

证券代码：300431

证券简称：暴风集团

## 暴风集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	海通证券郝艳辉、刘欣、强超延；太平洋证券朱璐；万博兄弟资产郎冰；兴业全球基金陆士杰；瑞华控股葛苑姣；新活力资本曹宇宁；中金公司张义斌；昆仑保险李振亚；创金合信郑泽滨；东方基金刘明等 22 人
时间	2016 年 11 月 18 日 10:30-12:00
地点	北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦 9 楼
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书、财务负责人毕士钧先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>董事会秘书毕士钧先生介绍公司战略布局的情况：</b></p> <p>战略布局情况：暴风集团的业务布局主要是以屏幕为载体，在上市之前公司主要业务涉及 PC 端和手机端两块屏幕，但是 PC 端和手机端的用户逐渐饱和，增速逐年放缓；上市之后，公司布局了互联网电视和 VR 两块屏幕，并不断夯实公司内容提供能力，公司力争在这两块屏幕实现千万级别用户量的布局。</p> <p><b>1、暴风 TV--优秀的创业团队促进战略目标加速落地</b></p> <p>目前来看，电视的广告规模和用户在电视端的消费习惯远超互</p>

联网，互联网电视产品的推出使得电视可以浏览互联网上所有的内容，相对于 PC 端和手机端的屏幕来说，电视的屏幕更大，由此电视这个屏幕的广告价值更大，在以上因素推动下互联网企业逐渐进军互联网电视。互联网电视商业变现能力更强，1) 广告价值：虽然电视媒体的广告增速减慢，绝对值比在线视频广告大；2) 付费习惯：传统有限电视内容一直是付费的，因此电视相对而言有付费的消费习惯，互联网电视提供的内容相比较传统电视提供的内容更符合用户的需求，付费意愿更强。一个广告、另一个是付费，在电视端口实现盈利的可能性会变得更大。电视这块屏目前正在成为主流屏幕，但目前客厅电视还是以传统电视为主，互联网电视还有广大的替代空间，暴风集团就是认识到以上的发展趋势，于去年年底推出暴风超体电视。

暴风电视成立之初，从硬件、软件、运营、技术等重点环节，通过一体化的整合，组建了行业内非常优秀的创业团队。该团队的组建，为暴风 TV 准确的市场定位、优异的产品设计、快速推出产品、获得用户认可等各方面工作奠定了坚实的基础，确保了公司产品迅速得到市场认可，促进公司营业收入大幅提升，推进了公司互联网电视战略规划快速落地，并且在双十一活动期间实现天猫单平台电视品类销量冠军的佳绩。

## **2、虚拟现实屏幕以“硬件+软件+内容”为战略致力保持行业领先**

VR 是互联网未来的重要形态，AR/VR 可能是未来 10 年的主要形式，市场空间巨大。从目前看来，真正的 AR 做起来还比较难，我们认为下一个十年内，VR 应该率先成熟，随后是 AR。公司上市后，围绕着“硬件+软件+内容”为核心战略率先布局了 VR 行业、并涉足了 AR 行业，目前暴风魔镜是国内 VR 行业的开拓者和领先者。

1) 硬件：目前 VR 行业在硬件方面的布局有两个方向：第一个方向：是以 Oculus、HTC 为代表的，以 PC 端为主。他们以高大上的产品、以及较好的体验为主，但硬件成本较高，不利于迅速扩大用户群。另一个方向：我们认为--硬件的本质是希望买硬件获取更多的用户，所以暴风思路是做性价比高的产品，走移动 VR 这条路线，未来的 VR 一定是可移动的。率先布局移动 VR，已经树立了优秀的品牌优势。目前暴风魔镜目前已经发布了多款主流产品，处于国内领先的局面。

2) 软件：公司定位于最大的 VR 内容分发平台，还有最大的 VR 视频平台。目前累计的用户数、月活跃用户数在全球都是领先的。

3) 内容：目前 VR 平台的内容的主要形式还是视频、直播，暴风 VR 在行业内都是最多的。综合以上因素暴风 VR 处于行业绝对领先的位置。我们将继续通过以上战略，保持暴风魔镜在国内的领先地位，推动 VR 行业稳步发展。

### **3、打造以体育+影业两大内容夯实公司内容提供能力**

公司在内容方面的布局主要通过战略投资暴风体育、参与设立了暴风影业两大措施展开。暴风体育目标是成为互联网最大的体育平台，具体表现为 1、拥有最多的体育用户数量 2、拥有最顶级的体育内容。暴风体育一方面搭建已有的体育平台，成功发布相关产品，在新产品方面，坚持以用户体验为核心，积极尝试新技术，对体育赛事传播渠道进行深层次加工；积极布局顶级体育版权及内容，扩展体育用户规模。

暴风影业刚成立几个月，目前正处于项目储备的前期运营阶段，未来，暴风体育和暴风影业将会成为公司内容提供的主要平台。

**问答环节：**

**提问：**暴风 TV 第三季度的毛利情况如何？预计如何盈利？

**毕士钧：**暴风电视目前处于亏损状态，三季度因为面板涨价，导致毛利率低于二季度。未来公司将通过面板的产能储备上、产品设计等各方面采取一些措施，控制公司成本，提升产品毛利率。暴风电视的发展途经总结一下可以分为：跑的快和赚得多两个方向，公司在两个方向上做好平衡，实现盈利并非难事。

