的浪费。

在日常工作中，公司切实增强全体员工的环境保护和资源节约意识，积极推行节能减排，倡导全体员工节约每一度电、每一张纸、每一滴水，最大程度节约资源。充分利用现代信息技术手段，推行无纸化办公，合理使用打印机和复印机，提高纸张的二次利用率。食堂坚持可循环使用的餐具，减少一次性餐具的消耗。鼓励员工多走楼梯，尽量减少电梯的使用，特别是办公楼层低的员工。下班后做到人走灯灭电气关，减少电脑、打印机等设备的待机能耗。尽量少开空调，严格执行温度控制标准。提高员工参与支持垃圾分类的自觉性，推进企业生活垃圾分类源头减量和物资循环利用。同时，公司还组织志愿者活动，齐聚岳麓山，践行环保理念，开展“守护绿色，拥抱大自然”清理垃圾的公益活动。2020年，快乐购节降水电费93.16万元，节降率27.64%，实现在发展生产中保护环境，在保护环境中促进生产发展。



快乐通宝“守护绿色，拥抱大自然”环境保护行动



为加强文明创建，增强员工环保意识，芒果超媒及子公司聚焦衣食住行、办公及外出等方面的生态环境行为开展宣传活动。通过持续开展“光盘行动”“环保倡议”“垃圾分类不乱扔，看到垃圾‘弯弯腰’”等活动，引导公司员工从日常生活点滴做起，保护生态环境，履行生态文明建设责任。



“2020年8月起，芒果TV开展“光盘行动”，倡导厉行节约，反对铺张浪费，通过小视频宣传提醒大家节约粮食，效果显著，食堂泔水量减少近半”

## 第二节 全平台全渠道全终端可持续运行

### 1、自制环保节目，扩大环保声量



可持续发展需要营造良好的舆论环境和凝聚全社会的共识。芒果TV自制的首档先锋试验旅行真人秀《小小的追球》，通过节目嘉宾的影响力和综艺节目的多元表达形式在青年群体中发起“关注全球生态、环保从身边做起”的倡议和号召，取得重大社会传播效果。节目以第一视角解读和诠释“青春”与“环保”，激发年轻人对热爱地球、践行环保的使命感和责任感。《小小的追球》赢得良好反响，节目组艺人荣获冰岛“环保旅行大使”称号。



《小小的追球》节目组艺人荣获冰岛环保旅行大使称号

### 2、助力环保公益，人人都做先锋

公司积极组织旗下艺人参加各类环保公益活动，号召粉丝一起传播和践行环保理念。天娱传媒旗下签约艺人白举纲、张新成、武艺、范世錡和芒果影视旗下签约艺人郑伟、李炳辉、黄烁文、刘煜晗、盛蕙子、苏梦迪共10位艺人作为《小小的追球》公益发起人，倡导低碳出行，号召环保接力。芒果娱乐签约艺人吕小雨作为“世界自然基金会明星志愿者”参加公益活动，号召大家与自然共生，关上灯，点亮希望，在青年文化引领中发挥了积极作用。





# 主流赞赏

在湖南省委宣传部、省委网信办、省商务厅、省扶贫办指导，湖南广播电视台运维建设的公益平台“芒果扶贫云超市”的直播现场，湖南广电芒果TV《乘风破浪的姐姐》扶贫直播带货活动启动。助销湖南省10县城扶贫美食，解疫情下农产品滞销燃眉之急。

——6月5日，国家广播电视总局官网，《湖南广电芒果TV节目直播带货助力脱贫攻坚》

2020青春芒果节是开展文旅结合提振经济的有益尝试，也是进一步擦亮“广电湘军”文化名片的重要举措。

——8月10日，国家广播电视总局官网，《湖南举办第九届网络文化节暨2020青春芒果节》

在全景视野下，以社会思想、文化、制度的形成和发展为主轴，梳理中国历史的大脉络，通过从古至今制度和思想的重要演变，选取统、分、乱、治的重要节点，追源远流长的中国精神，沉淀历久弥新的中国价值，向历史深处探中华民族伟大复兴的力量之源。

