

天鸽互动控股有限公司（1980.HK）

2020年第一季度业绩电话会议讲稿

主持人	<p>各位上午好，欢迎参加天鸽互动控股有限公司 2020 年第一季度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 2020 年第一季度业务发展情况； 其次，由麦总为大家介绍集团的营运数据及财务数据； 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，并抽空参加今天的电话会议。</p> <p>现在，由为大家介绍本集团 2020 年第一季度的业务发展情况。</p> <p>2020 年初，在新型冠状病毒疫情的影响下，全球经济面临下行压力，加上中国直播行业的增速日趋放缓，天鸽的业务发展也持续面临挑战。在此背景下，天鸽继续坚守核心业务发展，积极运营“直播+相机”全互联网用户平台，并抓住疫情期间泛娱乐及资讯平台使用时长明显增长的机遇，积极推动平台创新升级，以吸引用户流量。同时，天鸽密切关注及评估疫情的发展及影响，及时调整及落实海外市场业务拓展及项目落地，进一步助力天鸽成长为国际化公司，并促进集团各项业务的可持续发展。</p> <p>经营方面，2020 年第一季度，受全球疫情及行业竞争所影响，国内营收和业务发展承受挑战，财务表现承压，季度收益同比减少 20.6%至人民币 108.6 百万元，纯利同比减少 53.3%至人民币 36.9 百万元，经调整 EBITDA 同比减少 69.9%至人民币 24.8 百万元。平台用户情况，2020 年第一季度 MAUs 同比下滑 17.9%，但环比 2019 年四季度增长 0.5%至 4,589.5 万，QARPU 值同比上涨</p>

4.3%至 216 元人民币。

国内业务方面，天鸽继续坚持“移动+PC”融汇全民直播的发展策略，精简优化各平台，通过产品与内容的创新强化自身优势，维持平台的良性发展。同时，无他相机亦通过深化与新浪公司合作，产品更新等，不断加快商业化步伐，提升集团“直播+相机”全互联用户平台的商业价值。

海外市场方面，作为国内较早的直播出海企业之一，天鸽拥有清晰的海外市场拓展路径，在东南亚等海外市场也已取得了阶段性的进展，无他相机、

【Mlive】和**【Bunny live】**更是广受海外用户欢迎。期内，疫情对本集团海外市场的运营进程造成了一定的影响，本集团也在积极配合各地防疫防控措施安排，对海外市场的项目作出相应的调整，确保海外市场各项业务进展顺利。

本集团也相信，在疫情过后，全球经济将会复苏，而天鸽的“直播+相机+海外”发展模式也会在 5G 的引领下进一步提升。展望未来，我们将继续专注核心业务发展，并加大海外市场拓展力度，不断寻求新的突破与机遇，通过直播、相机与海外业务这三驾马车推动天鸽迈入发展新阶段，为股东创造更高的利润回报。

