

证券代码：002739

证券简称：万达电影

## 万达电影股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>投资者关系<br/>活动类别</b>        | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他   |
| <b>参与单位名<br/>称及人员姓<br/>名</b> | 富国基金 高宇 中欧基金 曾浩仁<br>兴全基金 朱可夫 中信资管 吕明威<br>建银国际 陈咏娴 浦银安盛 范军<br>华安基金 张杰伟 人保资产 解骄阳<br>工银瑞信 曾剑宇 博时基金 付伟<br>中信建投基金 禹世亮 泰康基金 翟一柠<br>建信信托 卢博森 诺安基金 范钧毅<br>中国人寿 王晓娟、孙聪 建信基金 张爽<br>嘉实基金 刘美玲、李涛、赵钰<br>华夏基金 李佳嘉、顾鑫峰、贾静雯<br>中信建投 杨艾莉、蔡佳成、崔世峰<br>中金公司 张雪晴、焦杉 广发证券 徐呈隽<br>招商证券 顾佳、谢笑妍 东吴证券 周良玖<br>国海证券 姚蕾、方博云 海通证券 毛云聪<br>国泰君安 陈筱、陈俊希 华泰证券 周钊<br>申万宏源 林起贤、赵航 天风证券 曹睿<br>东北证券 钱熠然、张昊晨 华鑫证券 朱珠<br>首创证券 李甜露 华安证券 石月昊<br>中信证券 徐航 长江证券 高超 |

|                      |  |  |
|----------------------|--|--|
|                      | <p>中泰证券 康雅雯、田明昊<br/> 信达证券冯翠婷、李依韩<br/> 民生证券 陈良栋、李瑶<br/> 华创证券 刘欣、廖志国、吴婧<br/> 西部证券 唐可馨、冯海星</p>  | <p>国盛证券 顾晟<br/> 中邮证券 王晓萱<br/> 德邦证券 王梅卿</p> |
| <b>时间</b>            | 2024年3月22日 15:00-17:00   |  |
| <b>地点</b>            | 北京市朝阳区建国路 93 号万达文华酒店 7 层太极厅  |  |
| <b>上市公司出席领导姓名</b>    | <p>万达电影实际控制人 柯利明<br/> 万达电影董事长兼总裁 陈曦<br/> 万达电影董事、执行总裁 陈洪涛<br/> 万达电影董事、董事会秘书 王会武<br/> 万达电影董事 龚峤<br/> 万达电影副总裁、财务负责人 黄朔</p>  |  |
| <b>投资者关系活动主要内容介绍</b> | <p><b>一、董事长陈曦发言：</b></p> <p>2023 年中国电影行业迎来了全面复苏，票房和观影人次均实现了显著增长，全年总票房达 549.15 亿元，观影人次达 12.99 亿，创下近四年来的新高，说明电影产业整体复苏向好，公司对电影行业的未来发展充满信心。</p> <p>2024 年初万达电影控制权发生了变更。公司是电影行业非常优秀的上市公司，连续 15 年在票房、人次、市场份额等方面位居行业领先地位，而儒意深耕内容多年，经过双方业务协同和优势互补，相信万达电影将在内容制作、影片宣发、衍生产品、院线发展等方面迎来新的发展机遇。</p> <p><b>二、投资者交流环节：</b></p> <p><b>1、请介绍一下公司未来的发展战略？</b></p> <p>万达电影未来几年主要战略方向包括：</p> <p>(1) 继续拓展院线板块市场份额。万达影院的管理和运营效率业界领先，未来会继续坚持做好经营管理并在市场份额上寻求进一步发展，现在市场已具备较好的发展机遇，公司也会按照国家电影局发布的《“十四五”中国电影发展规划》要求积极践行分线发行。</p> |  |

(2) 不断提高内容板块产出能力。公司新任董事长在制片方面具有丰富的经验，而儒意影业在行业有丰富的资源，公司会借助新股东在影视内容研发、制作及宣发领域的优势实现资源共享和优势互补，制作出更多优质作品，增厚上游内容。公司也将结合自身优势在影片发行领域进一步发力。

(3) 公司将利用时光网平台重点发展衍生品业务。时光网是公司重要的业务板块，包括时光资讯、时光研究院、时光评分、时光观影团、时光衍生品以及时光待拓展的项目。公司已经做了充分的市场调研，未来将会和具有 IP 储备丰富的优秀公司在更多优质 IP 上进行合作,依托公司现有 900 多家影院，重点发展衍生品业务，提高非票房收入。