——12月1日，国家广播电视总局官网，《大型历史文化纪录片〈中国〉（第一季）即将播出》

《装台》以其对社会生活的深入反映、对普通劳动者的生动刻画和对社会基准价值的坚定表达，展现了有生活热度和深度厚度的现实题材电视剧的独特艺术魅力。

——12月17日，国家广播电视总局官网，《电视剧〈装台〉：切入生活深处 作品才有魅力》

芒果TV早在今年1月份第一时间启动疫情防控的海外宣传，以芒果TV国际APP（MangoTV）为主阵地，利用海外全媒体矩阵主动同时发声，展现出主流媒体的反应力、执行力以及强烈的使命感。随着疫情在全球的持续蔓延，芒果TV动员一切力量，加强抗疫信息传播，向全球分享“中国抗疫经验”、传递“中国抗疫声音”。

——5月14日，国家广电智库，《【案例】芒果TV国际APP强势传递“中国抗疫声音”》

芒果TV作为湖南广电旗下唯一互联网视频平台，提前筹备精心策划了丰富多样的全国两会系列内容，在平台推出了专题、专栏、主旋律大片等主流内容，以及竖版微视频、动画小视频、创意H5等互动产品，充分发挥融合传播、视频传播、矩阵传播优势，展开了全方位、多角度、多层次的全国两会报道。

——5月23日，国家广电智库，《【两会宣传红榜】芒果TV全端多维融媒报道全国两会》

芒果TV的综艺节目，根据疫情防控形势的变化，洞察用户需求，始终坚持讲品味、讲格调、讲责任，推出一系列新节目，取得了社会效益和经济效益双丰收，彰显了一个平台的社会责任与担当。

——6月4日，国家广电智库，《【案例】芒果TV：综艺节目“战疫”，彰显人文关怀》

《乘风破浪的姐姐》的各位女嘉宾作为光鲜亮丽的女明星，她们没沉溺于打造“完美”人设，没躲在熟悉的一亩三分地里“养老”，反而抛下已有的名气和“江湖地位”，不惧年龄、不惧非议，勇于批判、敢于正视，擅长演戏的扯开了嗓子唱，从没跳过的放下身段舞，故而越挫越勇、愈战愈强。

——9月6日，中央政法委员长安剑，《历经123天，这档霸榜热搜的节目，告诉我们什么？》

许多家长通过节目了解到体育运动的重要性，开始注重培养儿童运动习惯。“小巨人运动会”对体育精神传递和推广儿童运动具有现实意义。节目中的赛事种类丰富、学习门槛低，有利于孩子们参与，让体育运动为孩子们的成长赋能。

——11月17日，国家体育总局官网，《“小巨人运动会”助力儿童运动推广》

@芒果TV《小小的追球》节目，带领大家走进云南西双版纳、北极、苏门答腊等地，感受野生动植物保护的重要意义。

——2月24日，生态环境部官方微博

由芒果 TV 出品、共青团中央宣传部特别合作的网络专题节目《致我们共同的地球》第三集《约旦：难民营里的希望之光》9月9日在芒果 TV 上线播出，节目播出后获得联合国难民署官方点赞。

——9月9日，联合国难民署

《总有一天会胜利》以新闻的敏感、短视频的节奏、电视剧的质感为要求进行创作，展现抗疫战斗中医护人员的坚守与不易、勇气与伟大。

——4月6日，湖南省人民政府官网，《芒果 TV 短剧 < 总有一天会胜利 > 致敬抗疫战士》

《闪耀的平凡》聚焦中国新兴行业领域奋斗者，以外籍体验嘉宾的独特视角，围绕中国在科技创新、环境保护、农业科学、天文学、援外医疗等领域，讲述了默默奋斗在这些领域的普通劳动者的故事。节目通过中外文化碰撞带来的体验，传播中国文化，共享科技成果，展示了中国与世界携手同行、践行构建“人类命运共同体”理念。

