

# 天鸽互动控股有限公司 (1980.HK)

## 2019 年中期业绩电话会议讲稿

主持人	<p>各位上午好，欢迎参加天鸽互动控股有限公司 2019 年中期业绩投资者及分析师电话会议。</p> <p>参与本次电话会议的公司管理层包括： 主席兼首席执行官傅政军先生； 以及首席运营官兼代理首席财务官麦世恩先生；</p> <p>本次电话会议将分为三个部分： 首先，由傅总为大家介绍集团 2019 年中期业务发展情况； 其次，由麦总为大家介绍集团的运营数据及财务数据； 最后是问答环节，公司管理层会就各位的提问进行详细解答。</p> <p>现在，有请傅总为我们介绍公司最新业务发展情况。</p>
-----	--

傅总	<p>各位投资者朋友，大家好！非常感谢各位对天鸽互动的关注，并抽空出席今天的电话会议。</p> <p>现在，由为大家介绍集团 2019 年上半年的业务发展情况。</p> <p>2019 年上半年，市场竞争及政府监管继续冲击着中国移动互联网行业的发展，用户数量增长也逐步迈入平稳期，在线直播行业的洗牌潮仍在持续。在此背景下，天鸽在发展“直播+相机”全互联网用户平台，坚守核心业务的同时，继续对各主要平台进行优化升级，大力推进海外市场扩张及项目落地，持续丰富产品组合，以提升公司的核心竞争力，在挑战中维持各项业务稳健发展。</p> <p>直播业务方面，期内，天鸽继续坚持“移动+PC”融汇全民直播的发展策略，聚焦核心平台的优化和发展，并新增主播对垒、一对一语音/视频聊天等功能，持续丰富直播内容，以提高用户端体验性及互动性，增强用户粘性。此外，集团继续推动直播业务与相机应用程序、短视频、社交互动产品及海外产品的融合，通过发挥各产品间的协同作用，进一步挖掘直播平台的发展潜力。</p> <p>无他相机方面，我们很高兴的宣布，2019 年 7 月 5 日，我们正式完成了本集团中国运营实体的全资附属公司与新浪公司的联营公司之间的股份转让，目前，该公司已成为上海本趣开发及经营无他相机的战略股东，这对本集团来说是里程碑式的发展。未来，双方将进一步探索及落实跨平台合作，以加快无他</p>
----	---

相机的社交化及普及化步伐，优化平台的用户结构，推动无他相机用户数量的进一步提升，并通过与集团直播业务的协同发展，巩固天鸽“直播+相机”双核心战略的盈利能力。

截至 2019 年 6 月 30 日，无他相机的月度活跃用户约为 34.2 百万人，在移动互联网用户红利触顶的情况下，仍然努力维持了用户数量的稳定。自 2018 年第四季度开始，无他相机就得到众多一线广告商的垂青，期内，广告收入也保持稳定。此外，受益于本集团积极推动海外市场扩张策略，无他相机广受海外用户特别是东南亚用户的欢迎，期内海外市场用户数量取得增长，展现了积极的发展潜力。

海外扩张方面，2019 年上半年，本集团重点拓展台湾、泰国、越南及其他东南亚地区的市场，进一步推动直播、无他相机、短视频及社交互动产品等业务更贴合当地文化及用户使用习惯，期内业务进展顺利。同时，天鸽积极把握东南亚地区互联网渗透率提升及经济增长带来的机遇，逐步将国内成功的商业模式复制于海外市场，致力于提升国际市场份额，努力将海外市场业务打造为本集团新的增长动力。

天鸽作为国内直播行业的开创者之一，2019 年上半年继续坚持“直播+相机”双核心发展战略，并积极创新发展路径，通过内容化差异增强用户体验感，提升用户粘性，吸引全球用户并转化更多具有高消费能力的优质用户。同时，上海本趣在成功引入战略股东之后，我们将积极探索无他相机的社交化产品功能，推进与直播、短视频、资讯产品的融合，以深耕“颜值经济”产业链的发展。随着集团海外市场的发展，国内成功的商业模式亦将逐步复制到东南亚地区，通过把握海外用户红利，扩充国际市场份额。

展望未来，本集团会继续顺应行业的发展趋势，集中自身优势及经验推动线上直播与其他各业务的融合，巩固核心竞争力，并抓住海外市场及 5G 推广带来的机遇，增加用户流量，提升变现能力，保持本集团于行业内的领先地位。

