

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

公告编号：2023-031

# 芒果超媒股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所未发生变更，为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 1,870,720,815 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.3 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	芒果超媒	股票代码	300413
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴俊	周勇	
办公地址	湖南长沙金鹰影视文化城	湖南长沙金鹰影视文化城	
传真	(0731) 82897962	(0731) 82897962	
电话	(0731) 82967188	(0731) 82967188	
电子信箱	mangocm@mangocm.com	mangocm@mangocm.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

公司是 A 股市场第一家以融合发展为特色、掌握全渠道与内容生态完整核心产业链的国有新媒体公司，也是湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）旗下统一的融媒体产业及资本运营平台。公司主营业务包括芒果 TV 互联网视频业务、新媒体互动娱乐内容制作及内容电商业务等。公司依托芒果特色融媒生态，以互联网视频平台运营为核心，打造涵盖会员、广告、IPTV、OTT、影视剧、综艺节目、艺人经纪、音乐版权运营、IP 衍生开发及实景娱乐、内容电商等在内的上下游协同发展的传媒全产业链生态。

## 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会员包；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，配合市场推广与营销，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内容制作及运营、艺人经纪、音乐版权、IP 衍生开发及实景娱乐等业务。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，引领青年价值观，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。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打造艺人经纪商业闭环。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 衍生开发及实景娱乐板块，公司依托《大侦探》《密室大逃脱》等 IP，多维度进行衍生品授权，在全国布局线下实景娱乐业务，打造 M-CITY 品牌。

## 3、内容电商业务

公司内容电商业务包括快乐购电商业务板块和小芒电商。快乐购电商业务聚焦电视购物业务和供应链建设与拓展，打造围绕电视大屏和电视人群销售闭环的服务平台和工具平台。小芒电商定位为“新潮国货内容电商平台”，深度聚焦 IP 内容与电商业态融合，依托内容孵化多条特色商品线，打造垂类芒品牌。同时强化与芒果生态圈层整体联动，借助 IP 合作权益进一步拓展国货品牌合作矩阵，不断完善“内容+视频+电商”的商业闭环。

## 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

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	29,049,673,556.55	26,110,751,404.90	11.26%	19,265,699,802.98
归属于上市公司股东的净资产	18,850,714,836.78	16,966,400,358.23	11.11%	10,587,978,185.42
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	13,704,339,712.31	15,355,863,482.07	-10.76%	14,005,534,955.36
归属于上市公司股东的净利润	1,824,925,935.93	2,114,090,171.85	-13.68%	1,982,159,476.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,587,332,987.64	2,059,758,151.24	-22.94%	1,846,203,181.73
经营活动产生的现金流量净额	551,646,897.99	561,800,882.37	-1.81%	580,970,353.08
基本每股收益（元/股）	0.98	1.17	-16.24%	1.11
稀释每股收益（元/股）	0.98	1.17	-16.24%	1.11
加权平均净资产收益率	10.20%	16.25%	-6.05%	20.46%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,123,969,453.34	3,590,517,648.95	3,524,344,638.12	3,465,507,971.90
归属于上市公司股东的净利润	507,478,079.59	683,286,374.23	487,528,304.18	146,633,177.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	474,325,192.41	621,084,933.79	441,615,284.70	50,307,576.74
经营活动产生的现金流量净额	-733,432,499.72	648,062,871.71	542,673,374.45	94,343,151.55

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	52,454	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	42,332	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	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	56.09%	1,049,300,301.00	849,019,732.00					
中移资本控股有限责任公司	国有法人	7.01%	131,188,792.00	0.00					
湖南财信精果股权投资合伙企业（有限合伙）	国有法人	5.01%	93,647,857.00	0.00					
香港中央结算有限公司	其他	3.05%	57,013,712.00	0.00					
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	1.51%	28,206,669.00	0.00					
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	0.93%	17,407,787.00	0.00					
中国工商银行股份有限公司—兴全绿色投资混合型证券投资基金（LOF）	其他	0.51%	9,599,502.00	0.00					
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	0.50%	9,407,869.00	0.00					
招商银行股份有限公司—兴业兴睿两年持有期混合型证券投资基金	其他	0.42%	7,880,000.00	0.00					
中国工商银行股份有限公司—广发中证传媒交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.40%	7,565,118.00	0.00					

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 10 名股东不存在关联关系或一致行动关系；未知其他前 10 名股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。
------------------	--