——5月27日，湖南省广播电视局官网，《芒果 TV < 闪耀的平凡 > 热血诠释“人类命运共同体”》

作为一部喜剧，《欢喜猎人》在让观众惹人发笑的同时，也努力承担着引发情感共鸣、传递社会正能量的责任担当。比如：正义终将战胜邪恶、超越种族隔阂的真挚情感也对当下现实有着较好关照。这些映射我们现实社会生活的内容对社会传递了真善美的价值观。

——6月10日，湖南省广播电视局官网，《< 欢喜猎人 >》热播科幻喜剧传递爱与正能量》

点赞节目以人物专题的形式，聚焦心有大我的中国军人，记录下七位军人的热血坚守，展现了“听党指挥、能打胜仗、作风优良”中国新时代军人的热血风采。

——7月31日，湖南广播电视局官网，《芒果 TV < 战旗美如画 > 8月1日开播向战旗下的热血军人致敬！》

2020年青春芒果节把整个长沙都纳入到节日氛围中，在塑造青年文化符号的同时，以“文化+城市”“文化+旅游”的形式，为长沙“网红城市”文化名片和“世界媒体艺术之都”称号再添重头戏。

——8月5日，湖南省广播电视局官网，《青春榜样乘风破浪 2020 青春芒果节开幕》

《致我们共同的地球》选取了多位中国青年公益人物代表，记录他们参与国内外公益事业经历的故事及一路上收获的成长与感动

——9月9日，湖南省广播电视局官网，《芒果 TV < 致我们共同的地球 > 见证中国年轻一代的力量》

《青青子衿》在讲好群像故事的同时，为新时代学生传递积极、向上、向善的青春正能量，为当下年轻人提供了思考问题的正向路径。

——9月9日，湖南省广播电视局官网，《少年长成不负韶华 闪光热血显正能量——古装励志剧 < 青青子衿 > 热播》

节目将浓厚的少数民族风情，质朴有爱的脱贫领头人，民族文化的保护者与传承者等元素贯穿其中，向观众呈现了少数民族“百姓富、生态美”的壮丽图景及日新月异的生活变化。

——10月12日，湖南省广播电视局官网，《芒果 TV 纪录片 < 石榴花开 2 > 倾情展示各族人民脱贫致富新生活》

《小巨人运动会》发挥文艺作品的责任担当，通过完整呈现多项热血赛事为推广儿童运动提供借鉴；同时深度挖掘比赛之外的选手成长故事，丰富体育运动内涵，推动体育运动走向全民，走入家庭。

——11月3日，湖南省体育局官网，《< 小巨人运动会 > 助力儿童运动推广 让快乐运动走进家庭教育》

《江山如此多娇》以习近平总书记在湘西十八洞村视察时发出精准扶贫的伟大战略为背景，旨在审美化、艺术化地为新时代创造人类历史上从未有过的、令近亿中国贫困农民脱贫的人间奇迹画像、立传、明德。我有幸先睹为快，受益匪浅。这是一部在同类题材作品中视点新、开掘深、立意高、艺术美、制作精的优秀作品。

——1月11日，人民日报客户端，《〈江山如此多娇〉为脱贫的人间奇迹画像立传明德》，中国文艺评论家协会主席仲呈祥

电视剧《江山如此多娇》是一曲脱贫攻坚的颂歌。这部剧讲述了城市青年濮泉生、沙鸥在湘西山村的奋斗故事。位于湘西大山深处的碗米溪村，是一个长期贫困的山村。在沉重的现实面前，要完成从物质到精神，从生活到观念的全面改变，绝非一朝一夕的事。这部剧生动说明，扶贫要通过扶智与扶志生发力量。扶智与扶志，说到底是要改变人心。

