

北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-02

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过约调研平台“光线传媒投资者关系”小程序参与公司 2020 年年度报告网上说明会的投资者
时间	2021 年 5 月 12 日
地点	公司会议室以线上会议方式召开
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理王长田先生、董事会秘书侯俊先生、财务总监曾艳女士
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：王总曾在王利芬采访时说对光线的预期远不止上市那么小，您的期待更大。相信光线是您有生之年的期待，上市以来光线的表现确实在影视行业一马当先，但匹配您传媒集团的梦想而言，您觉得是发展快了还是慢了？ A：公司在前些年经历过一次大的业务转型，由电视节目制作公司转为电影公司，组织结构、经营策略都随之调整。目前我们仍然是处于早期发展阶段的内容公司，公司的规模和业务范围都有待继续扩大，还不是个大公司。 Q2：王总好，您的战略眼光使得光线曾借鉴时代华纳做电视发行，参考迪士尼做的扬州实景。而当今短视频、尤其是游戏行业似乎占据了更大比例的娱乐内容消费时间。传媒公司还有可能缔造六大传媒公司的奇迹和市值吗？未来您对光线的规划和市值预期可以谈谈吗？ A：娱乐产业是一个包含范围非常广的产业，光线目前暂时专注于高端影视内容的生产，对其他形式的娱乐内容保持关注和探索的姿态。公司会根据自身优势和市场变化适时进入相关的领域，比如视频渠道、场景娱乐、音乐等业务，这些年来也已经做了相应的布局 and 探索，会适时抓住时

机进行拓展，目标是成为一个综合性的以内容为中心的传媒娱乐集团。

Q3: 公司有没有考虑学习美国电影，制造漫威系列的 IP 宇宙？

A: 公司的动画业务正在形成光线的中国神话宇宙，这将可能是公司动画业务接下来最重要的动作，公司整体会成为具有动画色彩的电影公司。

Q4: 公司资产负债率仅为 10% 不到，是否可以理解为目的经营策略仍然偏谨慎？今年是否会将账上十几亿现金运作起来，提升资产收益率。

A: 公司在资金上采取谨慎、稳妥的策略，会把资金集中于我们的主营业务，并保留在未来适当时间投资或并购内容相关公司的可能性。

Q5: 请问王总如何看待中国影视行业未来发展速度和规模潜力？有人认为光线是这个小行业里的大个子，意味着行业规模小，但光线近四百亿的市值已经不低了，王总是怎么认为的？

A: 这几年影视行业经过多次市场调整，目前整个行业处在相对低迷阶段；光线因为业务相对表现较好，使我们的市值处在行业不错地位，但公司的发展潜力还远没有发挥出来，我们对公司未来几年的发展有充分信心。整个行业的价值是被市场低估的，并不是一个完全正常的状态，相信随着行业的发展和市场环境的改善，投资者对行业的信心会重新建立起来，也一定会出现一些市值高、竞争力强的好公司。

Q6: 竞争对手目前多数已陷入困境，公司是否考虑适当加快主投、主控影片的推出节奏以占领市场？电视剧项目制作情况如何？

A: 公司项目储备丰富，今年主投、主控的电影项目数量相对较多。《你的婚礼》已于 2021 年 5 月 20 日上映，目前票房已超过 7.5 亿元；投资、发行的影片目前已定档的包括：《阳光姐妹淘》将于 2021 年 6 月 11 日上映，《革命者》将于 2021 年 7 月 1 日上映，《十年一品温如言》将于 2021 年 10 月 1 日上映，《一年之痒》将于 2021 年 12 月 31 日上映，尚有其他项目将根据市场和审批情况逐步确定上映档期。未来公司将增加主投、主控影片的比重，使公司的盈利水平更有保障。公司发布的剧集片单中《山河枕》《春日宴》《大理寺日志》《君生我已老》《拂玉鞍》《男神，你走开》《她的小梨涡》等项目已进入实质推进阶段，《所有的乡愁都是因为馋》《枕边有