## **2、请介绍一下目前公司董事及高管的业务分工？**

董事长、总裁陈曦女士负责统筹万达电影整体业务发展，并重点分管影视制作业务板块、五洲发行及时光网板块；董事、执行总裁陈洪涛先生将继续分管公司院线业务；董事龚峤先生分管公司游戏业务板块；董事、副总裁、董事会秘书王会武先生分管公司证券及传媒业务；副总裁、财务负责人黄朔先生分管公司人财法工作。

## **3、新股东会为公司带来哪些赋能？公司和儒意如何进行业务协同？**

一方面是在内容制作端的赋能。陈曦董事长上任后为公司带来了优秀的制作人团队和制片管理过程中的丰富经验，继续深耕公司原来已经和正在开发的 IP，并结合“菁英+”计划积极培养新锐导演及编剧。公司会制定 3-5 年的发展计划，今年也会陆续看到一些作品。双方会加强业务协同，对于儒意主投主控的影片，本身就会释放一部份份额给对于项目有支持作用的影视公司或者宣发公司，而万达电影未来会把重点放在发行端，包括分线发行以及院线阵地的营销和宣传端等，公司对于儒意出品的电影就是很好的投资及宣发的合作伙伴。双方会通过多方面的合作实现资源共享和优势互补，充分发挥协同效应。

另一方面是在 IP 端的赋能，现在公司具有非常好的线下渠道，未来可以更多的衍生产品，公司会以时光网为基础，与 IP 储备丰富的公司加强合作，实现共赢。

除此之外，最近儒意在 AI 制作方面不断尝试并取得一定进展，希望未来能制作出优秀的 AI 电影作品在院线上映，进而促进提升万达院线的票房收入。AI 技术的应用预计将大大增加电影行业内容供给，对影院终端产生积极影响。

#### **4、公司影院规划的市场份额目标是多少？**

近年来凭借长期积累的经营管理优势和创新举措，万达电影市占率保持稳步提升。截至 2023 年 12 月 31 日，公司国内拥有已开业影院 905 家，7,546 块银幕，市场份额 16.7%，其中直营影院 709 家，6,156 块银幕。

目前电影行业正在快速恢复，公司会抓住机会，在保障影院质量和盈利能力的前提下继续大力拓展直营影院，对直营影院提质升级，今年也会和市场优质的商业地产开发商合作开业直营影院；同时公司也会在统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理的原则下发展轻资产业务。公司将结合市场情况以多种方式寻求扩大市场份额，目标是将市场份额提升至 20%以上，进一步提高公司行业地位。

#### **5、万达影视的影片上映计划和储备情况如何？**

万达影视主投主控影片《维和防暴队》已定档 5 月 1 日，主宣发及参投电影《白蛇：浮生》已定档 8 月 10 日，其他档期预计也会有影片上映，储备影片还包括与贾玲导演合作的《转念花开》、IP 系列电影《误杀 3》《唐探 1900》以及《点到为止》《寻她》《我才不要和你做朋友呢》等，公司也会持续和成熟的导演、主创合作推出更多优秀作品。目前公司参与出品待开机的项目超 15 个，争取以后各大重点档期都有万达电影投资的影片上线。此外，公司今年将重新尝试开拍即定档模式，这样可以有更多的时间去宣发，逐步向观众渗透。

#### **6、公司对于剧集制作的中长期规划如何？**

万达影视过去投资出品的《交错的场景》《四方馆》《完美证据》《暗影侦探》等剧集已拍摄完成，预计将于 2024 年播出。

公司和儒意的协同发展也提升了万达影视的剧集投资制作能力，近期上线的《追风者》取得了口碑和收视双丰收。未来公司在剧集制作的方向是重点发力头部剧集，也会和儒意持续在双方已有的重点 IP 领域进行合作，例如《折叠城

市》《黄卡》《熟人作案》《麒麟》等，目前已储备剧集有《检察官与少年》《黑夜告白》等。公司将延续《唐人街探案》《三大队》的 IP 打造形式，同步推出电影及电视剧，使 IP 影响力最大化。

### **7、公司如何对 IP 资源进行布局？**

公司有很多优质 IP，去年时光网开发的 LOOPY 系列产品入围了 2024 亚洲授权业卓越大奖，今年春节档的奶龙系列也受到观众的广泛喜爱。公司也有很多电影人物能够作为公司的 IP 进行衍生品研发，还有超过 900 家影院作为阵地，现在又整合了发行业务，所以公司认为时光网未来可期。