**提问：**暴风超体电视的差异化竞争优势？

**毕士钧：**目前重点抓 40-50 吋之间，40-50 吋暴风销量第一。暴风超体电视以分体可升级的理念及更加符合现代审美的外观设计，以及更加符合用户使用习惯的操作界面，迅速赢得了客户的认可；公司认为真正竞争到最后，一定是后端软件运营的竞争，公司凭借在互联网行业多年的运营经验，依托公司多年来对客户消费习惯的理解、结合公司为客户提供优质服务、维持用户消费习惯的行业经验积累，以及为客户生产更加适合用户的产品的初衷，通过研发设计、用户行为分析持续不断对产品进行更新迭代；通过 DT 数据对用户画像，为客户提供更加精准的服务，能够保证公司在市场中处于竞争优势。

**提问：**公司在体育内容的布局情况如何，暴风体育如何实现盈利？

**毕士钧：**从体育角度来看，单纯做一个体育 APP 是不够的，还需要在体育版权和内容进行布局，公司参与的投资基金去收购海外版权的公司。未来，暴风体育及公司各生态业务通过各自所处的行业优势开展业务合作，以发挥更好的协同效益。此外暴风体育已经拥有中超、CBA、意甲、德甲等十几项超高商业价值的部分版权。综合看来，一方面从用户出发，开发出优秀的 APP 软件产品。另一方面，提供优质的赛事版权及赛事内容。此外，暴风体育在用户观看赛事过程中融入更多的互动性与趣味性，有利于扩大暴风体育的竞争优势，获得更多的用

户数，提升暴风体育的盈利能力。

体育本身也是娱乐的一部分，它也可以跟公司其它业务线相结合，这也是公司布局体育的原因。体育赛事在大屏上的观看效果是非常优秀的，因此，暴风体育与暴风 TV 的合作，可以带来更加酣畅的赛事观看感受，用户的付费意愿也会加强。此外暴风体育结合暴风魔镜在 VR 行业的相关优势，在男篮、女篮、中网、“我就是拳王”拳击对抗赛中，融入 VR 摄制和直播；体育与 VR 的结合逐渐被行业认可，用户通过 VR 观看体育直播的付费意愿也比较强，VR 直播未来还有广阔的发展空间，因此暴风体育与暴风魔镜的深度合作也有广阔的市场前景。综上所述，暴风体育能够与公司所有业务线完美结合，发挥更好的协同效益，提升暴风体育的盈利能力。

**提问：**暴风超体电视的销量目标？

**毕士钧：**暴风超体电视今年的销售目标是不低于 80 万台。

**提问：**VR 的变现模式是如何的？公司是否考虑其他渠道拓展 VR？

**毕士钧：**首先暴风魔镜的硬件是可以实现盈利的，并且虚拟现实可以通过娱乐产业、线下 O2O 等很多盈利模式；目前硬件的毛利暂时不足以覆盖营销成本和人工费用。未来用户翻 4-5 倍，实现硬件规模化效益，硬件成本会大幅度降低，毛利也会变高；另外公司也在加速推进毛利润较高的一体机产品的研发工作。目前，从市场看来，广电目前也在做 VR 的点播和直播，公司也会积极拓展其他各种渠道发展 VR。

**提问：**目前公司 VR 方面的用户情况如何？

**毕士钧：**目前暴风 VR 的用户在中国是最多的，内容也是最多的，纯 VR 的内容目前有 2000 多个，全世界的 VR 内容差不多也是这些。暴风魔镜的用户总数、月活跃用户数，在国内处

于遥遥领先的地位；在京东上同类型头盔的市场份额遥遥领先。暴风魔镜做 VR 还拥有内容上的优势。公司已经形成了软硬件一体化的优势，此外也会整合行业中其他的 VR 内容制作商，通过优势互补，加强暴风魔镜的内容提供能力，通过以上方式，与公司用户规模相互促进，相互发展。

**提问:**公司是否存在战线太长的问題?

**毕士钧:** 公司上市之初制定了“DT 大娱乐”战略，上市以来公司始终坚聚焦于“DT 大娱乐”战略，夯实“平台+内容+数据”的各项业务。现在，公司将“DT 大娱乐”战略浓缩为暴风“N421”：依托 4 块屏幕（PC、手机、VR、TV），打造 2 块核心的内容再生平台（影业、体育），以 DT 这 1 项核心技术打通平台与服务，为用户提供个性化的互联网娱乐服务。

PC 和手机两块屏幕是公司原有的业务，为公司积累了海量用户基础，目前处于稳定增长的态势。公司始终围绕娱乐为核心，在 PC 和手机之外，战略布局了 TV 和 VR 两块屏幕。暴风 TV 已经取得了良好市场反响，销量快速提升，带动公司主营业务收入快速提升；暴风魔镜已经取得了国内绝对领先地位，用户总数，活跃用户数已经处于绝对领先的地位；这两块屏幕的战略布局工作，已经取得了优异的成绩，这两块屏幕布局工作的大成能够助力公司显著提升行业地位。内容方面，公司仍然围绕娱乐为基础布局暴风体育和暴风影业，在内容方面持续进行延伸，加强公司内容提供能力。内容端的布局一方面提升公司内容提供能力，促进平台业务发展，另一方面，内容端的布局能够增强公司的盈利能力，提供稳定现金流。DT 大数据的建设工作，为技术支撑进行平台与内容的连接，提高内容提供能力，提升公司服务能力，提高公司商业变现效率，进而推进暴风四块屏平台的发展，丰富公司用户群体。

公司始终聚焦于“N421”，专注于娱乐方面开展业务布局工作，

	从目前发展状况来看,公司的各项业务之间的协同效益不断加强,公司的品牌效益不断提升,主营业务收入持续增加,盈利能力逐渐提升,并没有出现战线拉得太长的问题。
附件清单(如有)	无
日期	2016年11月18日