

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

芒果超媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-01

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	<p>安信基金、安信证券、白犀资产、宝盈基金、博道基金、博时基金、财通基金、财通证券、财信证券、大成基金、德邦基金、德邦证券、东北证券、东方财富证券、东方红基金、东方基金、东吴基金、东吴证券、富安达基金、富国基金、高盛高华证券、高盛资管、高毅资产、工银瑞信、光大保德信、光大证券自营、广发基金、广发证券、国海证券、国金证券、国联安基金、国盛证券、国寿资产、国泰基金、国泰君安证券、国元证券、海富通基金、海通证券、弘毅远方基金、红杉资本、华安基金、华安基金、华安证券、华夏基金、华夏久盈、汇丰前海证券、汇添富基金、嘉实基金、交银施罗德基金、民生加银基金、农银汇理基金、平安资管、人保养老、瑞士信贷、申万菱信、泰康养老、天弘基金、天治基金、申万宏源证券、天风证券、兴全基金、兴业证券、易方达基金、银河基金、银华基金、永赢基金、招商局中国基金、招商基金、中信保诚基金、中信证券、中欧基金、中金公司、中移资本、中邮基金等；</p> <p>Allianz Global、Central Asset Investment、China Asset Management、Cloud Alpha、CLSA asset management、Coreview Capital、Dymon Capital、Indus Capital、Kadensa Capital、Khazanah、LMR Partners、Millenium Capital、Morgan Stanley、Pinpoint、Pleiad、Point72、Polymer、Polymer Capital、Power Sustainable、Schroders Capital、Torq Capital 等；</p> <p style="text-align: right;">共 502 人参加。</p> <p style="text-align: center;">（按首字母排序）</p>
时间	2023 年 04 月 25 日 15:00-16:00
地点	线上电话会议
上市公司 接待人员	芒果超媒董事、总经理 梁德平 芒果超媒副总经理、财务总监 张志红 芒果超媒副总经理、董事会秘书 吴俊
	公司就 2022 年度与 2023 年一季度经营情况作了简要介绍，随后进入问答交流环节：

投资者关系活动
主要内容介绍

1、内容政策方面。内容政策持续向好，请问对公司内容生产的影响？

回复：

综艺内容方面。4月底至5月初开始，公司将密集上线一系列综艺节目，包括已经在播的《声生不息 宝岛季》，和即将播出的《青年π计划》《乘风2023》等，节目内容整体品质与市场表现值得期待。后续的创作中，我们会将新技术应用到综艺节目的创新制作中，比如在综艺节目《全员加速中2023》中我们会用到一些元宇宙相关技术做突破创新。此外我们也会充分发挥双平台融合优势，通过团队打通、联合招商等方式进一步释放整个芒果生态的生产力。双平台联合创新提案总数已超800个，相信今年会有更多创新优质内容从中脱颖而出。与此同时，公司形成了一整套针对重点综艺影视IP系列化、衍生化的经验，未来创新综艺如果获得不错的口碑与成绩，公司都将高效稳步推动其IP的系列化运营。此外，公司正不断通过“大芒计划”，根据现有IP打造不一样的微内容。

剧集内容方面。公司首先将重点加强对S级影视项目的关键性投入，另一方面持续强化对中小量级的精致内容投入，从而在两端共同实现对会员业务的有力支持。公司影视剧集团将继续保持扩张态势，目前公司已有25个影视制作团队和34家战略工作室。影视剧制作者等各类人才均可在芒果生态内获得充足的创新空间，团队通过积累项目经验快速成长，从而为整个芒果生态带来更多不同类型的优质剧集产品。

2、广告业务方面。公司今年广告业务恢复情况？对于广告市场的整体判断？

回复：

公司即将上线多档重头综艺产品，这是根据广告主投放情况和平台编排需要进行的整体规划，能不断推出新的头部综艺，证明了客户对公司内容产品的高度认可以及对市场发展向好的信心。

公司广告业务正持续向精细化运营迈进。公司广告业务内部管理有两张表，第一张是单项目的广告创收表，第二张是单客户投放表，两者之间都做了详细的横向和纵向对比规划。

公司正加强对不同类型客户的跟踪关注。随宏观经济的不断变化发展，公司对不同类型广告客户做了密集的跟踪和提案，比如针对国际4A类客户、电子消费、食品糖酒、新能源汽车等，都是公司今年广告业务拓展的重点。另外，我们还在持续研究如何更好地抓住新的消费升级趋势，尤其重点关注服装、美妆等品类。

