

上海电影股份有限公司 关于 2023 年 1 至 7 月经营情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

上海电影股份有限公司（以下简称公司）积极持续贯彻上海电影（集团）有限公司以“精品内容、大 IP 开发、数字化转型”为核心的“十四五”战略规划，于 2023 年 5 月完成上影元（上海）文化科技发展有限公司（以下简称上影元文化）51%股权的收购，整合电影发行放映业务与大 IP 开发业务形成双轮驱动。

公司 2023 年 1-6 月营业收入预计为 36,000 万元至 39,600 万元，同比增长 90.07%-109.08%。

一、发行放映板块

2023 年 1-7 月（以下简称报告期内）中国电影市场快速恢复，全国电影票房 349.82 亿元（含服务费），同比增长 69.13%，恢复至 2021 年同期的 113.59%；观影人次 8.16 亿，同比增长 67.56%，恢复至 2021 年同期的 105.97%，上座率为 8.75%，较 2022 年同期提升 2.35 个百分点，共上映影片 345 部，较 2022 年同期增加 102 部。截至 7 月 31 日，2023 年暑期档票房 128.5 亿，大幅超越历史同期，单日票房连续破亿的影史纪录仍在不断刷新，中国电影市场全面回暖。

报告期内，公司旗下联和院线总票房稳居全国院线第三名，累计实现票房 28.53 亿元，同比增长 97.99%，恢复至 2021 年同期的 124.64%；观影人次 6.02 亿，同比增长 93.57%，恢复至 2021 年同期的 115.77%，上座率为 9.82%，较 2022 年同期提升 3.02 个百分点。截至 2023 年 7 月 31 日，公司拥有直营影院 50 家，368 块银幕，加盟影院 724 家，4597 块银幕，公司累计市场份额 8.16%，较去年同期提高 1.2 个百分点。在卖品业务等非票房业务方面，公司累计实现卖品收入较去年同期增长 205.48%，人均卖品收入较 2022 年同期增长 36.77%。

在 6 月 1 日至 7 月 31 日期间（暑期档期中），SFC 影投票房成绩居上海第一，其中上海影城（SH0 杜比剧场）自 6 月 8 日焕新升级开业以来，在两厅未开

的情况下，累计实现票房 1011.79 万元，恢复至 2019 年同期水平；SFC 上影影城（港汇永华 IMAX 店）票房领跑全国，上海第一。

二、大 IP 开发板块

上影元文化基于《大闹天宫》《葫芦兄弟》《黑猫警长》《中国奇谭》等 60 个知名经典 IP，对外展开多元合作，释放众多经典 IP 的巨大能量，打造 IP 运营“大中台”，着重发力新消费、虚拟现实交互等 IP 衍生业态。

在渠道端，上海国际电影节期间，《中国奇谭》沉浸式业态及 IP 衍生品销售已落地上海影城，带观众走入《中国奇谭》的中式奇幻世界；在消费端，“6.18”期间上影元文化携手京东推出《JOY 与小猪妖》宣传片和限定礼盒，探索国风 IP 和动画美学在新国潮趋势下的创新合作模式。上影元文化先后亮相全球授权展·上海站（LEC）、CCG EXPO 2023、QTX 潮玩展 2023 等展会，发起首个潮玩共创行动，与艺术家及近百家品牌合作共创百余款新品，其中，联合 PUPU 推出的系列国潮手办销售火爆；在游戏端，《中国奇谭》与《蛋仔派对》开启梦幻游戏联动，创造水墨国风与潮流蛋仔相遇的新篇章；在 IP 数字化开发领域，上影元文化与云渲染、数字人、算力服务等领域头部公司北京蔚领时代科技有限公司 7 月 27 日举行“IP 数字化创新生态合作”启动仪式，宣布推进沉浸式互动创新合作，发挥上影元文化在 IP、内容领域的深厚优势，共同探索数字文娱跨界融合的多元互动体验。

未来，公司将在夯实主业的同时，积极探索创新转型，加速推动公司转型升级，进一步提升公司的市场竞争力，为全体股东创造更多的价值。

三、风险提示

以上信息为公司初步统计数据，与定期报告披露数据可能存在差异，仅供投资者阶段性了解公司概况之用，敬请投资者注意投资风险。

上海电影股份有限公司董事会

2023 年 8 月 5 日