——1月28日，人民日报，《扶智与扶志 生发新力量》，中国作家协会副主席阎晶明

《我不是购物狂》以购物这样一个小切口观照当前环境下的大生活，以轻松愉快的情节推进引领青少年价值观建设，可以说是立意新颖视角独特。

——2月3日，人民网，《引领青年价值观》

在“讲好中国故事”的时代命题下，聚焦人间百态是《朋友请听好》的核心立意。

——2月23日，人民日报，《以声音聚焦人间百态〈朋友请听好〉引网友共鸣》

《我在北京等你》移默化地向青年群体释放逆风向上、永记初心的奋斗精神，让个人的小梦想与中国梦浑然一体，鼓励着青年创业者燃烧青春能量，砥砺前行。

——3月6日，人民日报，《〈我在北京等你〉绘海归群像》

多元性格的嘉宾、不同状态的恋爱日常、多样化的代际关系，《女儿们的恋爱》第三季激发的是来自大众的共鸣和更普遍化的思考。

——10月23日，人民日报，《直击真实代际沟通，“小而美”的节目有真实触动》

《向阳而生》根据真实故事改编，讲述了主人公熊顿罹患癌症后，依然坚持笑对人生，用漫画记录下了自己勇敢与病魔抗争的故事。

——10月29日，人民日报，《〈向阳而生〉：面对疾病乐观向上，面对生活积极勇敢》

《隐秘而伟大》讲述的故事发生在动荡的大时代，却着眼于上海的一条弄堂、一个家庭、一位小人物，用细腻的笔触去绘制那些隐秘处的英雄。真实人生的烟火气赋予剧中人鲜活的生命力，也给了观众零距离的真实感。

——11月13日，人民日报，《〈隐秘而伟大〉：真实烟火照亮梦想初心》

让传统文化焕发新的活力与生机，不仅需要影视作品从中汲取营养，更要开拓创新出一条符合当下传播环境，能够与观众产生情感共鸣的连接点。《上古密约》在讲述神话故事时，以人的情感为契合，进行了年轻化的创新表达，或可为其他作品提供思路和借鉴。

——2月15日，新华网，《〈上古密约〉：传统文化的年轻表达》

《隐秘而伟大》创作的一个亮点是让剧中人物回归常态，展现普通人的信仰和理想。从职业选择到家庭关系，从温馨的亲情、坚固的友情到纯洁的爱情，均体现了不同时代有着相似选择的追梦者的共性。

——11月10日，新华社，《电视剧〈隐秘与伟大〉热映 讲述不忘初心的追梦人故事》

《我不是购物狂》基于对影视创作规律和青春剧创新法则的践行、对青春剧价值坐标的升级探索，映射出青春剧打破旧题材格局的诉求，而这样正向引领年轻人价值观的剧集，亦是青春题材影视作品未来创作值得思考的方向。

——2月19日，光明日报，《青春题材的又一突破》

在婚恋焦虑此起彼伏、离婚率不断升高的当下，《婚前21天》帮助大众更好地审视生活中遇到的问题，用沟通和理解去化解隔阂和矛盾，在平凡而琐碎的日常生活中重拾感动、正视感情、发现惊喜。一档情感综艺的更大想象空间，或许就在这里。

——3月10日，光明网，《<婚前21天>：拓展情感综艺的想象空间》

《我在北京等你》在青春的轻盈和现实的厚重之间找到平衡，打通年轻一代关于梦想、事业、爱情的话题共鸣，从而令更多年轻人在轻松追剧时，也能够重新思考和建构自己的价值观。

——3月25日，光明日报，《<我在北京等你>：一曲逐梦前行的创业歌》

《婆婆和妈妈》在延续第一季气质的基础上完成全面创新，以婆媳、岳婿家庭为观察对象，节目通过对四组嘉宾非典型家庭图鉴的勾勒，窥见普通人生活中的真实问题。更进一步地，在典型幸福范本的描摹中探寻美好家庭生活的保鲜秘籍，全面升级的《婆婆和妈妈》更具主动引领正向价值观的能量。