<p>麦总</p>	<p>谢谢傅总，各位好，现在由我向为大家介绍天鸽互动 2019 年上半年各项运营和财务数据。</p> <p>2019 年上半年，中国移动互联网行业依然面临市场竞争及政府监管带来的多方面挑战，为积极应对复杂的市场环境，并努力维持本集团的核心竞争力，期内，天鸽继续通过“移动+PC”以及“直播+相机”等发展战略，深入发掘“颜值经济”产业链上各业务的价值，并成功完成了战略股东入股无他相机，进一步推进海外市场业务拓展，促进收入来源的多元化。在全体天鸽人的共同努力下，2019 年上半年各项运营数据及财务表现如下。</p> <p>运营数据方面：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 截至 2019 年 6 月 30 日止三个月，天鸽月度活跃用户数总数（MAUs）约为 53.8 百万人，较截至 2019 年 3 月 31 日止三个月减少约 3.7%，较截至 2018 年 6 月 30 日止三个月减少约 11.2%。有关减少主要是由于无他相机月度活跃用户因摄影及视频市场竞争加剧而减少所致。其中，手机月度活跃用户占比为 92.5%，而于 2019 年 3 月 31 日及 2018 年 6 月 30 日，手机月度活跃用户占比分别为 90.2%及 85.2%。</li> <li>● 受益于公司平台优化及内容强化政策，与上季度相比，天鸽 2019 年第二季度在线互动娱乐服务的季度付费用户人数（QPU）仍保持稳定，达 55.9 万人。其中，手机季度付费用户占比为 71.5%，而于 2019 年第一季度及 2018 年第二季度，手机季度付费用户占比分别为 78.4%及 81.5%。</li> <li>● 2019 年第二季度，受益于公司对平台进行精简优化，并专注于核心用户消费能力提升的策略，天鸽在线互动娱乐服务的季度用户平均收益（QARPU）为人民币 205 元，与第一季度基本持平，并较 2018 年第二季度同比增加约 47.5%。</li> <li>● 平台的精简整合对聊天室及主播人数也有一定影响，期内，集团平台的虚拟聊天室数目(约 70,594 间)较 2019 年第一季度轻微减少 1.0% 较 2018 年第二季度同比减少 3.9%。主播人数(约 118,581 人)较 2019 年第一季度轻微减少 1.0%，较 2018 年第二季度同比减少 10.6%。</li> <li>● 于 2019 年 6 月 30 日，天鸽的注册用户总数达 420.7 百万人，而于 2018 年 6 月 30 日则为 397.0 百万人。</li> </ul>
-----------	--

业绩方面：

截至 2019 年 6 月 30 日止半年度：

- 总收益为人民币 280.2 百万元，其中，来自在线互动娱乐服务的收益为人民币 232.3 百万元；来自广告服务的收益为人民币 37.9 百万元，较 2018 年同期增加 62.3%；来自“其他”的收益为人民币 9.9 百万元，较 2018 年同期增加 22.2%。
- 本公司权益持有人应占溢利为人民币 45.7 百万元，2018 年同期为人民币 274.9 百万元。
- 毛利为 253.4 百万元，毛利率为 90.5%，而 2018 年同期为 91.7%。
- 纯利为人民币 47.6 百万元，2018 年同期为 272.6 百万元；经调整纯利为人民币 31.0 百万元，2018 年同期为人民币 163.1 百万元。经调整 EBITDA 为人民币 165.6 百万元，2018 年同期为人民币 210.9 百万元。
- 2019 年上半年溢利减少，其中一个原因是其他收益净额减少，原因在于，于 2018 年第二季度，本公司因持有的一家投资公司（金华亿博）的估值按重新估值的结果大幅上升而录得公平值收益增加人民币 250.1 百万元，而于 2019 年第二季度，本公司并无录得公平值收益类似的大幅增加；此外，为促进海外业务扩张，本公司决定将中国内地附属公司所保留的过往期间未分配溢利所得盈利不高于人民币 900.0 百万元汇予其控股公司，导致 2019 年补提人民币 90.0 百万元的预提税开支。按本集团现行策略规划，余下过往期间未分配溢利预期将由中国附属公司保留，本次发生的补提预提税为一次性事件，不会影响公司正常业务运营，且预期未来不会计提进一步预扣税拨备。剔除补提预提税的影响，我们的经调整纯利为人民币 121.0 百万元。
- 每股基本盈利为人民币 0.036 元，2018 年同期为人民币 0.216 元；每股摊薄盈利为人民币 0.036 元，2018 年同期为人民币 0.210 元。
- 收益成本为人民币 26.7 百万元，较 2018 年同期减少 17.5%，同比减少主要由于游戏开发商收取有关经营手机游戏的佣金减少及宽带及服务器托管费减少，而部分由广告成本增加所抵消。