你》《田螺有妇男》《金玉王朝》等项目在前期策划、开发中。其他电视剧项目也在有序推进中。

Q7: 请问曾总监，2020 年公司在营收大幅下降的背景下，应收却大幅上升，上升的应收质量如何？考虑到疫情的影响，预期应收状态需要多久可以改善回之前的水平？

A: 2020 年底应收账款增加，是因为影视剧项目应收账款部分未到结算回款时间所致，预计将在 2021 年改善。

Q8: 王总多次提到行业人才的输送与引进是关键，我也非常赞成，再次问两个问题，第一光线对于行业人才在全行业有什么吸引力，第二光线有没有或者有通过什么渠道去引进一些行业领先人才或者说对一些有优质内容制造的公司进行投资或者收购。

A: 公司一直注重引进和培养人才，多年来我们在内部培养人才上有更多的心得。我们经常会从应届毕业生中招收一些优秀的电影行业相关毕业生，多年来这些新人正在迅速成长，也逐渐成为公司接下来重要的人才储备；同时公司目标是希望培养 20-30 个行业顶级的制片人进行电影项目的运作，这个计划正在顺利推进之中，公司对人才最大的吸引力是丰富的实践机会和个人提升机会，目前我们影视剧项目超过 70 个处在不同的推进阶段，使公司的人才有充分的施展空间和机会。

Q9: 请问贵司在未来会推出针对动画人才培养的相关计划吗？动画业界普遍认为近年人才流失严重，而当前贵司旗下的彩条屋已投资了不少动画工作室，但未见有专门推出人才培养或扶植的计划。

A: 动画人才流失主要是薪酬原因，以往动画制作公司从业人员收入较低，这种流失基本是正常的。行业调整的方式包括将外包环节放在公司体系内部，改善员工薪资条件等。目前很多动画人才因为对动画的热爱而坚守在行业内，这些人非常值得钦佩。但要从根本上解决问题，还是要让行业在收入、价值体现上更具备吸引力，要生产好的作品，要带来更强的市场竞争力和更高的收入，从而带动从业人员待遇的整体提升，吸引和培养更多人才。

Q10: 我想问的是，剧本薄弱为什么成为中国影视行业的一大短板？

连张艺谋都说好本子难寻。光线有哪些针对性的解决方案？

A: 中国电影行业的发展时间不长, 人才和经验都在积累之中。近年来剧本的创作水平其实已经有比较明显的提高, 接下来还有很大的提升空间。整个行业对编剧和剧本的重视程度前所未有的, 比如光线已经签约超过 60 位编剧, 尤其是年轻编剧, 说明我们正在努力提高剧本水平。

Q11: 公司对 B 站这类互联网公司的挑战是如何看待的? 董事长能否分享一下这方面的思考?

A: B 站与我们不存在竞争关系, 我们是上下游的合作关系。光线的定位是高端影视内容的提供商, 我们会专注于内容的生产和发行, 会与包括 B 站在内的所有互联网渠道保持密切的合作关系, 使我们的内容价值最大化。

Q12: 2020 年扣非后归属于上市公司股东的净利润下降 72.93%, 未来会采取什么措施提高净利润?

A: 2020 年由于疫情影响, 公司多部影片均无法按计划时间上映, 无法为公司贡献利润。公司未来会采取如下措施:

1. 保证足够数量的影片上映, 增加票房规模, 平衡风险;
2. 有效控制影片的投资额, 防止出现较大的单片亏损;
3. 提高影片的单片成功率和利润规模, 并降低对单个影片的过度依赖。通过以上措施, 希望使公司的利润规模保持在行业领先水平, 避免大起大落。

Q13: 光线未来两年预计每年上映几部动画电影?

A: 希望一年两三部左右。

Q14: 请问贵司当前如何评价《你的婚礼》的成绩呢? 该片的口碑并不好, 在票房上也被其他同档期的电影超越了。

A: 《你的婚礼》取得目前的票房成绩我们是非常满意的, 票房在一定程度上也反映了观众对该片的满意度。

Q15: 如何看待公司的作品都被搬上抖音、快手, 有经过公司授权吗?

