

2013年6月28日机构调研会议纪要

会议地点：厦门

会议议题：中信证券中期策略会——华谊兄弟沟通会

参会人员：财务总监丁琪女士

Q:电影的制片方如何分配收益？

总票房首先要扣除电影发展专项基金和营业税，剩余影片票房由制片方（含发行方）与影院（含院线）按照 43：57 的比例分账；而后扣除宣传发行费用、制作成本和所得税等到的收益，在投资方向按股权比例进行分账。

Q:如何看待驻地发行模式？

发行工作对发行方是 360 度的要求，包含档期选择与协调能力、宣传营销方案与电影题材的匹配性、媒介资源调动等等。驻地发行可以保持与当地影院的畅通沟通，但也意味着高成本。对于华谊，仍然更为看重整体的发行能力。

Q:未来电影业务的业绩增长主要来自投拍量提升还是单片票房提升？

根据国内电影可上映的档期，每年 7-8 部影片是相对合理的量。随着银幕覆盖率的提升，单片票房仍然有很好的空间。电影市场 2-8 定律，优质影片票房份额集中度高。未来的增长可以观察单片票房的增长，以及投资比例的变化。

Q:电影票房波动性很大，如何保证每年电影产品组合的盈利能力？

会提前做规划，进行搭配；主要体现在题材的搭配、投资比例的搭配上。对于我们认为要素可控，票房保障高的项目，会投资更高的比例。

Q:下游影院的格局，与华谊的经营情况？

影院市场竞争趋于激烈，由于参与者众多，出现了一定程度上无序竞争的现象。我们判断院线会出现整合调整。对于华谊兄弟，选择影院项目会着重选址、考察周边的消费商圈等生态环境。主要采用租赁地产的方式。目前已经有 15 个影院，其中 14 个为 100%控股，1 个影院为参股。

Q:会不会和演员、导演进行票房分成？

我们愿意采取与演员、导演等合作方进行分成的方式，因为可以共担风险。但现在国内主创人员更多采用拿固定回报的方式，因为无风险；一般是作为投资人的演员或导演采用票房分成的合作方式。

Q:电影的成本结构？

制作成本中 50%-70%用于支付主创人员酬金。

Q:和新导演的合作？

H 计划投资了行业内新晋导演的项目。倾向于选取已经过市场验证的导演合作。现在和导演多签署部头约，一次性锁定几年的项目，可以有效控制成本。单部市场反响很好的导演，在签下一个项目的时候，议价能力提升很快。

Q:下半年影片的展望？

《棒球明猩》、《大海啸》、《狄仁杰 2》、《私人定制》。《狄仁杰 2》、《私人定制》目前来看为 100%投资比例，主创团队成熟。《棒球明猩》与韩国团队合作；《大海啸》尝试买断片发行，与中影合作。

Q:文化衍生项目的情况？

年底观澜湖项目开业。文化板块以参股为主，前期华谊兄弟收取品牌管理费；项目运转完全依靠项目公司。

Q:电视剧业务的风险点，应收账款为什么很高？

广电总局对于电视剧的题材管理使电视剧业务存在风险。应收账款较高是因为，随着下游行业集中度的提升，大台的谈判能力在提升。