

## 2015年5月7日机构调研会议纪要

会议地点：北京市金融街威斯汀大酒店

会议议题：华泰证券.重构的三次方“互联网+”高峰论坛——华谊兄弟沟通会

公司参会人员：董事会秘书匡娜女士

交流参会人员：20名机构投资者

华谊兄弟从94年的时候成立到现在已经有21年的历史。上市之初我们主要有三大业务板块：电影、电视剧和艺人经纪，借助资本的力量，上市五年我们对业务进行了更多更全面的产业链布局。现在我们的三大业务板块分别是影视娱乐事业群、IP授权/品牌授权事业群、互联网娱乐事业群。而从利润的角度，我们也从上市前的6800万，增长到14年的将近九个亿，翻了十几倍。

影视娱乐事业群涵盖了我們上市之初的电影、电视剧、艺人经纪以及音乐、影院和娱乐营销。影视剧作品作为内容对我们来说是重中之重，也是我们内容的核心。20年来我们一直专注于影视剧的创作，到目前为止已经积累了100部的影视剧作品，这是我们非常强大的IP库，为我们第二个事业群源源不断地输出优质内容。

关于电影业务，上市之前我们每年的电影产量是3-4部，上市之后借助资本的力量，我们每年的电影产量是7-8部，从今年起每年电影产量会是15部左右，今年计划是18部。我们一直专注于电影的制作、发行、营销，这是全产业链的一个布局。除了去年位列行业第二以外，之前两年一直都是蝉联票房冠军，占到中国电影票房份额约为15%，国产片份额的25%-30%左右。关于电视剧业务，去年可以看到，张国立老师的团队也有更多的电视剧作品呈现出来。大家也知道从今年开始电视剧会受到一剧两星一定的影响，所以我们对于新投拍的电视剧会比较审慎。除此以外，我们的艺人经纪也探索出一种新的营销方式。例如说我们上映的《奔跑吧兄弟》，也是在荧幕上结合我们艺人的IP，进行产业的布局，大家可以看到《奔跑吧兄弟2》已经开始播放。关于影院，我们是从2010年开始布局，到14年上半年的时候，影院整体实现盈利。到目前为止我们有15家影院，一家是参股，14家是全资。

第二个板块是我们品牌授权/IP授权事业群。大家所能看到的这个事业群的实体性呈现就是我们海口观澜湖项目。这个项目有3条街，分别是1942民国街，老北京街和新加坡南洋街，我们去年20周年的时候1942民国街正式开街营业。在项目中我们植入我们自己的内容，整条街都是冯小刚导演的作品，在里面有包括电影院、餐厅这样实体的呈现。目前，除了海口已经对外开业的项目，苏州在建的是一个主题乐园，类似于环球影城，预计明年开业。

去年中期我们引入了战略投资华兴资产，他们对这种盈利模式进行一个快速的复制，在四季度的时候也陆续签约了七个项目，到 14 年底我们有 11 个项目。管理层对这个业务板块的目标是到 2016 年签 20 个项目。

第三个业务板块是我们的互联网娱乐事业群，分成几个部分。其中第一部分是新媒体业务，其中有我们和电信、联通、移动的业务合作，同时也有我们与腾讯的合作。腾讯是我们一直以来的股东，我们跟他们的合作也有很多的方式，包括其中的星影联盟业务。这项业务是基于 QQ 平台做的最大的粉丝经济社区，目前有 1.3 亿的注册用户，在这部分业务中我们会做一个粉丝和明星之间的互动，相当于将明星的资源做了一个转换。这里的互动包括众筹活动，比如一些演唱会的众筹。同时我们也会基于 QQ 本身的特点，例如气泡表情，目前我们会少量地开启付费，例如我们 20 元会员和明星气泡表情的付费，未来会有更多的产品呈现。

第二部分是游戏业务。关于这部分大家知道，比如我们投资掌趣，这是我们第一次涉及手游业务，到目前为止掌趣是 400 亿的市值，我们最开始投资的时候占到了 22%，现在依然是其第二大股东。同时我们也控股了银汉，银汉也是业界做手游做的最好的。投资银汉我觉得可以追溯到 13 年，我们是中期的时候开始洽谈它的业务。在它初期的时候上线的游戏有两款，《神魔》和《时空猎人》，中期我们开始谈它的业务，因为涉及发行股份购买资产需要证监会审核，去年 5 月份开始并表。我们业务之间的并行已经开始了合作，例如我们的知名艺人 Angelababy 为《时空猎人》做形象代言。在 13 年底的时候它的流水已经超过亿元。到 14 年的时候我们管理层也是非常有信心的宣布，一款全新产品《游龙英雄》。我们的游戏团队非常苛求自己内容品质的，包括创始人本人，他每天用八个小时的时间来玩自己的这三款游戏，看有没有 bug 和改进的空间，来反馈给自己的技术团队。游戏业务也有我们的 IP 资源，也会不断输出到我们其他的板块，比如做影游互动，我们《神魔》的游戏，也会不久搬上荧屏。