——5月28日，光明日报客户端，《聚焦多边家庭关系，<婆婆和妈妈>解码代际沟通》

《妻子的浪漫旅行》第四季用有血有肉的真实故事告诉大家——幸福其实不需要很高的成本，“不忘初心”四个字不光能用在奋斗上，也可以用在婚姻中。《妻子的浪漫旅行》第四季用一个个温暖的故事，向观众传递了浪漫且正向的婚恋观。

——9月4日，光明日报客户端，《<妻子的浪漫旅行>第四季：温暖传递爱的“共创艺术”》

让剧中人物回归常态，在真实社会氛围、地理氛围里去展现普通人信仰的伟大，是《隐秘而伟大》在剧作呈现上最直观的落地，从而极具生命力。

——11月6日，光明日报，《电视剧<隐秘而伟大>看片会获赞真实烟火点燃梦想初心》

芒果TV《密室大逃脱》第二季于近日开播，这一季节目在烧脑解谜的基础上更加重视剧情主题的打造，每期故事背后反映出的社会话题引人深思，首期节目中关于该不该关闭虚拟母亲系统的话题就引发网友热议。

——7月10日，中国青年报客户端，《<密室大逃脱2>开播，烧脑解谜之外更关注社会话题》

芒果TV创新推出的新综艺《朋友请听好》，以声音互动关照社会现实，听众毫无芥蒂的倾吐心事，嘉宾则基于人生经验给予暖心建议，在双向交流中实现情感碰撞，既让声音再次绽放魅力，也引发了诸多网友的情感共鸣。

——2月26日，学习强国，《【综艺】<朋友请听好>以声音聚焦人间百态 温暖治愈引无数共鸣》

“芒果扶贫云超市”此次进山，则为果农提供了全新机遇。“一键开店、一键直播、一键下单”的模式在城市的消费者与果农之间架起了桥梁，一方面实现了城市的“果篮子”有效供给，满足了城市居民在线消费的要求；另一方面，也促进了当地产业的发展，促进当地群众增收。

——7月28日，学习强国平台，《“芒果扶贫云超市”助力脱贫攻坚“直播+电商”为麻阳富硒黄桃插上互联网翅膀》

学习强国平台点赞“芒果扶贫云超市”开创“电网联动”新举措，利用讲好扶贫故事、“带货直播”开辟助农新渠道。

——10月22日，学习强国平台，《全国脱贫攻坚奖组织创新奖 | 湖南卫视：打造消费扶贫“湖南样本”》

《当天真遇见爱情》正是聚焦于新时代青年的职场和爱情，去呈现他们在职场中的摸爬滚打，成长和失意，迷茫和无助，勇气和担当。这种剖析不仅对当下的年轻人有启发意义，也能让更多人去了解这个群体，了解新时代青年的职场观和爱情观。

——2月8日，鹰眼头条，《职场菜鸟的爱情初体验：<当天真遇见爱情>解锁都市剧创作新思路》

芒果TV主动承担党媒职责，推出“我是接班人·云春游”爱国主义教育课堂，为培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人做出了有益探索，充分彰显出主流媒体的使命担当和社会责任感。

——4月3日，湖南省教育厅，《感谢信》

芒果TV在以“防疫有我，爱卫同行”为主题的第32个爱国卫生月活动中，充分发挥本部门特色优势，积极开展线上线下各类宣传科普活动，为爱国卫生活动的顺利开展提供了强有力的支持，发挥了重要作用。

——5月18日，全国爱国卫生运动委员会，《感谢信》

芒果TV是长沙的一张崭新的城市名片，各类王牌节目无形之中为长沙塑造了一个开放、先进、活力、创新的城市形象，带动了长沙的经济社会发展。芒果TV也是长沙城市形象的积极推广者，把长沙元素通过各种形式展现在观众面前，推介了长沙开放包容的城市形象。

——8月8日，中共长沙市委宣传部，《感谢信》

《战旗美如画》系列节目在芒果TV首播后，在全社会引起热烈反响，为军区部队官兵深入传承“白云山团”精神营造了良好氛围，为展现新时代西藏官兵扎根高原、守卫边疆的感人事迹提供了良好展现平台。