目前，公司综艺广告竞争能力仍然保持领先态势，同时也有新的腰部广告客户涌现。未来面对消费升级所带来的各种新机遇，我们有望赢得更多新兴客户的信赖。

3、市场格局变化方面。请问如何看待市场竞争格局变化和公司的相关机会？

回复：

公司乐见行业发展理念、整体格局向好的方向变化。国内长视频流媒体行业经过十几年发展，期间经历多个阶段。行业之前的普遍认知是通过巨额亏损换市场，近年来行业整体已发生可喜的改变，正朝着良性、健康、有序的大方向前进，我们乐见这种趋势。

长视频高质量发展有良好的政策、市场与用户需求支撑。长视频行业响应号召，向高质量发展方向积极迈进，各市场主体间的竞争一定是良性、相互促进的，同时我们将积极在部分领域开展新的合作，将更多的精力聚集于精品内容生产制作，推动技术类产品的创新，促进整个长视频行业高质量发展。

公司对自身在新的行业趋势、竞争格局中的发展充满信心。我们有着自身的独特优势，作为党媒国企，公司在成本管控、内部体系建设方面优势显著。新格局下机遇与挑战并存，如何将挑战化为机遇，最终仍取决于公司自身能力。我们不惧怕挑战，同时也正持续开展新的研究，不断结合媒体平台属性与互联网思维，积极做出新的内容规划。未来，我们在很多方面的固有优势会越来越显著，以往的短板也将随着进一步聚焦内容实现补足。

4、公司估值方面。作为国企怎样看待公司在资本市场的价值？

回复：

公司相信，提升上市公司估值归根结底，还是要稳扎稳打做好基本面，做好经营，拿出业绩。

公司有着高度市场化、高度透明的激励和管理制度。公司是家独具特色的国企，我们具有互联网属性，建立了高度市场化的考核体系和经营模式，能够始终保持充足的竞争力和市场活力。公司年初即制定了各个业务板块和关键岗位激励的详尽考核公式，激励制度清晰透明；管理团队方面，公司各高管年初均有各自的考核指标，按照指标确认其绩效情况，中层以上均有考核压力。对生产和技术团队如何激发活力，广告创收团队如何规范行为、提升效益等方面，我们也有完整的内部考核和激励措施。党媒国企是公司本色，同时我们完全施行市场化、标准化管理，对降本增效严格要求，不断保持自身的竞争力与活力。

公司将不断发挥主流媒体价值，进一步夯实自身核心竞争力，持续聚焦主业，同时积极挖掘新的业务板块中所蕴含的全新机遇，实现经济效益和社会效益的双效统一，真正赢得投资者的长期青睐。

5、内容规划方面。公司 2023 年内容投入预算？各品类内容规划？

回复：

公司全年内容投入预计有望增长近 20%。2023 年，我们初步规划在内容领域的投入增长保持与去年的相同节奏，预计将有 18%到 20%的同比增长。新的增量投入将保证公司在内容领域的创新。除综艺保持既有创新节奏之外，公司将积极在剧集、会员等方面投入更多资源。

内容整体投放节奏趋于正常，优质内容储备丰富。今年一季度营收有所下滑，主要是受到部分节目播出延后的影响。二、三季度公司将重点保证内容稳步投放节奏，综艺和剧集会有一些优质内容上线。综艺将有多档 S、S+级内容，包括《乘风 2023》《青年 π 计划》《全员加速中 2023》《披荆斩棘 3》《密室大逃脱 5》等头部 IP；剧集方面，公司将会陆续推出《我的人间烟火》《江河日上》《年少时光》《大宋少年志 2》《以爱为营》《群星闪耀时》等重量级内容。

6、会员业务方面。2022 年会员规模增长来自什么样的运营？中长期看提价节奏如何？如何实现会员用户扩圈？

回复：

公司会员粘性高、用户画像清晰，垂类属性较强。未来，公司会员运营将通过双平台创新剧场、头部综艺持续创作等全新打法与深耕拓展，进一步强化相关优势。

多元强化会员生态运营。对于会员用户福利和权益，公司已开展多项合作，生态圈不断拓展壮大，包括芒果生态内部的小芒电商，以及外部生态包括贝乐虎、飞猪旅行、高德打车、京东、蕉下、万达影城等二十余家品牌合作伙伴，共同携手提升会员粘性和续费率。为进一步提升平台用户权益，公司后续还将加大异业合作，同时策划会员线下活动，包括今年的青春芒果节也会迎来升级，如聚焦毕业季等。

