

证券代码：002343

证券简称：慈文传媒

## 慈文传媒股份有限公司 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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	天风证券：张爽 海通证券：郝艳辉 北京信托：庞琳琳、高峰 民生加银基金：金耀 北京福运景澄：王家炜
时间	2021年2月2日下午2:00-4:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书严明
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍近期情况</p> <p>（一）行业情况和发展趋势</p> <p>1、主旋律作品持续</p> <p>2021年是建党100周年，是具有重要历史性意义的一年。现实主义题材、主旋律和正能量剧仍然是大趋势。各大制片公司和视频平台都在向市场提供非常多的优质的主旋律作品。</p> <p>2、行业减量提质效果显著</p> <p>总局提倡的“减量提质”效果明显。减量提质分两个方面：一是整个剧集备案数量下降。2020年全国备案的电视剧是670部、23519集，与2019年相比，部数少了235部，集数少了10891集，下降幅度非常大，</p>

而且是连续第4年下降。另外一方面，减量还包括单部剧的集数要降下来，现在可以看到很多12集、24集的短剧集、季播剧、周播剧，6集、8集的短剧集也开始出现。同时剧的质量也在提高，目前市场上一些剧集包括慈文的剧集都是非常优质的。

### 3、行业利好

行业的一些利好也可以侧面反映出整个行业的趋势。腾讯在去年10月份视界大会上宣布未来3年要投入1000亿元，抢占长视频10%的市场份额，其他视频平台也持续加大对精品内容的投入。另外，在整个疫情期间，各大视频网站的财报显示，各家的会员数量、会员收入以及观看时长都有一定的增长，长视频仍然是用户内容消费的刚需。

#### (二) 公司的整体情况

##### 1、项目确认与播出情况

2020年受疫情影响，公司上半年开机项目较少，确认收入的影视项目主要有《三叉戟》、《胜算》、《盗墓笔记重启之极海听雷》，以及综艺节目《我们的歌（第一季）（第二季）》、《舞者》等。这些项目在市场上播出表现都非常好；其中主旋律的作品《三叉戟》、《胜算》，播出口碑和市场表现俱佳，充分证明了公司依然是市场上最优质的内容供应商之一。

##### 2、剧集开机与储备情况

公司项目储备丰富，从2020年5月份复工复产之后提速项目开机。截至目前，近期播出的项目有《麒麟幻镇》、《扫黑英雄》；已完成制作或正在后期制作的项目有《一片冰心在玉壶》、《天涯客》、《鼠王》、《一江水》、《疫战》、《杀破狼》、《婚姻的两种猜想》、《夏天的骨头》、《爸爸来了》、《刀剑笑》、《流光之城》、《时光分岔的夏天》、《雁回镇》等；正在拍摄的项目有《海棠公馆》等。

公司后续还会进一步强化影视主业的支撑，继续坚持走精品化、现实主义创作的道路上。正在筹备的各类题材的重点项目将陆续在2021年度开机。主要有：

(1) 已筹备的大型项目《紫川》《脱骨香》《空港》等，预计在2021年上半年陆续开机。

(2) 正在开发中项目包括《核爆危机》《苍穹以北》以及《生命缘》

《姻缘命中注定》《爱情随遇而安》《清风送来我的爱》《心战》等等。

### 3、网络电影情况

公司 2021 年度将大力拓展网络电影板块。网络电影目前整体的投入体量不会太大，但是开发周期非常快，一部网络电影大概 4 个月就可以实现从拍摄到上线播出分账。公司正在开发的项目包括《小镇青年》《归墟三千界》等近十部。

### 4、院线电影参投情况

公司在 2020 年也参投了院线电影项目，主要参投项目有已经定档今年大年初一的《人潮汹涌》，饶晓志导演，刘德华、肖央主演；以及今年暑期档将要上映的喜剧片《梵高计划》，凌潇肃、贾冰、柳岩主演，张猛监制。未来将继续拓展这方面业务。

### 5、其他业务拓展情况

公司最近披露了和湖北鄂州市联合打造“吴楚影视城”的公告，包括 2109 年底公告的与清控科创的战略合作都在推进当中。后续公司将在泛娱乐产业链拓展多元化的盈利渠道，寻求新的盈利增长点。

## 二、问答环节

Q: 公司今年项目储备非常丰富。请问公司目前有多少核心团队，团队是否稳定，是否能满足目前的产能需要，采取了什么激励措施？

A: 公司目前核心业务团队有近十个，涵盖了各种类型的项目定位。公司主要的业务团队比较稳定，近几年未发生变化。业务团队主要以子公司的方式归属公司统一管理，每个业务团队有各自擅长开发的题材项目，有不同的市场定位。目前每个团队大概有 3-5 个储备项目在开发，公司会在项目的资源、资金、渠道等方面进行合理配置。同时，公司在积极制定相关的激励机制，调整优化人才结构，推进原有业务团队升级，加强年轻业务团队建设，打造一支与市场环境及公司发展战略相适应的多类型、多层次人才队伍。

Q: 国有控股以后公司的治理结构以及双方的融合情况？

A: 国有股东控股以后，推动公司完善和优化了治理结构，在决策流程、管理方式和风险控制等方面更加稳健、慎重及规范，与上市公司的

治理要求相契合。

公司的原有团队保持稳定，首席内容官马中骏先生全面负责公司内容生产。国有股东在依法依规运营、符合政策导向方面为上市公司提供了更稳健的保障，双方互相适应、互相融合、优势互补。

**Q:** 近两年影视市场变化较大，能否介绍一下成本的变化，尤其是演员成本的变化，以及利润率的变化。

**A:** 随着“限薪令”的严格执行，目前项目中全体演员成本控制在整个项目成本的 40% 以内，主要演员的成本控制在演员成本的 70% 以内，行业规范管理对项目的成本优化起了非常好的作用。

虽然平台及电视台的采购价格近两年来有不同程度的调整，但是项目成本也在相应下降，所以项目毛利率的调整并不像想象中那么大。目前比较确定的是定制剧的毛利率一般在 10%-20% 左右，其他类型的剧毛利率差别较大。

**Q:** 如何看待行业内发生的变化，尤其是长短视频的融合对行业有什么冲击？

**A:** 众所周知短视频平台已经进入了长视频领域，但是与此同时，长视频平台包括优爱腾等也都发布了自己的短视频的准入标准、分账标准等，今后长视频和短视频的融合是大势所趋。

对前端的制作公司来说，长短视频平台的融合，其实是一种采购端的多元化发展，对整个市场的容量、对行业的天花板是一个突破，我们是欢迎的。对于行业近年来的一系列变化，慈文一直注重盈利模式的拓展，注重 To C 市场的开拓，2019 年我们制作的网络电影就已经采用了分账模式，未来我们会进一步拓展 To C 市场，拿出更多的项目进行点击分账。我们相信 C 端市场会形成新的收入来源，而且它的想象空间肯定比原有的纯版权销售要更大。

**Q:** 平台的自制剧和定制剧对我们有什么影响？

为了优化版权采购成本，锻炼自己的团队，目前平台都在加强定制和自制业务。我们的策略是坚守自己优质 S 级项目供应商的定位，同时

	<p>以开放的态度与平台在各个层面全方位展开合作。</p> <p>在定制剧方面，对制作公司来说可以减缓项目现金流的压力，减轻发行销售的压力，而且优质的 IP 项目也有可能达到 20% 以上的毛利率，所以我们逐步加大了这方面与平台合作的力度。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 2 月 2 日