A: 我们暂时还未发现此类情况, 我们会保护好公司作品的知识产权。

Q16: 郑恺欠款三千多万在热搜爆出后, 是否有联系公司协商还款事

宜？

A：该事宜已圆满解决。

Q17：电影行业不被市场待见，觉得是个高风险行业，估值上应该打折，董事长怎么看？怎么能使业绩可预期性，减少项目的投资风险？有啥长远规划，把公司带上一个新的台阶？

A：公司主要是增加主投、主控影片的比重，盈利水平更有保障；保持适当的影片数量和规模，降低部分项目的风险；扩大相关环节多元化的收入来源，适当降低电影票房在利润中的比重。

Q18：公司称动漫业务板块是最具发挥潜力之一的业务板块，可以介绍一下公司对其的布局规划吗？

A：公司目前在动画电影方面呈现几个特点：一是公司在动画领域布局较早，投资了二十多家上下游公司，未来可以协同发展；二是公司的动画业务正在形成光线的中国神话宇宙，这将可能是公司动画业务接下来最重要的动作，公司整体会成为具有动画色彩的电影公司。动画电影是公司的优势和特色，但真人电影预计仍是公司未来主要的收入和利润来源。

动画电影很难大规模放量，虽然公司尽全力进行内容制作，但动画电影的制作周期非常长，产量受限。同时，制作人才流失很多，导致全国范围内的动画电影的产能严重不足。但公司投资了一部分动画制作公司，能够为投资的动画电影的制作提供一定的保障。

动画电影一般需要四到五年的创作周期，公司会努力提高产量，希望每年能有两到三部动画电影上映。同时，公司不会单纯的追求作品数量，更重要的是保证作品质量。

Q19：影视行业经过疫情之后，现在是一个什么样的情况？行业产能有没有出清？退出的多不多？

A：近年来，影视行业遇到了诸多挑战和困难，疫情更是让行业雪上加霜，行业加速出清。但另一方面，正是由于这种持续的困境，使得全行业及从业人加倍奋发努力；尽管行业复苏尚需时日，但行业整体水平在不断提高，行业秩序在不断规范，行业结构在不断优化，存活下来的影视公司都是宝贵资产，是有战斗力和竞争力的公司，是未来行业发展的中坚力

量。

Q20: 龚宇博士曾说过中国未来一定会出现几个市值过千亿的内容公司，几年过去了，除了 b 站，芒果达到了，其他公司都停滞不前，请问王总光线距离千亿市值差的是什么。如何保证今后每年相对稳定的业绩？

A: 您所说的这些公司与光线并不是一类公司，都是渠道类型的公司，有一部分内容业务；而光线目前专注于内容业务，未来不排除与渠道进行结合或者建立自己的渠道。

Q21: 今年的《你好，李焕英》《悬崖之上》无不告诉大家，电影光有宣传炒作只能一时风光，最后还是会被好作品斩落马下。观众文化素质在不断提升，对内容的要求越来越高，好作品才会吸引观众。希望公司未来能重视内容，影视剧未来绝对是内容为王的时代。

A: 感谢您真诚的建议，光线的定位是高端影视内容的提供商，我们会专注于内容的生产和发行，继续坚持“内容为王”的发展战略，希望未来能够为大家带来更多的优秀作品。

Q22: 五一节后影视公司股价持续下跌，公司是否有市值管理计划？自 2020 年以来，公司高管只减持股票，一股未增持，除了员工持股计划外，公司高管是否有增持计划？当然王总您自己增持最好！这也是对中小股东信心的提振！

A: 公司高管因为个人需要有少量的减持；如果有增持计划，我们会及时公告。

Q23: 以目前国内电影市场的票房市场占有率，光线已经做的很好，但您知道票房市场不足以缔造新闻集团或者时代华纳那样的传媒集团。国内衍生品和 IP 变现是老生常谈却实际收益有限，难以实现八成收入不依靠票房，您会如何创造光线高度增长的新增长点？

A: 光线目前暂时专注于高端影视内容的生产，也对其他形式的娱乐内容保持关注和探索的姿态。公司会根据自身优势和市场变化适时进入相关的领域，比如视频渠道、场景娱乐、音乐等业务；这些年来也已经做了相应的布局 and 探索，会适时抓住时机进行拓展，目标是成为一个综合性的以内容为中心的传媒娱乐集团。

Q24: 长田总能否给我们再介绍一下，光线从一个电影投资公司转型为制作公司后，除了影片成功率提高之外，还有哪些意义？

A: 成为一个制作公司会增强我们对项目的控制力，题材和内容的选择、投资规模、主创的选择、影片的制作过程、发行等等方面都能够公司的有效把控之下，因此可以全面提高项目的立项标准和影片品质，同时可以有效培养公司的制作队伍，使公司的人才在行业有较强的竞争力，另外也为电影的衍生业务增加了更大的运作空间。