依托新技术、新内容不断拓展新用户。公司产品主打年轻人，主打当下科技和内容的深度融合，并持续关注元宇宙类内容如何更好的和平台用户进行有效关联。同时公司积极拓宽男性用户市场，我们内部有明确的 KPI 设置，相关综艺和剧集也在积极布局男性向内容。

7、AI 技术布局方面。AIGC 快速发展，公司未来如何考虑与 AI 技术结合，赋能公司业务？

回复：

公司持续关注研究包括 AI 在内的行业相关新技术发展。公司一直保持对行业相关新技术的研发投入，公司创新研究院长期以来专门进行新技术研发并取得了多项技术应用的落地实施。媒体行业的大发展，历来都是由于技术创新所推动的，公司积极拥抱新技术，包括 ChatGPT 等新型 AI 技术在内，我

们都做了很多相关研究，并积极尝试依托新技术来实验节目模式的再次创新。

公司积极在头部内容中运用创新技术。公司一直以来把新技术作为有力的创新创作工具。如何在内容创作、传播方面使用好新的技术类工具，公司与创作团队已做出了诸多尝试，如《声生不息 宝岛季》中的多现场实时高清连线，在后续的《乘风 2023》《青年 π 计划》中，我们同样应用了很多新技术。比如在综艺节目《全员加速中 2023》中我们会用到一些元宇宙相关技术做突破创新。后续对于 AIGC，公司将专门团队做跟踪研究，不断探索如何将技术转换为切实有效的生产应用。

8、团队建设方面。公司如何持续激发内容制作团队的创作潜能，保障创作质量？

回复：

公司高度重视人才队伍的体系化建设。人才队伍建设的核心，是充分尊重创新、尊重人才，鼓励人才做出更多创新，不断强化人才团队在内容创作中的成就感、获得感。加之公司特有的强大内容创作支撑体系，即便出现人才的正常流动，公司的内容创作与人才体系也能长期持续保持稳定向前发展态势。公司现有 24 个综艺制作团队和 25 个影视团队，已经形成了成熟独特的创作文化。只要公司认为创新方向是正确的，就会给予充分的鼓励与系统的培育，很多优秀工作室的负责人都是通过小的项目、小的创意不断尝试、磨砺、成长，才最终实现其自身和内容的不断提升。

战略工作室方面。公司与外部影视战略工作室的广泛合作，更多的是从双方在内容共识的角度上所形成的统一战略，而非仅仅是简单的版权内容交易，更重要的是合作双方有更深度的价值认同。因此，公司的内部团队与外部生态均保持高度稳定，整个内外生态中新晋制片人与年轻创作者源源不断地涌现，这又进一步给了内容创新人才更多的成长基础与施展空间。

9、盈利模式拓展方面。从内容变现的角度，如何预期未来长视频行业盈利模式的拓展空间？

回复：

小芒电商是公司长视频价值拓展的主平台之一。小芒是芒果 TV 长视频商业化价值拓展并形成闭环的重要组成部分，是公司多元化满足合作伙伴需求，助其真正实现品效销合一的重要抓手。通过小芒，我们能实现长视频内容价值和客户实际需求的进一步互利共赢。面对愈发激烈的市场竞争，公司一方面持续将头部内容 IP 品牌化，另一方面就是积极通过小芒电商将新的内容相关产品销售渠道彻底打通。为使小芒团队快速成长和吸纳优秀人才，公司推出了《100 道光芒》节目并取得良

	<p>好效果。与此同时，公司通过头部 IP 的带动效应，在小芒上推出了《大侦探》《密室大逃脱》《声生不息》《向往的生活》等相关产品。通过小芒，公司希望打造出独特的生活方式引领力，这将是长视频重要的价值变现增长点。</p> <p>积极进行实景娱乐等相关产业探索。公司正积极研究探索年轻人社交方式发展，并推出了以《大侦探》《密室大逃脱》为衍生的 MCITY 实景娱乐项目，在上海、长沙的旗舰店为行业建立了全新标准。与此同时，公司与运营商门店也有着广泛合作，并在用户引流方面，积极运用新技术，打造与公司优质内容紧密结合的相应场景。未来，我们将思考如何进一步与电影市场相结合，其他与长视频价值相关的新技术方向我们也会研究考虑。</p>
附件清单(如有)	
日期	2023 年 04 月 25 日 15:00-16:00