——8月27日，湖南省委宣传部，转达中国人民解放军西藏军区政治工作部宣传处的《感谢信》

《功夫学徒2》第七集“螺狮粉创意开发大比拼 解密网红美食致富链条”充分展现了柳州螺狮粉产业蓬勃发展及螺狮粉产业助脱贫的生动场景，弘扬主旋律，传播正能量，为柳州决战脱贫攻坚、全面建成小康社会营造了良好的舆论氛围。

——11月12日，中共柳州市委外宣办，《感谢信》

《江山如此多娇》没有局限于一地一事，而是通过小切口，借由高度浓缩提炼的脱贫故事，描绘脱贫攻坚事业整体概观，作品通过丰富的镜头展示了张家界的山河壮丽、山川秀美，特别是“山路十八弯”的天门山盘山公路给人留下了深刻的印象。我们一定将《江山如此多娇》拍摄，播出中呈现的精神力量认真消化，进而转化成为我市在脱贫攻坚，乡村振兴、开启全面建设社会主义现代化国家新征程的精神动力。

——1月27日，中共张家界市委，《感谢信》

2020年，公司获上级表扬112次，其中中宣部、国家广电总局表扬41次。

## 芒果超媒 2021——迈步从头越

一切过往，皆为序章。未来已来，奋进新航。2021年是中国共产党建党一百周年，党的百年华诞，成为包括芒果超媒在内的党媒国企的最大发展动力。宣传好建党百周年，弘扬不忘初心、牢记使命的伟大精神，是芒果人义不容辞的使命担当。2021年2月25日举行的全国脱贫攻坚总结表彰大会上，习近平总书记庄严宣告，“在迎来中国共产党成立一百周年的重要时刻，我国脱贫攻坚战取得了全面胜利，现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫”。这是社会主义现代化建设迈上新征程的开始，芒果超媒的最新发展和2021年的奋斗指向也将沿着习近平新时代中国特色社会主义思想和新发展理念，迈开芒果新征程。

湖南省委《关于制定湖南省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出推进媒体深度融合，推进全媒体传播工程，打造新型主流媒体。

张华立董事长指出“要向着媒体融合芒果模式的2.0版全新进发”，“向着建设主流新媒体集团的目标全新进发”，“新的意义在于，我们不被传统媒体所定义，我们需要迅速迭代为真正的新媒体；我们也不被价值泛泛的新媒体所定义，我们是具有党媒属性和市场影响力双重属性的主流新媒体；我们不被芒果超媒这一个新媒体平台所定义，我们湖南广电是整体组织形态、企业文化、生态价值都要实现互联网化重构的主流新媒体集团”。2021年，集团公司要做的各项大事中与芒果超媒密切相关的有：

打造具有芒果特色的党建品牌。以党建引领主流新媒体集团的组织建设，快速搭建“一云多屏多元一体”的数字化组织形态；全面奏响建党百年主题交响乐。打造一批融媒高峰作品，让青春气质融入主流价值表达，使百年辉煌党史与当代青年形成密切沟通，让湖南广电的主流价值进一步升华；建立独一无二的湖南卫视、芒果TV双平台内容定制体系；做成内容独特、商品独特、运营独特的小芒电商；实施适应主流新媒体集团的芒果新人才计划；掌握一批自主创新的核心技术，全力夯实芒果新技术、新基建。

这些新征程表述，就是2021年芒果超媒的建设华章。

蔡怀军总经理在芒果超媒年会上总结的2021年超媒基本战略任务，也就是超媒人的进军令：

要牢记“党媒姓党”，做大做强舆论宣传核心主阵地；要坚持“高门槛的长视频战略”，让爆款成为常态；要坚持“以我为主”，实现芒果新媒体平台超常规发展；要加大“开放共赢”，开启芒果融媒大生态再升级；要实现“中台赋能”，升级组织形态，最大程度释放人才活力；要确保稳定的可持续增长，做集团战略升级的核心动力。

这就是芒果超媒2021年的新承诺和新应答。芒果人永远奋斗在路上。