Q25: 《五个扑水的少年》《嫌疑人 X 的献身》都说明国产电影可能更适合紧邻国家电影的发展模式。也验证了您的远见卓识。未来在类型片上您的前瞻是？

A: 公司的项目来源是非常多元化的，有原创、小说改编、漫画改编、国外影片改编、真实人物或事件改编等等，海外版权改编是其中一部分。类型片的价值多年来被市场验证，但中国式的类型片会具有自己的特点，不会与国外类型片完全相似，我们必须找到中国人自己的人物和故事，表达中国人独有的情感，抓住符合时代特征的主题才能使类型片适应中国市场。

Q26: 请问王总，公司长期股权投资近 50 亿元，在进行长期股权投资时公司是主要考虑带来投资收益，还是主要考虑与公司业务的协同性，加大公司的竞争优势呢？另外，在行业低迷的情况下，公司是否考虑利用手头上的资金并购一些优质资产呢？

A: 公司已经投资了 70 家左右的公司，主要是围绕内容进行上下游或是横向的投资。我们仍在继续关注新的好公司和并购机会，并为此做好资金的准备。近来投资的进度有所放缓，主要是因为市场可投资的机会减少、行业变化较大所致，相信随着市场回归正常和行业的发展，我们仍然会面临较多的投资或并购机会。

Q27: 王总您好，去年我们电影及衍生品毛利率有所提高，我们在市场上也直接的可以看到关于哪吒、姜子牙甚至还有过去大鱼海棠的产品越来越多，哪吒到上个春节还在接广告。这一类的 IP 授权对于我们毛利率的上升贡献几何？您怎么看这些现象，对于未来我们的电影项目开发有什

么展望？

A：衍生业务目前占公司业务的比例还不是很高，更多是为了宣传，并不是一个完全的销售行为。随着公司 IP 的培育和衍生品市场的发展，我们来自这方面的营收预计会不断提高。

Q28：可以介绍一下公司推出的一本漫画 APP 吗。未来会和其他业务进行联动、合作开发影视作品吗？

A：一本漫画目前正在调整方向，接下来将为光线的中国神话宇宙提供前期的创意策划支持，并用漫画的形式进行探索。中国神话宇宙是一个长期和系统的工程，一本漫画将在其中发挥重要作用。

Q29：《坚如磐石》为什么一直不定档，是没过审吗？

A：《坚如磐石》仍然在过审之中，暂时无法定档。

Q30：猫眼和光线会不会同业竞争？

A：猫眼是一个票务平台，有少量的内容业务，以发行为主；而光线是一个内容制作公司，发行的影片集中在自己制作或主投的影片。双方各自独立运作，保持正常的商业合作。

Q31：王总是否可以谈谈客厅大屏影院（投影、大屏、手机投屏）对于传统线下影院的影响，是否会对光线和猫眼的发展产生影响？

A：公司作为内容提供商，多种终端形式的发展有利于公司扩大内容的传播面和收入来源，只要这些终端能够纳入到正常管理并有合理的利益分配机制，公司都是欢迎的，这些终端是互补的关系。

Q32：目前资本市场对影视行业还是有一些偏见，比如成本虚高、影片质量低下、从业人员职业道德缺乏等，说明国内行业发展阶段仍很初级，光线主投、主控的真人电影虽然避免了高成本赌票房路径，但说实话离好看的电影还是很有距离，比如《你的婚礼》，虽然有五一档，加上渠道运作，取得了比较好的票房，但在几部同一档期的电影中口碑不算好，未来票房还是要靠好的内容作为基础，希望光线通过努力，在王总带领下，能成为国内影视行业的迪士尼！

