



广州金逸影视传媒股份有限公司

2021 年年度报告摘要

2021 年 04 月

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

公告编号：2022-004

广州金逸影视传媒股份有限公司 2021 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	金逸影视	股票代码	002905
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	许斌彪	彭丽娜	
办公地址	广东省广州市天河区华成路 8 号之一 402 房之一	广东省广州市天河区华成路 8 号之一 402 房之一	
传真	020-85262132	020-85262132	
电话	020-87548898	020-87548898	
电子信箱	ir@jycinema.com	ir@jycinema.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式

公司是国内具有先发优势且极具发展潜力的影视传媒集团，主营业务涵盖院线发行、电影放映及相关衍生业务、影视制作投资，所属行业为电影行业。

报告期内，公司主营业务收入主要来自于电影放映收入、院线发行收入、卖品收入、广告服务收入、

影视剧收入，主要产品及其用途、经营模式为：

1、电影放映

公司根据金逸院线制定的排片计划，自行安排影片的具体放映时间和场次，同时，影院会根据影片放映的实际情况和收益来合理调整放映时间和场次，为观众提供影片放映业务以及相关的配套服务。

2、卖品销售

公司通过在影院设置卖品部、卖品自助售货区（如无人超市）或通过分账或基数买断等方式试点引进新型合作产品，向观众提供固定卖品、随机卖品、市场热点卖品、电影衍生产品，满足观影人群观影伴随消费及珍藏的需求。

3、广告服务

影院根据影片的上映计划，影院会与广告代理商洽谈相关的广告业务，包括映前广告、阵地广告等。映前广告包括贴片广告和影院映前广告。阵地广告主要为在影院范围内，通过 LED 显示屏、灯箱海报、电影票、X 架、KT 板、纸立牌模型、影厅冠名等方式播放或陈列的广告。

4、院线发行

公司旗下金逸院线从专业发行商取得影片一定时期内的在该院线所属影院的放映权，下发到所属的影院（加盟+直营）。

5、影视制作投资

公司以影院资源为依托、以专业评估为基础直接参与电影制作、发行的投资；同时通过投资影视制作公司，将业务延伸至电视剧业务板块及电影产业链最前端，增加影视投资机会。

（二）报告期内公司经营情况

2021 年，得益于国内疫情防控形势不断向好，电影市场逐步复苏，营业收入较上年大幅增长，但整体市场相比疫情前的 2019 年仍受供片特别是受进口影片供应的影响，加上多地局部疫情反复，公司经营业绩依旧亏损。报告期内，公司实现营业收入 1,362,427,039.66 元，归属于上市公司股东的净利润 -355,949,382.35 元。截至报告期末，公司总资产 5,304,882,963.12 元，归属于上市公司股东的净资产 514,727,341.78 元。

面对市场大盘未达预期及局部疫情反复的双重考验，公司继续秉承“展现电影魅力·传播电影文化”的经营理念，在公司董事会的领导下，全体管理层和员工秉持“同心同德、尽心尽责、问心无愧”的工作态度，积极进取，迎难而上，多举措创新经营，以将疫情的不利影响降至最低。

报告期内，公司开展的主要工作如下：

1、继续强化拓展管理，优化市场布局，提升优质项目储备

报告期内，公司继续加强与优质物业开发商的合作，挖掘市场布局空白点，加大优质项目拓展力度。

2021年，根据董事会既定的拓展战略，公司完成新开直营影城12家。截至2021年12月31日，院线旗下共拥有441家已开业影院，其中直营影院191家，银幕1,355块；加盟影院250家，银幕1,435块。院线实现票房185,991.02万元，比2020年上升140.84%，其中直营影院实现票房103,993.75万元，同比2020年上升89.04%；加盟影院实现票房81,997.27万元，观影人次2,327.67万。

2、整合营销方式，拉动会员增长

面对考验，公司为寻求突破，通过整合线上、线下各类营销渠道，组织策划各类主题营销活动，开展多元化经营，同时增加直播推广活动、异业合作领域的宣传，引进不同产业类别会员流量，拉动新会员增长，开源增收。

2021年，公司紧跟电商零售业态发展趋势，探索抖音生态，运用全国近200家的自有门店优势，每周通过开展原创视频的拍摄制作及直播平台销售票券的双向路径，进行抖音粉丝的建立，将自营渠道与抖音对接，进行直播营销，通过将观影次卡、电影票、卖品、第三方权益与会员卡进行各式组合打包销售，丰富会员权益，吸引新的会员群体，增加会员卡收入。

