

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 2021 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） | 7,853,228,785.77 | 5,773,764,006.22 | 36.02% |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 1,451,207,609.75 | 1,103,375,574.00 | 31.52% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元） | 1,440,022,162.65 | 975,131,242.87 | 47.67% |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 401,943,857.80 | 11,508,801.22 | 3,392.49% |
| 基本每股收益（元/股） | 0.82 | 0.62 | 32.26% |

| | | | |
|------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 稀释每股收益（元/股） | 0.82 | 0.62 | 32.26% |
| 加权平均净资产收益率 | 12.87% | 11.82% | 1.05% |
| | 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） | 21,270,163,889.69 | 19,265,699,802.98 | 10.40% |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 11,807,733,933.39 | 10,587,978,185.42 | 11.52% |

3、公司股东数量及持股情况

| 报告期末普通股股东总数 | 27,955 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有） | 0 | 持有特别表决权股份的股东总数（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、标记或冻结情况 | |
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 芒果传媒有限公司 | 国有法人 | 58.94% | 1,049,300,301 | 849,019,732 | | |
| 杭州阿里创业投资有限公司 | 境内非国有法人 | 5.26% | 93,647,857 | 0 | | |
| 中移资本控股有限责任公司 | 国有法人 | 3.99% | 70,959,923 | 0 | | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 3.17% | 56,489,606 | 0 | | |
| 中信银行股份有限公司—交银施罗德新生活活力灵活配置混合型证券投资基金 | 其他 | 0.88% | 15,724,043 | 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 | 0.86% | 15,254,530 | 0 | | |
| 招商银行股份有限公司—兴全合润混合型证券投资基金 | 其他 | 0.85% | 15,045,255 | 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 | 0.82% | 14,644,617 | 0 | | |
| 中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—005L-FH002 深 | 其他 | 0.64% | 11,399,039 | 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 | 0.56% | 9,975,200 | 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。 | | | | | |

公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

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、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

湖南广电作为党的舆论宣传主阵地，始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，认真落实党管宣传、党管意识形态、党管媒体重要原则，把坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向放在突出位置。公司作为湖南广电旗下统一运营的新媒体平台，积极响应中央关于推动媒体深度融合发展战略部署，在湖南广电建设主流新媒体集团进程中，充分发挥自身媒体平台属性和内容自制优势，自觉承担举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，成为国家广电总局首批全国广播电视媒体融合先导单位。以国家“十四五”规划的开启和中办国办《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》的出台为标志，公司作为A股市场唯一一家国有控股长视频新媒体公司，将以主力军全面挺进主阵地的责任感、使命感，着力将公司打造成为“正能量、管得住、用得好”的主流新媒体，不断探索树立新时期国有互联网公司新标杆。

报告期内，公司经营层砥砺奋进，带领团队守正创新，不断加强优质内容建设和平台效能运营，持续夯实高门槛长视频的核心竞争力，同时充分发挥优质内容IP品牌效应，布局孵化新型业态，推动公司全产业链上下游业务协同发展。报告期内，公司实现营业总收入785,322.88万元，同比增长36.02%；归属于上市公司股东的净利润145,120.76万元，同比增长31.52%。芒果TV会员、广告、运营商等各项业务保持稳健、快速增长良好态势，其运营主体快乐阳光实现营业收入675,259.98万元，同比增长45.96%，净利润138,640.84万元，同比增长32.84%。公司主要业务模式和经营情况如下：

（一）公司的主要业务

1、芒果TV互联网视频业务

芒果TV互联网视频业务主要分为广告、会员及运营商业务。

广告业务主要分为软广业务和硬广业务。软广业务以内容为核心，充分发掘优质内容IP的营销价值，为客户提供冠名、植入等广告产品。硬广业务则为客户提供贴片、中插等广告服务。

会员业务分为线上和线下两部分。线上会员业务指公司凭借丰富的版权资源和优质独播内容优势，吸引用户通过线上消费方式购买包月、包季、包年会员等。线下会员业务主要是通过各种形式的推广活动吸引目标受众成为会员。

运营商大屏业务模式主要是与各大运营商以及有线电视运营商等签署合作协议，公司提供内容产品及配合市场推广与营销，运营商发展用户，用户订购后，双方对相关收入进行分成。

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包含了内容制作及运营、艺人经纪、音乐版权、IP衍生开发及游戏等业务。

内容制作及运营业务主要包括综艺节目和影视剧制作及内容版权运营，是公司核心竞争力最集中的体现。公司作为头部内容生产商，一方面通过自制、定制等多种方式生产优质精品内容，传递社会正能量，引领青年文化价值，实现国有文化企业的社会效益；另一方面，通过优质精品内容吸引会员、服务广告客户等实现经济效益。