谢谢大家！

<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 2020 年第一季度各项营运和财务数据。</p> <p>2020 年，全球经历新型冠状病毒疫情，加上行业市场竞争不断加剧，政府监管严格，以及智能手机销售量同比下滑等因素影响，在线直播行业备受挑战，但集团依然积极应对，继续坚持通过“移动+PC”以及“直播+相机”等发展战略，深耕“颜值经济”产业链，并积极推进海外市场的业务拓展，扩大国际市场份额，促进收入来源的多元化。在天鸽全体员工的共同努力下，2020 年第一季度各项营运数据及财务表现如下。</p> <p>营运数据方面：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，天鸽的月度活跃用户总数（MAUs）为 4,589.5 万人，较 2019 年同期减少 17.9%，较截至 2019 年 12 月 31 日止三个月增加 0.5%，环比增加主要是由于使用无他相机的用户人数增加。其中，于 2020 年 3 月 31 日，手机月度活跃用户占比进一步提升至 97.3%，而于 2019 年 12 月 31 日及 2019 年 3 月 31 日，有关百分比率分别为 97.0%及 90.2%。 ● 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，天鸽在线互动娱乐服务的季度付费用户人数（QPU）约为 44.9 万人，分别较截至 2019 年 12 月 31 日止三个月减少 5.1%以及较截至 2019 年 3 月 31 日止三个月减少 21.0%。其中，手机季度付费用户占比为 82.6%，而于 2019 年 12 月 31 日及 2019 年 3 月 31 日，有关百分比率分别为 81.5%及 78.4%。 ● 受益于我们持续的精简及优化策略，截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，天鸽在线互动娱乐服务的季度用户平均收益（QARPU）提高到人民币 216 元，较截至 2019 年 12 月 31 日止三个月增加约 8.5%，较截至 2019 年 3 月 31 日止三个月增加 4.3%。 ● 期内，天鸽在线互动娱乐服务的虚拟聊天室数目相比截至 2019 年 12 月 31 日止三个月增加 2.9%，较截至 2019 年 3 月 31 日止三个月减少 2.7%。主播人数相比截至 2019 年 12 月 31 日止三个月增加 3.8%，较截至 2019 年 3 月 31 日止三个月减少 6.0%。
-----------	--

- 于 2020 年 3 月 31 日，天鸽的注册用户总数达 456.9 百万人，而于 2019 年 3 月 31 日则为 416.5 百万人。

业绩方面：

截至 2020 年 3 月 31 日止季度业绩：

- 2020 年第一季度总收益为人民币 108.6 百万元。其中，来自在线互动娱乐服务的收益为人民币 97.2 百万元，主要包括来自实时社交视频平台及网络游戏的收益，较 2019 年同期减少 17.3%。同比减少主要由于季度付费用户减少及部分被季度用户平均收益增加所抵销。
- 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月的收益成本较 2019 年同期保持稳定，期内毛利率为 87.2%，而 2019 年同期则为 90.3%。
- 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，经调整纯利为人民币 36.3 百万元，较 2019 年同期同比减少 43.5%。
- 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，经调整 EBITDA 为人民币 24.8 百万元，2019 年同期为 82.5 百万元。
- 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，每股基本盈利为人民币 0.029 元，2019 年同期为人民币 0.062 元；每股摊薄盈利为人民币 0.029 元，2019 年同期为 0.061 元。
- 截至 2020 年 3 月 31 日止三个月，销售及市场推广开支较 2019 年同期保持稳定；行政开支较 2019 年同期增加 21.9%，同比增加主要由于专业咨询费与花红有关的雇员成本增加。

总体而言，受新冠病毒疫情、市场竞争、政府监管，以及行业红利衰退等因素的影响，天鸽的业务也备受挑战。2020 年第一季度，天鸽的整体业绩同比有所下滑，但在全体天鸽人的不懈努力之下，环比逐渐趋于稳定。期内，天鸽在坚守核心业务的同时，通过加大电商直播力度，优化创新平台内容等措

施，积极调整业务布局，并根据海外市场情况作出评估及对应方案，确保海外市场业务进展顺利。我们相信，集团“直播+相机+海外”各项业务的协同发展，将推动天鸽平台的用户数和集团收入逐步回升。

我们看到，目前国内外疫情已逐步得到控制，而5G等各类新兴技术层出不穷，这为行业及天鸽的发展均带来巨大机遇。展望未来，我们会努力把握行业发展的新趋势，积极提升及拓展产品业务的多元化，集中自身优势推动在线直播、无他相机和海外业务的发展，带动产品之间的协同效应，增加用户流量，提高变现能力，为股东带来可持续性的高利润价值。

谢谢各位。

主持人 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”。

我们有请第一条问题，_____由_____，有请。

我们有请下一条问题，_____由_____，有请。

由于时间关系，我们有请最后一条提问，是由_____，有请。

今天的电话会议到此结束，非常感谢各位的参与。谢谢。