目前中国电影产业回收结构是大部分依靠着票房，只有极少的部分依托衍生品回收，和北美存在较大差距。公司将借力“包公系列”“西游系列”“白蛇系列”等动画电影重点发展衍生品业务。公司希望能够通过衍生品的开发，以及观众跟衍生品互动之间关系的粘度，让一个 IP 存活在市场上的时间更长，互动性更高。比如公司定于暑期档上映的《白蛇：浮生》，目前正在全力打造白蛇衍生品线，希望让观众通过衍生品喜欢电影，并持续跟踪这个 IP。未来公司也计划每一年或两年打造一部动画电影。公司会把这些 IP 授权给时光网，其他公司也可以授权给时光网，公司通过 IP 运营、衍生品研发生产及销售矩阵，全面扩大时光网品牌影响力及盈利能力，提高公司非票房收入的同时助力整个产业复苏。

### **8、公司卖品业务的增长点在哪里？**

公司去年推出的自有品牌“西打”系列饮品上市后口碑及销售情况都非常好，公司会继续加大开发自研食品饮料和其他产品线，推出更多新品牌新产品。公司下属每一家影城都相当于一个售卖场所，只要推出的品牌品质好，观众就会喜欢，就会成为公司在阵地的非票业务的增长点。

同时，公司的销售渠道并非仅限于线下影院，公司已经建立起有影响力的万达直播体系，拥有 35 个抖音直播账号，约 540 万粉丝，实现较好的线上销售收入。如果公司的产品在线上和线下同时售卖，公司做好品控，相信未来公司在非票收入方面会有比较明显的提升。

### 9、对公司游戏业务未来的发展及展望？

从整体行业发展来看，根据 2023 年 12 月游戏产业年会披露数据，游戏行业 2023 年收入首次超过了 3,000 亿，用户规模也达到 6.6 亿的历史新高。同时，去年游戏版号的获批也趋于稳定，整体行业逐步回暖并稳中有升。互爱互动作为万达电影旗下的游戏发行公司，在 2024 年 1 月 18 日于日本上线《圣斗士星矢：正义传说》后，该迅速攀升至 App Store 畅销榜 TOP3、Google Play 畅销榜 TOP4。2023 年全年互爱互动的海外收入实现较大增长，从 2019 年占公司游戏总收入的 8%，在 2023 年提升到 30%以上。公司将加大海外市场拓展力度，2024 年将在海内外发行《全职法师：猎人大师》《战斗法则》等优质游戏，预计 2024 年海外收入占比将进一步提升。

在业务协同方面，一方面互爱互动会和万达院线、时光网等体内公司进行更多合作，会在衍生品或院线广告做更多资源的投入和布局；另一方面互爱互动也会与儒意游戏实现优质产品的产品线合作，并与业内头部公司在 IP、渠道及发行区域合作，持续拓展业务规模，增厚利润水平。

### 10、公司映前广告业务的恢复情况如何？

映前广告作为院线业务一个重要的业务收入来源，去年恢复情况良好，今年以来进一步恢复，前两个月广告收入较去年同期实现较为明显的增长。映前广告与观影人次及票房规模息息相关，2024 年 1-3 月电影市场的持续复苏已经吸引更多品牌方投入映前广告进行宣传，预计公司 2024 年映前广告收入会实现进一步增长。

### 11、如何吸引更多观众走进电影院？

今年公司一直在探讨如何将年轻人带回电影院，公司希望能够用多种形式的放映以及空间改造，让大家感觉来电影院不只是看电影，而是把电影院当成一个时尚的潮玩领地，观众愿意周期性的来电影院打卡。比如电影院每个月会根据上映的优质内容，在阵地上跟片方做一些合作或者巡展，让影院能够变得丰富起来，具有多样性。

近年来，公司也一直在影院里开展各类创新业务，丰富影院阵地，积极组织

演出展览、赛事转播、儿童研学等活动。去年公司下属影院开展的游戏赛事转播活动不仅上座率高，也带动卖品销售增长。今年元旦公司和央视合作转播了维也纳新年音乐会，互动体验更强，受到乐迷的广泛关注。这些创新业务不仅使影院空间场景在非重大档期的利用率得到较大提升，也丰富了影院的社交场景，拉动多种年龄层人群进入影院。

### **12、公司后续运营成本是否会继续下降？**

过去三年，公司通过与业主方谈判协商、推出智慧排片系统、升级影城空间业态及设备、优化组织结构等方式，在租金、人员、能耗等各方面充分实现了降本增效。未来公司将推行扁平化管理、缩短决策链路，实现院线、影视、游戏、发行、衍生品等五大板块协同发展，利润率有望进一步提升。

### **13、对于澳洲院线后续是否计划出售？**

Hoyts 现有影院 61 家，银幕 1,621 块，为澳洲第二大院线，有超过 100 年的历史。目前整个澳洲电影市场已经恢复到 2019 年的 90%，整体经营情况较好。同时澳洲院线实行董事会管理，公司会在决策委员会上对其经营指标和日常工作进行管理，其独立运作情况较好。后续公司将根据整体战略发展规划再做进一步的安排。