在艺人经纪业务方面，公司通过挖掘、培养具有潜力的新人，为艺人提供从定位、宣传、造型、商务代言等全方位服务，形成层次丰富、类型完备的艺人梯队，并通过艺人参演影视综艺节目、商业类演出、品牌演唱会、品牌代言以及周边衍生产品授权等方式最大化艺人经纪价值。

在音乐版权业务方面，公司基于艺人经纪长期积淀并持续丰富的音乐IP资源，开展线上APP授权、海外数字音乐授权、游戏授权、节目使用授权、影视配乐合作等数字音乐授权业务。

在IP衍生开发及游戏业务板块，公司依托芒果系IP优势，如《明星大侦探》和《密室大逃脱》等爆款节目开发线下实景剧本杀游戏和密室游戏，打造M-CITY品牌；另外，还立足芒果优质IP资源和庞大的女性用户群体，布局女性游戏赛道。

3、内容电商业务

公司内容电商业务包括由传统电视购物转型为媒体电商的快乐购业务板块，以及基于长视频内容优势推出的面向年轻人的垂直内容电商平台小芒业务板块。

媒体电商业务依托电视大屏，拓展IPTV、移动APP与小程序等大小屏互动及多渠道运营，进行日常生活、家居、食品、健康、美容、投资收藏等多种产品的销售。

小芒电商定位为“新时代潮流内容电商”。借助芒果生态双平台强大内容制作优势，小芒电商以内容为载体，通过搭建从用户创作到KOL众创，再到IP内容专业产出的内容金字塔链路，打造基于服饰、潮玩、密室、萌宠等青年人的兴趣社区，同时与品牌厂商合作开发相关产品，构建以“内容+社区+电商”为核心的全新电商模式。

（二）各业务板块经营情况

1、芒果TV互联网视频业务经营情况

报告期内，芒果TV互联网视频业务实现收入58.98亿元，同比增长49.45%，广告、会员及营运商业务保持稳健增长。

(1) 广告业务经营情况

2021年上半年，广告业务实现收入31.42亿元，同比增长74.75%。驱动广告收入增长的因素主要包括：公司头部IP不断刷新招商记录，如《乘风破浪的姐姐（第二季）》创上半年单项招商金额之最；以《密室大逃脱（第三季）》《妻子的浪漫旅行（第五季）》等IP为代表的综N代项目广告招商体量稳步增长；头部剧集如《理智派生活》《八零九零》《陪你一起长大》以及定制综艺的广告产品创新与销售取得突破性进展，DSP、IGRP营销升级成果显著。

(2) 会员业务经营情况

报告期内，公司实现会员收入17.45亿元，同比增长23.05%。增长的驱动因素主要包括：一是持续丰富会员权益，依托优质内容优势，通过差异化定制，打造专属会员衍生节目；二是实施精准会员营销策略，着力提升健康卡种比例，年卡用户占比提升7个百分点，连续包月用户占比保持稳定；三是通过APP首页内容精准推送，提高会员转化率，提升用户粘性；四是加强异业合作与渠道合作，实现优质内容站外分发，推动用户转化；五是精耕用户基本盘，推动用户破圈，季风剧场第一部作品《猎狼者》男性用户偏好度TGI达到170。报告期内，公司会员收入增速有所放缓，主要是由于去年同期在《下一站是幸福》《锦衣之下》等热播剧集拉动下，会员收入增速的基数较大。下半年，《披荆斩棘的哥哥》等热门综艺的播出、季风剧场优质剧集《我在他乡挺好的》以及《与君歌》等头部剧集的上线，有望拉动会员收入持续增长。

(3) 运营商业经营情况

报告期内，运营商业实现收入10.11亿元，同比增长38.63%。截至报告期末，公司运营商业已覆盖31个省级行政区域，覆盖用户超3亿户。其中湖南省内IPTV用户近1400万户，在较高渗透率基础上，公司通过加强精细化管理和产品创新运营，不断提升用户价值。比如针对省内用户上线短视频分屏，打造具有本地特色的内容矩阵，与湖南各县级融媒体深度合作，试点IPTV一县一屏等。省外业务方面，公司发挥自有版权内容优势，联合战略合作伙伴加大各省业务拓展力度，实现内容基础包和增值包深度覆盖。同时联合全国广电和运营商，共同探索建设大屏广告联盟项目，提升大屏端广告商业价值。OTT业务则重点发力厂商渠道，转变合作及运营模式，与厂商资源深度融合，促进OTT业务稳健发展。

