

## 猎豹移动 2020 年第二季度财报发布会

### 傅盛，CEO

谢谢 Helen。大家好！

**2020 年第二季度的表现超出管理层预期。**二季度，总收入达 3.94 亿元人民币，超收入指引上限。Non-GAAP 归属猎豹移动股东净利润上升为 2.44 亿元人民币。

但是，我们仍面临着巨大的外部挑战。在海外，我们还是没有恢复与 Facebook 以及 Google 的合作，这导致我们很难获取新用户以及变现流量。海外收入仍在继续下滑；在如今的国际形势下，我们对恢复和 Facebook 及 Google 合作已经不具备足够的信心。在国内，从年初开始，疫情影响整个线上广告行业，导致 eCPM 下跌。

在重重挑战之下，我们：**1-把战略重心从海外转移到国内；2-推出会员付费模式；3-提高运营效率，大幅度缩减运营费用；4-AI 业务聚焦在商场场景。**

今天，我将重点介绍以下几点：

**第一、大规模削减成本和运营费用。**二季度，在收入环比减少 1.3 亿人民币的情况下，Non-GAAP 运营亏损相较上季度收窄 800 万元人民币。二季度，收入下降主要是受疫情和自今年 2 月份起与 Google 暂停合作的影响。

在本季度，我们大规模减少了海外业务的成本费用，使移动互联网业务（即：工具业务和移动游戏业务）在当季的总成本费用同比降低 61%、环比降低 31%。未来，我们将持续提高运营效率，在公司层面上减少成本费用投入以及大幅改善运营亏损。

**第二、付费会员模式推动 PC 收入在本季度恢复环比增长。**本季度，PC 收入达 1.2 亿元人民币，环比上升 2%。本季度，毒霸付费会员规模和付费会员日收入均创历史新高。这验证了付费会员模式在工具产品中的可行性和发展前景。

近期，我们把付费会员模式从 PC 端延伸到了移动端，率先在猎豹清理大师中推出了增值服务。自推出以来，付费会员规模和付费会员日收入都在不断上升。这样的结果让我们备受鼓舞。

**第三、移动端工具产品我们将放弃海外市场，将中国市场作为重点。**鉴于现在的国际形势，我们认为移动互联网产品出海将遇到越来越多产品之外的挑战。因此，我们将逐步停止海外工具产品的服务，以降低运营费用。同时，我们将移动产品的研发重点回归国内。本季度，我们在国内推出了新的工具产品。未来，我们还将推出更多产品，丰富工具产品矩阵，增加营收。

**第四、截止二季度末，我们在商场部署的 AI 机器人产品上升至约 7,000 台。**这些机器人产品帮助顾客找到所需商铺和品牌，改善购物体验，也为商家带来更多商机。

本季度，这些 AI 机器人产品的日均交互量持续上升。流量的增长吸引了更多商家和品牌的入驻。近期，我们同很多餐饮、汽车以及日用品品牌合作，对他们的本地商铺给与流量倾斜。疫情导致我们 AI 业务在商场领域的进展延缓近 6 个月。但是未来随着大环境的恢复，我们将加快 AI 业务在商场领域的商业化进程。

**第五、我们在长期投资中有很多优质资产。**截止二季度末，猎豹持有 2.92 亿美元的长期投资。在二季度，一些猎豹投资的公司取得了不错的进展。比如，LiveMe 实现盈利。编程猫完成新一轮融资。编程猫是一家面向少年儿童的在线编程教育平台。

展望未来：外部挑战仍然巨大，导致 2020 年下半年收入可能还会下降。但是，接下来我们将继续严格控制费用成本，收窄运营亏损。同时，我们将坚定不移地投入 AI 业务。在充裕的现金储备之下，我们相信 AI 业务将为公司构建起新的长期增长引擎。

我的发言就此结束。下面有请我们的 CFO Thomas 发言。

## 任今涛，CFO

谢谢，傅盛。大家好，感谢大家参加今天的财报发布会。

下面请允许我逐项介绍猎豹移动在 2020 年 2 季度的财务表现。除非另行说明，所有财务数字皆以人民币记，百分比皆为同比。

正如前几个季度所说，2019 年 9 月 30 日，LiveMe 的股权激励方案修正完毕。因此，猎豹移动不再是 LiveMe 的控股股东，公司也从 2019 年第四季度不再并表 LiveMe 的财务数据。为了更好地体现公司的财务成绩，我们还将提供除去剥离 LiveMe 影响后的同比百分比，供参考。