同时，加大线下商家联盟活动，各地影城因地制宜积极接洽其他商业品牌进行异业联盟，联合各自的会员权益，相互引流，丰富会员体验，提升会员人数及影城人次。另外，强化会员等级差异，提升会员体验，增加自有渠道用户使用率。

3、升级品牌形象，强化特色影厅布局

公司一直注重品牌筋骨的锻造。2021年，公司强化品牌形象，重新打造“活力、创新、有格调”的品牌形象，重点影城优先升级，其他影城逐步改造。报告期内，新开设的影城全部使用全新品牌标识，同时公司完成了4家重点影城的品牌标识升级改造工作。

同时，公司继续致力于给客户提供更高端、更具差异化的服务体验，并不断强化特色主题影厅布局，如床厅、情侣厅、按摩厅、儿童影厅、剧场厅等多功能影厅，旨在打破传统影院的思维进行经营创新，丰富观众的观影方式选择，打造观影暨娱乐的一条龙体验。报告期内，公司向持卡会员/注册会员推出IMAX、床厅等不同额度的立减活动，运用特色厅不同的观影效果，丰富会员的观影体验，强化会员对公司的观影印象。截至2021年12月31日，公司共有床厅21个、情侣厅7个、儿童影厅31个、IMAX厅52个、LUXE厅3个、CINITY厅7个、THX认证厅1个、4D厅12个、剧场厅1个。

4、升级传统卖品业务，提升卖品收入

为提升卖品收入，公司对传统卖品业务持续升级与创新，成效明显，SPP（单个观众平均卖品消费）多月实现正增长，具体如下：

（1）公司对卖品销售产品进行多元化升级，加强与知名饮品的合作，联合推出具有金逸特色的高品质果汁饮料、奶茶热饮、现磨咖啡等，丰富观众的饮品选择；与爆米花供应商联合开发爆米花类金牛产品，多彩缤纷爆米花共研发出7种口味，给观众带来非同寻常的视觉和味觉体验；紧跟销售热点，适时推出热

点衍生品活动。

(2) 公司对零售区域消费场景及产品外包装进行升级与创新，通过对产品外包装及不同口味食品重新包装组合定位，给顾客带来全新视听美食盛宴，提升观众的消费体验。2021年自主研发“爱影视手提包”替代常规爆米花圆桶包材，通过时尚可爱的手提包造型，提升顾客爆米花消费体验，提高爆米花购买率。

(3) 将电影文化+动漫潮文化+娱乐消费场景结合起来，打造全新影院情感社交新空间。报告期内精选全国优资网点搭建“电影+动漫”主题场景销售空间，联合开办Y0000SHOP衍生品手办店，2021年8月1日首店开业，截至2021年12月31日，共在深圳、上海、苏州、福州、成都、南京等地开业8家门店。通过北上广深Y0000SHOP开设布局及周期性举行全国金逸影城电影动漫周边衍生品活动促销节，拉动人次人均消费。

5、提升广告业务智能化、自动化水平，规范广告发布

为提升广告收入，公司加强自身资源整合，打造自己的广告及宣传商业平台，以规模优势吸引广告主。2021年公司更是全力提升广告业务智能化、自动化管理水平，规范广告发布管理，以提升广告发布体验，增强业务粘性。

6、利用终端优势，持续聚焦影视投资机会，拓展利润增长机会

报告期内，公司继续努力拓展影视制作投资及发行业务，截至2021年12月31日，公司参投并上映的电影共5部：《武汉日夜》《唐人街探案3》《猪猪侠大电影·恐龙日记》《俑之城》《你的情歌》，其中春节档的《唐人街探案3》取得了45.23亿的票房。

7、继续多举措降本增效，为公司持续发展积蓄后劲

公司继续深化全面预算管理，紧盯预算执行情况，面对多地局部疫情反复，公司合理分配资源，管控费用支出，推进降本增效。2021年，公司重视与新业主、供应商合作条件的优化，特别是出现重大公共卫生等不可抗力事件时的条件具化，且继续加强与已合作业主、供应商的租金减免谈判，以减少相应成本；同时持续优化项目建设方案，降低采购成本，有效控制项目建设成本。