A：不断提高影片品质是公司一直努力的目标。目前仍有部分影片品质有待提高，但总体来说与前些年相比，公司影片的整体品质还是有明显

提高；同时因为公司的影片较多属于类型片，类型片主要功能是分众，有特定的观众群体，也无法满足所有观众，所以我们会客观分析每一部影片的口碑状况作为我们创作的参考。

Q33: 1. 对比同行业电影公司，请问王董事长认为贵公司的核心竞争力在哪些方面（除了动漫制作外）？

2. 国内的观影人数这些年都增长缓慢接近天花板，那对贵司来说，票房增长和公司营收、利润增速，是否也有同样天花板的压制？如何应对和解决？

3. 除了电影内容，公司是否已探索出清晰可见的第二级增长业务来保持公司的稳定成长性？如有，请展开说明，谢谢！

A: 1. 公司的核心竞争力是多年来连续不断地开发高质量产品，这也是多年来公司影片票房可以处于行业前列的原因。

2. 天花板目前并不存在。在疫情影响消除后，电影票房仍有希望达到1000 亿元左右，还有很大空间；同时，行业集中度在不断提高，类似光线这样的优势公司有希望占据更大份额。

3. 电影内容发展空间很大，目前我们仍将集中精力挖掘发展的可能性。但同时我们也在其他领域如网剧、艺人经纪、实景娱乐、音乐、互联网等方面有所布局，使我们的营收来源更加均衡和多元化。我们一季度利润接近2 亿元，其利润来源已经有多元化的特征。

Q34: 请问长田总，我有一个不成熟的看法，供您参考。虽然，国内几家所谓千亿市值的公司都是渠道公司，但是对内容行业来说，核心还是内容，拥有更多更好内容的公司应该享受更高估值，虽然他们往往在某一年度的表现具有较大波动性，但是拉长周期来看，好的电影公司赚到的钱才是真金白银，渠道公司往往面临重复的高额投入。请问您怎么看渠道和内容的估值差异，谢谢。

A: 好的内容公司和好的渠道公司都应该有好的估值。内容公司通常可以做得更持久、更有资源积累，而渠道公司在一段时间内会有更大的规模，但也容易被新的技术或市场环境所淘汰。最好的发展模式当然是内容和渠道的结合，但这也是难度最大、成本最高的模式。就光线而言，目前

的发展阶段还是应该做好内容，然后等待时机与渠道产生更紧密的关联。

Q35: 请问下王董事长，光线的动画电影在海外市场有什么长期目标？

A: 目前我们主要还是向海外发行影片为主，适当引进海外影片。我们已经有比较通畅的海外发行渠道，会最大化地挖掘海外价值，但目前以中国的电影行业来说，海外收入依然占比很小。

Q36: 长田总您好，您是复旦大学新闻系毕业，又有着丰富的传媒经历。请问，您怎么看目前越来越复杂的网络舆论场，这对我们的宣发带来了哪些挑战。如何避免口碑五五开的影片掉入负面漩涡之中。

A: 我们作为行业最优秀的宣发公司之一，会顺应并积极引导新的宣发趋势，包括短视频、社区等；我们对市场的敏感反应是我们做好宣发工作的基本能力之一，会一直保持对新领域的关注。

Q37: 可以介绍一下公司的实景娱乐业务板块吗。项目交付后预计对经营产生多大影响？

A: 关于公司的扬州项目，前期工程是一个现代和当代项目的拍摄基地，会是国内规模较大、技术领先的摄影棚区，后面会包括拍摄外景地，远期还包括一个电影新城。这主要是一个 PPP 项目，由财政部备案并且是江苏省重点工程，规划周期 10 多年，会是一个长期项目。目前一期摄影棚的建设在推进之中，建成后有望成为国内规模领先的摄影棚区。公司负责该项目的规划、设计和运营，目前对公司营收影响不大。

Q38: 公司新《三体》项目目前进度是怎麼样的，之前《三体》是与游族合作开发的嘛？在项目推倒重来的情况下，之前投入大概亏损了多少？游族的款项收不回来了嘛？重新制作的《三体》是否为公司主投？

A: 新《三体》在正常的前期策划和筹备中。

Q39: 光线短期发力高端内容，长期谋划渠道，那么请问王总，渠道是光线自建，类似和 360 合资模式，还是直接收购，比如百度视频，有没有这方面的前期调研可以分享。