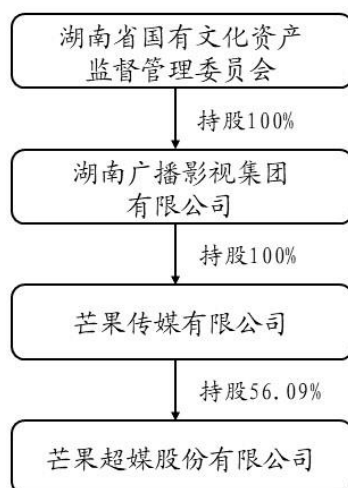
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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、在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

2022 年，党的二十大胜利召开，擘画了全面建设社会主义现代化国家、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，吹响了奋进新征程的时代号角。作为湖南广电旗下的新媒体平台和建设主流新媒体集团的排头兵，公司始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平总书记关于媒体融合系列重要讲话精神为指引，坚守党媒国企“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命担当，着力推进媒体融合向纵深发展，牢牢稳住核心业务基本盘，推动各项经营活动稳中提质，夯实高质量发展根基。报告期内，公司实现营业总收入 137.04 亿元，同比下降 10.76%；归属于上市公司股东的净利润 18.25 亿元，同比下降 13.68%。核心主营业务芒果 TV 互联网视频业务实现营业收入 104.18 亿元，同比下降 7.49%。公司入选第十四届“全国文化企业 30 强”，芒果 TV 在“2022 年中国互联网综合实力企业”中排名第 19 位，是前二十强中唯一的国有控股企业。

### 1、充分发挥融合传播优势，坚决扛牢党媒使命责任

作为国内最大的党管党控上市新媒体平台企业，公司始终坚持党媒姓党、绝对忠诚，把壮大主流舆论作为首要任务，以创新精神和青春气质传递主流价值、担当社会责任，致力于让正能量更强劲、主旋律更高昂。报告期内，紧扣宣传党的二十大工作主线，芒果 TV 首页首屏上线“党的二十大报道专区”，专题聚焦“沿着总书记的足迹”“这十年”“二十大时光”“奋进伟大时代”等全媒体报道宣传，多维度构筑正能量传播矩阵，积极营造浓厚热烈、昂扬向上的舆论氛围，充分展示十年来以中国式现代化推进中华民族伟大复兴的壮阔历程和伟大成就。芒果 TV 国际 APP 紧扣文化出海主线，紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想解读和党的二十大、全国两会、建党 101 周年、香港回归 25 周年等重大主题，持续探索中国故事和中国声音的全球化表达，国际传播作品连续四年获得中国新闻奖，海外影响力不断提升，已覆

盖全球超过 195 个国家和地区，下载量超 1.18 亿次。

## 2、持续推进媒体深度融合，打造长视频内容创作高地

公司深入贯彻落实中央关于加快推进媒体深度融合发展的战略部署，坚持“长期主义”和“未来主义”，坚持媒体价值引领和内容自主创新，着力打造芒果深度融合生态，充分发挥媒体融合发展的内容供给优势，不断提升内容生态的多元性、创新性和可持续性，以内容优势赢得发展优势。芒果 TV 拥有 24 个综艺制作团队、25 个影视制作团队、34 个新芒计划战略工作室，致力于打造国内长视频内容制作的人才高地和创新高地。

综艺节目方面，报告期内芒果 TV 上线 77 档各类综艺节目，《乘风破浪第三季》《大侦探第七季》《密室大逃脱第四季》和《披荆斩棘第二季》4 档综 N 代节目，入选 2022 年网络综艺有效播放 TOP10（云合数据），其中《乘风破浪第三季》排名第一，综艺领头羊地位进一步巩固。创新节目《声生不息 港乐季》献礼香港回归 25 周年，被称赞为“大湾区文化融合风向标”，入选“国家广电总局网络视听节目精品创作传播工程”。衍生综艺《快乐再出发》口碑、热度双收，豆瓣评分高达 9.6 分，续作《快乐再出发第二季》评分亦高达 9.5 分。

影视剧方面，报告期内芒果 TV 上线重点影视剧、“大芒计划”微短剧等各类影视剧 163 部。《麓山之歌》《底线》《天下长河》和《二十不惑 2》4 部电视剧入选国家广播电视总局“2022 中国电视剧选集”，《江山如此多娇》荣获第 33 届中国电视剧“飞天奖”优秀电视剧奖。芒果季风上线 5 部台网剧、4 部网剧，《张卫国的夏天》《没有工作的一年》《消失的孩子》等从不同维度关注社会现实话题，蝉联多网省级卫视桂冠，获得较高的市场关注度。“大芒计划”推出以《虚颜》《念念无明》等为代表的一系列精品短剧，取得良好的播出效果。