### **14、如何看待分线发行对电影行业的影响？公司有什么规划？**

对于优质公司和优质内容，分线发行提供了一个非常好的发行模式及阵地，一是能够让好的影片根据影片类型及规模在市场上精准的找到对应观众人群，最大限度的释放票房；二是可以让青年导演的影片有更多影院阵地播放，能够让更多人看到他们的电影，为行业输出更多的人才；三是片方可以选择只在合规经营的优质影院放映，从而提升优质影院的上座率及单银幕产出。

去年已经有一些影片在尝试分线发行，但是行业还需要非常多的数据支撑。万达电影集优质内容、发行、院线于一体，长远来看有望从分线发行模式中受益。公司会积极推广分线发行，也会服务分线发行，目前分线发行已经在规划当中。

### **15、电影行业未来的发展趋势？是否会受到流媒体的冲击？**

2023年，中国电影市场实现票房549.15亿元，其中国产片票房达460亿元，已超过2019年，显示出中国电影市场强势复苏态势。目前，国内人均观影频次、平均票价较发达国家仍有较大差距，优质影片供给仍有待提升。国家电影局发布了《“十四五”中国电影发展规划》，大力支持中国电影产业的高质量发展。随着电影内容创作的多元化，众多优秀影片的不断推出，满足观众日益多样的精神文化需要，必将促进电影产业的持续繁荣和发展。

电影诞生于19世纪90年代，距今已经有140年的历史了。不管是电视剧还是长视频的普及，都没有影响电影在观众心中的地位，互联网长视频发展的重要十年（2009-2019），也正是中国电影市场的黄金十年。从电影的产品特性来看，除了电影作品所承载的文化内容外，影院所提供的观影体验、观影氛围也是电影不可分割的一部分。此外，电影还具有很强的公共文化属性，一个好电影上映时，会成为观众交流、抒发、共享观影感受的重要话题。正因为电影具有多重属性，观众通过网络平台、流媒体观影，获得感与在电影院观影是不完全一样的。所以公司认为影院所提供观众的观影体验、氛围和社交属性是难以取代的。流媒体与网络电影不会替代影院，而是以互补共存的状态给影视行业带来更多样化的收入来源。

### **16、公司对于AI领域的后续看法及规划？**

传媒行业终究要靠好内容好作品去催化，目前整个行业的降本需要技术的革新帮助，部分制作耗资规模较大、无法实现转化的IP，现在可以轻松转化。AI助力上游内容的大幅产出将为终端影城带来助力，观众可以看到更多种类丰富的、内容优质的影片，所以长期来看技术的繁荣将带来电影行业的繁荣。

目前很多电影制作成本很高，通过AI技术可以为内容制作带来投入成本及制作周期等多方面的降本增效，提升了电影的质量及叙事能力。AI作品的制作将会形成标准化及流程化，未来有很多具备内容原创能力的人及公司可以借助AI，在更短时间和更低成本内制作出高质量作品。上游产品的快速扩充，一定会带来中国电影产业更大的发展。

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
|                                    | <p><b>17、公司现在有院线，有投资，还有发行能力，以及 AI 赋能的战略，在制片人制度下如何创作出更多适合本土的优秀作品？</b></p> <p>公司现在坚持推进制片人中心制，相当于在全流程化的每一个流程端，除了满足导演的创作需求之外，剩下的就是公司去把控，无论是从产品立项上的把控，还是从内容品质上、艺术创作上以及审美上的层层方把控都非常严格，这样才能保证每一部作品的质量。</p> <p>近年来中国观众的观影偏好已经在逐渐发生变化，优质的国产影片更适应中国市场。在 AI 技术快速发展的时候，影片最终看的还是原创内容。公司希望将中国传统动画中的英雄形象进行 AI 出品，先满足中国观众的喜好，后续再将自己感兴趣的内容推向世界。</p> <p><b>18、如何平衡万达电影与儒意影视的业务发展及同业竞争问题？</b></p> <p>根据监管部门规定，自股权转让完成起 3 年内，儒意对于可能存在同业竞争的情形将持续采取积极有效措施，妥善解决相关事项。现在两家公司更多的是协同发展，针对儒意出品的电影及电视剧，万达电影可以优先投资并进行主宣发，提升公司上游实力。</p> |
| <p><b>附件清单</b><br/><b>(如有)</b></p> | <p>无</p>   |
| <p><b>日期</b></p>                   | <p>2024 年 3 月 22 日</p>   |