接下来是我们的在线发行，去年我们投资了卖座网，它是我们 O2O 的线上发行渠道，助力电影的宣传营销。大家也知道关于电影营销有几种方式，其中有一款叫做地推，我们现在也有 80 人的地推团队，其模式是锁定影院的经理，但并不是所有影院的经理都有排片权。所以我们考虑借助 O2O 的力量，做线上的发行，锁定用户。随着智能手机的应用，人口红利，以及人们观影习惯的养成，大家开始更广泛的应用和接受。

另外就是大家知道我们去年投资 GDC 业务，在 13 年的时候我们投资了 9%，去年的时候我们也是跟管理层达成了一个对赌，未来三年之后我们除了管理层持股以外全部由华谊持股。它是做电影放映解决方案的提供商。

Q&A:

Q: 关于 3D 的电影，现在国产电影好多没有必要弄 3D 偏偏要弄成 3D，未来的票价会是一个怎么样的趋势？

A: 关于 3D 的电影，我想解释一下。其实我们直观上觉得有一些国产品没必要弄 3D，但是它跟我们中国的整体影业环境有关系。因为中国的版权保护并不是那么的完善，所以一些国产片拍成 3D 是为了防止盗版。现在平均票价已经降到了约 35 块钱，主要也是依靠互联网的力量，各种团购开始呈现，这些年来电影票价已经从大家觉得比较贵变成了一种很便宜的消费娱乐方式。

Q: 关于主题公园收入的分成是怎样的？还有这些项目的建设情况如何？

A: 我们的盈利模式是收取品牌授权费，这个品牌授权费会在项目签约的时候就开始收取，对于我们来讲没有额外的成本支出。等到开业以后，我们还有几部分收入：股权收入；综合管理费，包括门票、演出、租金分成；以及衍生产品流水的分成。苏州电影主题乐园类似于环球影城，我们在学习迪士尼的同时，也在做一个中国式的延展，具体来说就是我们因地制宜。例如海口的项目在 13 年初有 7 天的试营业，大家都知道如果去海南旅游一般都是去三亚更多，但是那由于 7 天的试营业，海口的旅游人次首次超过了三亚。在杭州那边我们会建一个爱情谷，会把我们的《非诚勿扰》，《撒娇女人最好命》以及今年下半年上映的《命中注定》的内容 IP 植入到里面。还比如《通天帝国》里的通天塔，《太极》里面的太极村，都是很好的 IP 内容，未来也都有可能在不同的项目里呈现。苏州的项目预计 16 年开业，因为它有一个建设的周期，而且建设完后是不可逆的。

Q: 能简单介绍一下电视剧业务吗？

A: 大家都知道今年年初的时候开始一剧两星的政策实施。原来的电视剧作品可以在四个上星卫视同步放映，但 15 年开始，一个电视剧只能在两个上星卫视上播出。这样盈利会收到一定影响，所以对于电视剧投资，我们会保持审慎的态度，对于电视剧的收视率、价格、以及其所能贡献的 IP 资源，我们会综合考虑。

Q: 能简单介绍下华谊与 STX 的合作吗?

A: STX 是六大出来副总裁级别的人物成立的一家公司, 它首先了解好莱坞的制作模式和盈利模式, 同时它的定位是要做最赚钱的电影, 但这些电影不见得是超级大片。他们锁定的大概是 5000 万美金的制作, 同时分析导演、演员应该如何搭配去吸引人们喜欢, 方法有点类似于中国所说的大数据。它的影片可能不会卖到中国市场, 但是我们之间的合作是做全球票房分账, 这是中国影视公司首次实现全球票房分账, 同时这些电影也是我们丰富的 IP 资源。当然我们也考虑到了控制风险, 所以我们投 STX 的影片会占 50% 以下, 包括以前一些联合拍摄影片, 我们的投资比例都是控制在 50% 以下, 都是出于风险管控的考虑。