2020 年第二季度，总收入为 3.94 亿元，超出管理层给出的收入指引上限。本季度总收入出现 59% 的同比下滑。除去剥离 LiveMe 收入的影响，二季度总收入同比下降 48%。下降的原因主要是：1-从 2020 年 2 月起，Google 暂停了与我们的广告合作；2-我们的国内线上广告业务在第二季度持续受到了疫情的负面影响；

**分业务线来看：**本季度，工具产品及相关服务的收入为 1.95 亿元，占总收入的 50%；移动游戏业务收入为 1.79 亿元，占总收入的 46%。**分地区来看：**本季度，中国市场贡献了 41% 的总收入，海外市场贡献了 59% 的总收入。**按平台来看：**本季度，PC 端收入达 1.18 亿元，环比小幅改善，占总收入的 30%；移动端收入占总收入的 70%。

### 现在让我们来看看成本和费用。

为了更好地体现公司在排除非现金费用影响后的营业成绩，我们以下皆为非美国通用会计准则（Non-GAAP）的指标讨论，即排除股权激励费用和商誉减值的影响。关于根据美国通用会计准则提交的财务信息，请参阅我们的新闻稿件。

本季度，我们将战略重心从海外转移到国内，海外移动互联网业务的成本和费用得以进一步减少。同时，我们的 AI 及其相关业务继续专注在商场领域。

因此，在 2020 年第二季度，总成本费用同比下降 47%，环比下降 22%，至 5.28 亿元。除去剥离 LiveMe 的影响，本季度总成本费用同比下降 30%，环比下降 22%。

值得一提的是，本季度，总成本同比下降 65%，环比下降 23%，达 1.13 亿元。研发费用同比下降 43%，环比下降 17%，达 1.13 亿元。营销及市场推广费同比下降 46%，环比下降 33%，至 2.05 亿元。

### 来看看利润和毛利。

本季度，毛利润为 2.81 亿元。毛利率为 71%，相较去年同期为 66%，上季度为 72%。

2020 年第二季度，营业亏损从上一季度的 1.41 亿元收窄为本季度的 1.33 亿元。在严控成本之下，从 2019 年第三季度起，营业亏损已经实现连续三个季度的收窄。

本季度，我们处置了所持的全部字节跳动股份，因此公司获得 6,600 万美元的投资收益。

因此，本季度 Non-GAAP 归属猎豹移动股东净利润为 2.44 亿元。与之相较，2019 年同期 Non-GAAP 归属猎豹移动股东净利润为 8,200 万元，上季度 Non-GAAP 归属猎豹移动股东净亏损为 9,800 万元。

此外，2020 年第二季度，Non-GAAP 每股美国存托凭证摊薄收益为 0.25 美元，与之相较，2019 年第二季度 Non-GAAP 每股美国存托凭证摊薄收益为 0.08 美元，2020 年第一季度 Non-GAAP 每股美国存托凭证摊薄亏损为 0.10 美元。

### 来看一下资产负债表：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司合计持有现金及现金等价物、受限资金及短期投资 4.53 亿美元，以及总计 2.92 亿美元的长期投资。

2020 年 7 月 9 日，我们向股东派发了特别现金股息，每个美国存托股 (ADS) 派息 1.44 美元。这笔资金来自公司资产负债表上的现金，一共涉及约 2 亿美元的现金股息。

### 现在，让我们讨论一下第三季度收入指引

目前，我们预计第三季度总收入在人民币 3.1 亿元和人民币 3.6 亿元之间。除去剥离 LiveMe 的影响，此指引表示第三季度总收入同比下降 47%~55%。请注意，此指引仅代表公司目前及初步预期，未来可能会有变化。

我的发言完毕。现在请进入提问环节，谢谢！

### 问答环节

Q

**Citi:** 1) 第二季度和第三季度，管理层认为广告市场表现不错的是哪几个行业？2) 关于最近中概股退市或者两地上市，公司有什么看法或者打算？

A

**CFO:**

我认为我们和广告行业的其他公司的情况差不多。因为我们大部分广告收入来自于国内主要平台。电商和在线教育的收入贡献较大。我们也看到企业在 618 营销活动以及暑期的投入也变大。手机和消费电子在随着消费逐渐回暖的情况下，也在恢复广告投入。

关于你的第二个问题，我们注意到近期有很多中国公司从美国退市，或者在香港两地上市，但是我们也注意到最近也有不少新去美国市场的很成功的中概股 IPO。我想不同资本市场对不同阶段的不同公司都有适合他们的选择。不过猎豹管理层最优先关注的肯定是业务的发展和增长，我们也会关注不同资本的选项。如果有任何计划我们会第一时间披露给公众。