A: 我们一直保持对渠道的关注，但目前并没有具体的运作计划。

Q40: 如今流量至上，对未来公司签约艺人类型影响如何？

A: 公司选拔艺人的重点不是流量，而是专业能力、发展潜力等。目

前公司有 20 多位艺人，都是靠专业能力脱颖而出的。

Q41: 请问王总，电影《深海》是否已经制作完成？是否已经决定在今年哪个日期上映？

A: 《深海》上映档期暂未确定，在正常制作中，但是确实制作难度太大、制作要求太高，所以制作周期偏长，但仍然在可控范围内，相信影片会是一个精良之作，能够代表中国动画电影的优秀水平。

Q42: 市场上对贵公司一直认可为动漫影片制作能力比较强的电影公司，这也是贵公司区别于目前 A 股同行业上市公司的最大亮点。但王董事长在之前的对外交流里面，有特别提到动漫电影制作的周期比较长、出品慢，然后提示我们要更多关注公司的真人电影。

1. 请问公司对自身是否有清晰长远的业务定位？是要成为一家动漫制作为主的稀缺性电影公司，还是综合型电影电视制作公司？

2. 真人电影电视制作方面如何解决质量稳不稳定，票房是爆炸还是爆雷的问题？这也是影视行业一直被诟病为业绩不稳、是个烂行业、没有投资价值的地方。

3. 长远发展看，公司有没有同行业的对标优秀企业，比如迪士尼？目前差距在哪里？公司愿景是成为一家千亿市值公司，还是百亿营收公司？

A: 1. 光线的定位是综合性电影公司，动漫电影是我们的优势，但并不是我们的全部业务，事实上真人电影占据更大的业务比重，每年的影片中动漫电影是少数。经过几年的发力，光线目前的真人电影业务已经有了雄厚的基础和实力，今年会有比较多的电影上映，目前已有两部电影票房超过 7 亿元，还有多部电影具有高票房的潜力。目前正在运作的电影项目超过 50 部，其中大部分也是真人电影。

2. 真人电影本身不存在这个问题，主要在于运作。光线在历史上自己主控的真人电影失败的案例不多，所以我们不存在对单片的太大依赖。

3. 我们目前主要的问题，首先是高端内容的规模还不够大，品质还有待提高；其次在渠道尤其是视频渠道方面还存在短板，这是我们与国外传媒娱乐集团的主要差别，它们都是强大的渠道公司。光线的目标当然是一个以内容为驱动的综合性的传媒娱乐集团，长期来看我们一定会把内容和渠

	道进行结合，但目前情况下仍然专注于内容。世界上最好的传媒娱乐集团几乎都是以内容起家并且以内容驱动，有了足够的好内容，就会有广泛的拓展空间。市值规模是很多因素决定的，公司无法进行规划，但是我们相信投资者会认可一个好公司的价值。 Q43: 公司近几年的发展在影视行业内可谓遥遥领先，正所谓路遥知马力，我想这和王总及公司核心领导的核心战略高瞻远瞩是分不开的。但同时对于看好公司未来成长的个人投资者而言也有一些困惑，想请教：1. 动画领域哪吒的成功后，公司是否有尝试去建立健全的规范系统、模式化的动漫制作工业流程，做到各个动漫公司之间合理分工，以提升资金周转效率，缩短制作周期。同时做到每部剧之间人物形象、故事情节的一致性，避免给观众割裂的错觉。2. 公司在青春片市场形成了成熟的模式，已实现稳定盈利。未来是否有尝试往大制作 IP 方向去尝试，类似好莱坞大作的出产，从而锦上添花，形成企业独有的护城河。 A: 1. 动画电影行业近年来受到了游戏等其他行业的人才竞争，导致很多动画电影的制作周期有所拉长，行业正在积极努力扭转这种局面，情况目前已经开始逐步稳定。公司在动画领域布局了 20 多家公司，它们分工和专长各有不同，涵盖了动画电影行业的上下游环节，已经形成了一个完善的系统，为公司的动画电影生产提供了可靠保障，今后我们还将继续完善动画电影产业链，包括继续投资优秀公司。 2. 公司对单个电影项目并没有投资额的限制，投资额大小完全取决于影片的实际需要，公司一直以来都是大中小规模的投资同时存在，只不过因为公司项目比较多，相对而言中小规模投资的项目数量较多。我们会继续根据实际需要确定投资额，也包括大规模投资的电影，比如科幻、战争题材的影片等等。
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 5 月 12 日