- 销售及市场推广开支为人民币56.0百万元，较2018年同期减少42.6%，同比减少主要是由于宣传开支及雇员成本减少。
- 行政开支为人民币 39.7 百万元，较 2018 年同期减少 40.8%。同比减少主要由于减值亏损及雇员成本减少。
- 研发开支为人民币36.8百万元，较2018年同期减少26.6%。同比减少主要由于雇员成本减少及2018年同期有关一款未推出游戏的一次性研发成本所致。

截至 2019 年 6 月 30 日止三个月：

- 总收益为人民币 143.4 百万元，来自在线互动娱乐服务的收益为人民币 114.8 百万元，较 2019 年第一季度保持稳定；来自广告服务的收益为人民币 20.3 百万元，较 2019 年第一季度环比增加 15.8%，较 2018 年第一季度同比增加 58.4%；来自“其他”的收益为人民币 8.2 百万元，较 2019 年第一季度环比增加 374.6%。
- 毛利为人民币 129.9 百万元，毛利率为 90.6%，2019 年第一季度为 90.3%。
- 经调整净亏损为人民币 33.3 百万元，而 2019 年第一季度经调整纯利为人民币 64.2 百万元。经调整净亏损主要是由于公司将中国内地附属公司所保留的过往期间未分配溢利汇予其控股公司，导致 2019 年补提人民币 90.0 百万元的预提税开支。为了让投资者及其他人士更好的了解本公司的经营表现，我们剔除了一次性预提税的影响，进行调整后，截至 2019 年 6 月 30 日止三个月的经调整纯利为人民币 56.7 百万元，环比减少 11.7%。
- 经调整 EBITDA 为人民币 83.1 百万元，2019 年第一季度为人民币 82.5 百万元。
- 收益成本为人民币 13.4 百万元，相比于 2019 年第一季度保持稳定。
- 销售及市场推广开支为人民币 29.7 百万元，较 2019 年第一季度增加 13.2%。环比增加主要由于宣传开支增加。
- 行政开支为人民币 23.3 百万元，较 2019 年第一季度增加 42.2%。环比增加主要由于雇员成本、专业咨询费及土地使用权摊销的增加。
- 研發開支为人民币 19.0 百万元，較截至 2019 年 3 月 31 日止三個月增加 6.4%。環比增加主要由於僱員成本增加。

	<p>整体而言，行业竞争、政府监管以及用户数饱和等多方面因素仍在冲击着整个行业的发展，本集团的业务开展也在持续面临挑战，2019年上半年整体业绩有所下滑。期内，为努力维持各项业务及营业业绩的稳健，天鸽在调整业务布局，加快内容创新的同时，成功完成了与新浪联营公司的股权转让，正式引入新浪集团成为无他相机的战略股东，并通过扩展于东南亚市场的业务布局为集团贡献新的用户数及收入增长来源。</p> <p>展望未来，我们对中国在线直播行业仍然保持乐观态度，5G等各类新兴技术的迅速发展，特别是商用牌照的正式发放，将为在线直播行业带来新的增长潜力，本集团将顺应行业发展机遇，积极推动在线直播与无他相机、短视频及其他资讯产品的融合，进一步发挥各产品之间的协同效应，并通过与新浪集团的跨平台合作，增强无他相机的盈利能力及变现能力。此外，天鸽将继续致力于推动海外扩张战略落地执行，将海外市场打造为集团新的收入增长点，持续为股东创造更高的利润价值。</p> <p>谢谢各位。</p>
--	---

<p><b>主持人</b></p>	<p>谢谢傅总与麦总的发言，接下来进入问答环节。如果你有任何提问，请在电话座机上按“零一”，你将会排队发问，当你的机构及名称被宣读，请提出你的问题。如果你的问题在提问前已被回答，请按“零二”取消。所以再一次提示大家，如想发问，请按“零一”。</p> <p>我们有请第一条问题，_____由_____，有请。</p> <p>我们有请下一条问题，_____由_____，有请。</p> <p>由于时间关系，我们有请最后一条提问，是由_____，有请。</p> <p>今天的电话会议到此结束，非常感谢各位的参与。谢谢。</p>
-------------------	--