2、新媒体互动娱乐内容制作经营情况

报告期内，新媒体互动娱乐内容制作业务实现营业收入9.85亿元，同比增长18.51%。内容制作及运营、艺人经纪、音乐版权、IP衍生开发及游戏等业务稳健发展。

(1) 坚持守正创新，壮大主流声量

党媒国企是文化建设和文化产业发展的主体主角，是主流价值观引领的排头兵。在内容创作上，公司始终坚持以人民为中心的创作理念，不断创新方式、方法，充分研判当下用户新的审美需求，力争不断产出用户喜闻乐见的精品优质内容，真正实现从形式（手段）创新向内容创新和价值引领转变，从浅娱乐向深熏陶跨越，为人民精神生活提供丰富营养。庆祝建党百年献礼期间，公司通过多屏联动方式播出一系列优质精品的主旋律、正能量内容，不断壮大主流声量，巩固主流宣传阵地。建党百年献礼剧《理想照耀中国》《百炼成钢》《江山如此多娇》以不同形式聚焦中国共产党带领中国人民从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃，展现共产党人带领人民脱贫攻坚的辉煌成就。大批主旋律电视剧、电影的回顾展播形成了传递正能量、弘扬主旋律的作品矩阵。7月1日，公司新媒体平台芒果TV全网推出独家大型融媒体定制专题《百年风华正青春》，并同步播出庆祝中国共产党成立100周年大会、“七一勋章”颁授仪式、庆祝中国共产党成立100周年大型文艺演出等重大活动。在弘扬中国文化方面，芒果TV国际APP力求讲好中国故事、传播好中国声音。在庆祝建党百年华诞之际，芒果TV国际APP（MangoTV）对庆祝建党百年相关热点内容进行同步翻译与推广，成为出海视频APP中唯一一个搭建建党百年子频道以及增设专区的平台。公司自制纪录片《闪耀的平凡2》作为中宣部庆祝建党100周年对外宣传重点项目发行至多个海外媒体平台。

(2) 内容制作及运营业务经营情况

内容制作及运营业务主要包括综艺和影视剧制作及内容版权分销等。坚持以人民为中心的文艺作品创作理念，公司内容制作强化现实主义创作导向，彰显社会主义核心价值观，不断打造“思想精深、艺术精湛、制作精良”的精品力作。作为国内头部综艺节目制作平台，公司拥有20个高质量综艺节目自制团队，坚持综N代优化和新综艺研发并进，持续夯实在综艺节目制作方面的领先优势。芒果TV成立节目生产中台中心，提供艺统、技术、制片等节目生产的服务支撑；成立综艺立项委员会，通过广泛征集全公司创意提案，激发创意活力，进一步激活全员创新创意环境，为爆款节目的产出构建了良好的组织机制。作为媒体平台的内容创作团队，公司制作人善于深刻捕捉大众内心呼唤、把握社会情绪脉动，进而关照现实创作出受众认可的优质精品内容。《乘风破浪的姐姐（第二季）》延续现象级社会话题，以坚韧的女性力量继续助推平台破圈，是文艺节目善于捕捉社会情绪、回应大众关切、积极产出文化正能量的生动案例；《明星大侦探（第六季）》《密室大逃脱（第三季）》持续保持了高水准节目质量和超强的广告招商力，其中，《明星大侦探（第六季）》有6.8万人参与豆瓣评分，评分高达8.9分，继续为平台“悬疑推理节目带”固圈拓新。《婆婆和妈妈（第二季）》《妻子的浪漫旅行（第五季）》等综N代表现可圈可点。《初入职场的我们》创新性地首次聚焦真实职场，以“逆娱乐化”姿态关注社会现实，受到用户好评。

影视剧方面，公司拥有24个影视制作团队和30家“新芒计划”战略工作室，报告期内共上线79部剧集，其中有23部微短剧集。面对长剧集注水、悬浮表达和流量依赖等行业乱象，公司积极践行国有影视企业的使命担当，推出了高品质网联动的芒果季风剧场。季风剧场采用短剧模式，单集70分钟，每周播出2集，共12集，是国内首次网联动深入试水短剧模式。季风剧场自开播以来，先后上线《猎狼者》《谎言真探》《我在他乡挺好的》等短剧集，以高浓度的剧情、电影级的叙事手段，创造崭新的叙事风格和影像品质，为影视行业带来革新气象，获得行业和受众一致好评。此外，报告期内芒果TV平台剧集好戏连台，自制剧《理智派生活》展现新时代背景下的独立女性，是Netflix今年首部引进的国产影视剧集；探讨学历歧视的定制剧《别想打扰我学习》反向输出湖南卫视；首部聚焦养老的温情大剧《八零九零》积极探索养老题材新方向。与此同时，公司积极布局微短剧赛道，将微短剧纳入“大芒计划”，打造“下饭剧场”，坚持“垂类剧场+精品化+创作者”策略，通过定制横屏精品剧，满足平台女性用户对短剧内容的刚性需求。