8、加强绩效管理，促进业绩提升

2021年，为实现公司战略发展目标，公司采用科学管理方式对员工进行绩效提升及改善。遵循“科学合理，持续改进”的原则，将公司年度目标层层有效分解，通过季度和年度的绩效分析、改进和考核等方法，促进各影城完成年度目标任务，以提升公司业绩。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	5,304,882,963.12	2,663,654,060.49	99.16%	3,113,309,634.19
归属于上市公司股东的净资产	514,727,341.78	1,455,461,026.74	-64.63%	1,974,122,725.16
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,362,427,039.66	589,491,283.02	131.12%	2,068,936,987.64
归属于上市公司股东的净利润	-355,949,382.35	-505,957,287.98	29.65%	106,605,423.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-380,812,673.32	-530,600,639.78	28.23%	51,168,924.89
经营活动产生的现金流量净额	423,729,324.83	-80,443,517.56	626.74%	394,371,688.51
基本每股收益（元/股）	-0.94	-1.34	29.85%	0.28
稀释每股收益（元/股）	-0.94	-1.34	29.85%	0.28
加权平均净资产收益率	-27.57%	-29.40%	6.22%	5.34%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	482,847,174.07	278,756,375.21	225,969,405.15	374,854,085.23
归属于上市公司股东的净利润	16,794,230.66	-87,239,360.77	-129,264,138.38	-156,240,113.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,786,717.17	-99,871,062.67	-131,341,251.19	-155,387,076.63
经营活动产生的现金流量净额	299,236,757.95	-161,423,094.68	-1,909,301.34	287,824,962.90

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况**(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表**

单位：股

报告期末普通股股东总数	22,243	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,752	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
李玉珍	境内自然人	53.72%	202,150,502				
李根长	境内自然人	11.76%	44,249,498				
广州融海投资企业（有限合伙）	其他	9.52%	35,840,000	26,880,000			
JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	0.29%	1,108,842				

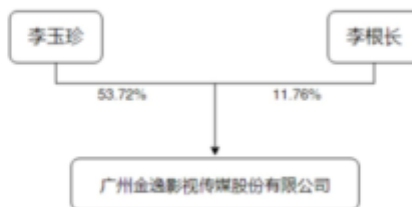
中国民生银行股份有限公司一元顺安元启灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.16%	593,340			
朱晓文	境内自然人	0.15%	563,900			
中国银行股份有限公司一招商体育文化休闲股票型证券投资基金	其他	0.13%	499,940			
成永彬	境内自然人	0.13%	490,224			
何玉峰	境内自然人	0.13%	477,800			
高华一汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	境内自然人	0.13%	470,600			
上述股东关联关系或一致行动的说明	李玉珍、李根长为兄妹关系。融海投资是公司董事、高级管理人员及核心技术人员持股平台。公司未知其他股东间是否存在关联关系，也未知其他股东是否属于上市公司持股变动信息披露管理办法中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东成永彬通过普通证券账户持有 108,400 股，通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 381,824 股，实际持有 490,224 股；公司股东何玉峰通过普通证券账户持有 330,100 股，通过上海证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有 147,700 股，实际持有 477,800 股。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

新租赁准则的影响

(1) 根据财政部发布的《企业会计准则第 21 号-租赁》(财会【2018】35 号), 公司执行新租赁准则后, 原来未在资产负债表内列示的租赁资产将确认为“使用权资产”和“租赁负债”, 因此将对资产负债表中的资产总额、负债总额, 利润表中的营业成本、财务费用、所得税费用、净利润等一系列财务指标产生较大的影响。在首次执行新准则的年度, 企业资产负债率将有较大幅度的增加, 期间费用也会增加, 进而对当期利润产生一定影响。但随着租赁负债未确认融资费用的逐年摊销, 租赁负债未确认融资费用产生的财务费用将逐年降低, 使用权资产折旧费用按直线法摊销, 则企业会呈现期间费用“前高后低”的模式, 企业总体利润也会出现“前低后高”的状态。

根据新租赁准则规定, 公司需对固定租金或有保底租金的租赁合同确认相关资产、负债, 因此本次调整将相应增加公司 2021 年期初资产总额及负债总额, 调整期初留存收益。同时, 如不考虑新增影城租赁情况, 公司预计执行新准则的第一年、第二年、第三年利润总额将有所减少, 第四年进入平衡期, 以后利润总额将开始逐年增加, 但期间内总体利润保持不变。

(2) 根据相关新旧准则衔接规定, 公司按照首次执行新租赁准则的累积影响数, 调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额, 不调整可比期间信息。公司自 2021 年 1 月 1 日起按新准则要求进行衔接会计处理, 按照新租赁准则的规范重新评估了公司主要租赁事项的确认和计量、核算和列报等方面, 根据首次执行日的累积影响数对财务报表相关项目进行调整, 具体调整情况详见本报告第十节财务报告“五、重要会计政策及会计估计、38、重要会计政策和会计估计变更、(3) 2021 年(首次)起执行新租赁准则整执行当年年初财务报表相关项目情况”。

广州金逸影视传媒股份有限公司

董事长: 李晓文

2022 年 4 月 13 日