## 3、积极克服外部因素扰动，牢牢稳住核心业务基本盘

报告期内，公司积极应对、主动破局，最大程度克服互联网广告行业景气度下滑的不利影响，牢牢稳住芒果 TV 互联网视频业务基本盘。

广告业务仍然承压。报告期内，实现营业收入 39.94 亿元，同比下降 26.77%，同比降幅较之上半年有所收窄。面对行业不确定性，芒果 TV 升级联合招商机制，从单平台的内容营销升级为双平台、多圈层、全链路的立体营销体系，为广告主提供更高价值、更具竞争力的综合营销方案。同时，创新营销策略，提供一揽子专项营销方案，争取独家预算，多家重点客户合作金额逆势增长；上线超级秀、裸眼 3D 秀等广告新形式，下半年新拓展非贴片类广告品牌 32 个，实现非贴片硬广增收。

会员规模再创新高。芒果 TV 在内容运营、活动营销、渠道拓展等方面多措并举、创新提效，推动会员规模再创新高，2022 年末有效会员数达 5916 万，全年会员业务收入达 39.15 亿元，同比增长 6.15%。芒果 TV 打造芒果特色内容运营体系，针对重点 IP 进行系列开发，上线《快乐再出发》《欢迎来到蘑菇屋》等会员定制综艺；推出“纳凉季”“甄选季”等多个主题季整合营销活动和向往卡、密逃卡、天下长河卡等多款 IP 限定卡，满足不同消费群体需求；强化渠道覆盖和拉新，打造中国移动“芒果卡”、华芒融合会员等重磅会员产品。

运营业务增长稳健。报告期内，实现营业收入 25.09 亿元，同比增长 18.36%，继续保持稳健增长势头。省外业务方面，依托与三大运营商，尤其是与中国移动的战略合作，持续深化大屏业务全国布局，加大内容创新等领域的深度合作，提高内容触达率。省内业务方面，试点“芒果大电视会员”统一计费模式，稳步提升增值收入；强化内容运营，打造湖南 IPTV“快乐看”“芒头条”，有效促进用户点播，提升用户粘性。

## 4、加大资源整合力度，助推新兴业态实现快速发展

小芒电商坚持“新潮国货内容电商平台”定位，通过强化与芒果生态圈层整体联动，打造核心垂直产品，全年 GMV 达到上一年的 7 倍，DAU 峰值达 206 万，业务发展成效初显。报告期内，小芒电商完成首轮融资，引入战略培育期所必须的流动资金，加快构建“内容+视频+电商”的商业闭环。一是深度聚焦内容与电商业态融合，借助 IP 精准触达目标消费人群，打造了自营品牌“南波万”棒球服等代表性单品；二是积极探索场景化卖货创新策略，通过《大侦探》《名侦探学院》《100 道光芒》等芒果优质 IP 资源，带动合作商品热销，开拓新赛道；三是专题打造“小芒种花夜”“小芒年礼节”等国货晚会，并结合《乘风破浪》《披荆斩棘》等重大 IP 开展营销活动，拓展合作品牌矩阵，扩大小芒品牌影响力。目前，小芒电商已形成服饰、食品、美妆、明星周边、潮玩、萌宠、轻露营等多条特色商品线，后续将继续发掘内容场景带货能力，引领年轻用户国货消费潮流。快乐购则聚焦电视购物业务和供应链建设与拓展，打造围绕电视大屏和电视人群销售闭环的服务平台和工具平台。

## 5、构筑业务协同生态，实施内部整合激发内生动能

报告期内，受客观条件影响，艺人经纪等业务开展受到一定冲击。为提升管理效能、强化生态协同，公司充分发挥天娱传媒国内一流艺人经纪公司和知名唱片公司的品牌效应，着力推进各子公司艺人经纪业务和音乐版权业务的全面整

合。艺人经纪业务方面，建立内容制作与艺人培养的互动机制，综艺节目、影视剧等内容产品优先选用签约艺人，实现平台和艺人合作双向赋能，报告期内，公司艺人出演《麓山之歌》《底线》《冰雨火》等多部影视剧。音乐版权业务方面，以天娱传媒为双平台音乐作品唯一发行主体，通过打造重点签约艺人个人专辑，增加版权授权、拓展合作平台和加大音乐产品策划力度等方式，寻求业务增量。同时，依托双平台优质综艺节目、影视剧资源，持续扩大综艺音乐、影视音乐版权规模，截至报告期末，公司拥有版权的唱片音乐和影视综艺音乐超 2000 首。