(3) 艺人经纪业务经营情况

作为党媒国企，公司培养艺人始终以传递主流社会价值，弘扬主旋律为己任，不断加强艺人教育培训管理。一是建立健

全艺人管理各项规章制度。先后制定《艺人经纪中心管理制度汇编》《签约艺人管理办法》《演艺从业人员管理手册》；建立“艺人评审会”制度，从艺人选拔、签约、管理、使用、到解约全流程进行监督；引导艺人自发签署做新时代文艺工作者承诺书，号召共同建立崇德尚艺的文艺环境。二是不断强化艺人主流价值观教育。组织艺人参加政治理论学习，提升自身政治素养；芒果TV成立湖南广播影视集团历史上首个艺人党支部，积极发挥党员先锋模范作用；引导艺人以微薄片酬或零片酬参演积极参演主流作品，强化其作为党媒平台艺人的使命担当。三是加强艺人日常管理。对拟签约艺人事先进行背调，从源头开始避免风险；以《经纪人工作日志》《艺人学习心得》等方式记录存档，纳入经纪人KPI考核及艺人年度评级考核。

报告期内，公司旗下天娱传媒、快乐阳光共有签约艺人125人，艺人矩阵包含影视、综艺、主持、音乐等方向。通过实施芒果系自有艺人优先发展战略，公司在自制综艺节目、季风剧场、大芒计划等内容产品中优先选用公司签约艺人，为艺人发展提供成长的广阔空间。天娱传媒艺人经纪业务收入在去年受疫情影响低基数的情况下，实现较大增长。头部艺人华晨宇、欧豪、张新成、李斯丹妮等以及新生代艺人齐思钧、李莎旻子、佟梦实、吕小雨等影响力日渐提高，艺人代言产品、出演剧目、参与商演有所提升。

（4）音乐版权业务经营情况

截至报告期末，天娱传媒音乐曲库数量累计达到1523首，较年初新增37首。报告期内，音乐版权收入同比增速近40%，业绩增长的主要驱动因素包括：一是音乐创作方面，改变单曲单案的制作模式，推出系列音乐专案企划，打造音乐合辑；二是宣推方面，新设企划制作部和宣传推广部，加大对重点歌曲的企划和宣推力度，《SAY YA》《水花》《苟且》《海马》《留在心间》等歌曲在各大音乐榜单表现抢眼；三是营销方面，凭借优质的音乐版权资源和持续扩大的音乐曲库，不断提升音乐版权的议价能力和收入体量。

（5）IP衍生开发及游戏业务经营情况

报告期内，基于在用户端和产业链端积累的独特优势，公司瞄准实景娱乐行业新风口，正式布局线下实景互动娱乐产业。用户端方面，芒果TV主打年轻女性用户群体，通过《明星大侦探》《密室大逃脱》两大经典IP及其衍生IP积累了大量热衷于实景解密的垂类会员。产业链方面，公司依托产业链上游的IP优势，开发剧本杀业务云平台，并向产业链下游延伸，打造芒果M-CITY明星大侦探旗舰品牌，通过上下游以及线上线下的协同，逐步构建起在实景探案+圆桌剧本杀细分领域的全产业链优势。开业三个月，“芒果M-CITY”长沙旗舰店已成为网红打卡新地标，未来，“芒果M-CITY”将陆续登陆上海、成都、海口等城市。另外，在游戏业务方面，公司继续坚持以芒果TV用户为核心，重点打造女性向以及芒果系综艺IP向游戏，持续丰富平台生态，不断增强用户粘性。

3、内容电商业务经营情况

报告期内，内容电商业务实现收入9.31亿元，同比下降2.36%。报告期内，快乐购实施从聚焦大屏转型聚焦用户的整体策略，进一步整合以电视大屏、外呼为代表的传统业务，重建移动端小屏用户的供应链及营销体系，以实现新业务逐步替代传统业务。

小芒电商于2021年1月1日正式上线，在近半年持续探索优化过程中，定位为新时代潮流内容电商平台。报告期末，小芒共有技术、运营、品开、商务等员工405人，主要业务板块包括商品开发、社区运营、商城运营、直播运营、用户增长等。报告期内，小芒电商积极探索搭建用户创作-KOL众创-IP内容专业产出的内容金字塔链路，充分发挥媒体平台善于洞察时代变迁和社会情绪的优势，在强大的内容IP矩阵基础上主打IP联名，定制开发节目同款，探索建立小芒特色的内容-品牌转化链路，积极打造自有品牌根据地。