

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

公告编号：2024-012

广州金逸影视传媒股份有限公司 关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

广州金逸影视传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年4月12日召开第五届董事会第五次会议及第五届监事会五次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》，根据《中华人民共和国公司法》及《公司章程》的相关规定，该议案尚需提交公司2023年年度股东大会审议。现将有关情况公告如下：

一、情况概述

根据信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)审计机构出具的标准无保留意见的2023年度审计报告，公司2023年度合并报表实现归属于母公司股东的净利润为13,348,099.86元，截至2023年12月31日，公司合并报表未分配利润为-940,074,488.65元，公司未弥补亏损金额为-940,074,488.65元，实收股本为376,320,000股，公司未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。

根据《中华人民共和国公司法》及《公司章程》的相关规定，公司未弥补亏损金额达到实收股本总额三分之一时，需提交公司股东大会审议。

二、主要原因

2023年，受益于不确定因素影响消除，在市场放开后，随着“扩内需，促消费”政策措施持续发力，供给结构不断优化，国内消费市场整体稳步复苏，电影作为线下消费的重要场景，呈现强势复苏回暖态势。报告期内，公司随着行业复苏实现扭亏为盈，实现归属于上市公司股东的净利润13,348,099.86元，但尚不足弥补以前年度亏损。

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因系受不确定因素影响严重及适用新租赁准则所致，具体如下：

1、受不确定因素影响，2020年度、2021年度、2022年度，公司归属上市公司股东的净利润分别为-505,957,287.98元、-355,949,382.35元、-381,333,271.83

元，3年累计亏损达12.97亿元。

2、适用新租赁准则，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，2021年合并资产负债表未分配利润调减了585,226,741.64元。

三、应对措施

2024年，公司具体将从以下几方面开展经营活动：

1、持续提升存量影城盈利能力，动态调整增量影城拓展策略

公司依旧看好影院的主营业务，认定影院独特的社交属性依然是未来休闲娱乐的主流。

2024年，公司积极对开业年限长、设备及设施陈旧且营运能力及市场潜力佳的项目进行改造与升级；适当对市场经营环境发生巨大改变且无发展潜力的项目进行关停。

同时，谨慎拓展新的影院项目，新的影院需拥有完整商业配套、良好物业及周边的稳定客群。公司将继续加强与知名商业品牌的战略合作，以一、二线城市为优先方向拓展市场份额，拟新增影城5家，将重点选择租赁成本较低、商业配套完善、场景消费融合较好的商场进行入驻，布局优质的商圈，提升优质影院份额。

2、继续挖潜广告业务，增强广告业务收入

加强影城的屏幕资源整合，以规模优势吸引广告主，并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。维护现有老客户，稳定长期合作关系，开发新客户，从影城到同城到总部，层层深入提高公司整体的广告收入。

2024年继续将现有影城的屏幕（电视机/DID拼墙/LED海报电子屏/自助机屏）资源整合，形成庞大的广告资源库，按刊例价体系统一联系多家广告代理商入媒体库，以便广告公司推荐影城广告，提高广告主对影城屏幕关注度，吸引广告主进行投放。

同时，鼓励各影城利用节假日档期及影片旺季，通过公司公众号、抖音等多种线上宣传渠道，加强金逸影城及品牌的宣传推广，使更多客户更加了解影城的多项资源，深入挖掘当地潜在客户映前广告需求，并辅助各同城/影城整合自有多项媒体资源去接洽阵地广告。鼓励各影城寻找体积占地较小、人工成本少、符合影城主题生产链的设备进行业务合作；利用闲时影厅进行多场景合作，如：脱口秀、音乐会、文艺演出、临时性包厅活动阵地、赛事活动等等，增加阵地广告收入。

3、继续依托金逸电商，多线并行数字化建设

公司一直注重“金逸电影”微信公众号、小程序、APP等金逸电商矩阵的升级与推广，随着以抖音为代表的短视频平台崛起，公司加强与短视频平台合作，经历多年摸索，公司在“金逸影城+直播电商+短视频团购+达人推荐+品牌异业”逐渐找到了盈利方法及定位。

2024年公司将进一步加强金逸电商矩阵的建设，同时积极部署各短视频平台，扩大行业影响力。

4、激活影院空间，探寻“影院出圈”之路

走进影院的，不只是热衷院线电影的影迷，还可以是参与研学观影的学生、沉浸于《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》的歌迷、甚至是来到影院午休的公司白领。从大堂、走道、卖品区、放映厅，装修精美的影院本身作为独立的艺术空间存在，不断在空间创新，可吸引更多观众走进影院。

2024年，公司将从影院自身硬件条件出发，激活影院空间，探寻“影院出圈”的创新项目，为影院业务经营注入新鲜血液。

5、升级会员服务，激发会员活力，提升会员粘度

2024年，公司继续全方位打造会员生态体系，提升会员权益及会员增值服务。

公司通过与不同产业领域合作，探索更多的差异化服务模式，并在此基础上建立会员+跨界合作形式，充分发挥金逸影城的会员价值，不断为广大影迷提供更优质的会员服务。

另外，通过进行积分政策调整、增加线下会员权益、丰富会员衍生服务、积

分商城及会员指定购票优惠等措施不断为广大影迷提供更优质的会员服务，以充分发挥金逸影城的会员价值，提升会员身份认同感。引导会员重视积分功能，通过会员获得积分、使用积分、再获取积分的循环，以提高公司公众号、App 的浏览量，并促进会员的消费意愿。

6、加大优质影视投资，增加利润增长点

公司一直关注电影上游方面的合作，并充分发挥自身终端资源优势，积极拓展电影投资项目，多个爆款影片都有公司的联合出品，且都取得了良好的市场影响力。

2024 年，一是利用好公司的平台效应，全面深度的与业内主要制作、发行公司合作，增进彼此信任和默契，从而建立长期、稳定的合作机制，稳固公司在上游制作、发行的渠道关系，确保重要档期、重要项目，都能参与联合出品、或主出品；二是通过和上游制作、发行的深度接触，不断学习、了解影视自作流程、风险把控、渠道、演员、导演等，为开发自己的项目打下基础，力争自主独立开发、制作影视剧项目；同时相互参与到对方项目中，资源整合，形成良性循环趋势。

7、继续多措并举，降本增效，为公司持续发展积蓄后劲

2024 年，行业尚在复苏，所以减租谈判工作依旧是 2024 年的重点工作之一，公司将继续全力推进租金减免工作。

同时继续紧抓成本节约，从影城的能耗使用、空调水电、放映维修、消防维保，保洁清理等重点费用，根据影城体量制定具体目标，并跟踪进行达标管理。

8、进一步迭代、完善、优化培训体系

2024 年，培训将从以下方面进一步迭代、完善、优化培训体系：

- (1) 注重实践：增加实践环节，让学员在实际操作中掌握知识和技能。
- (2) 强化评估和反馈：建立更加完善的评估和反馈机制，及时了解学员的学习情况和效果，并根据反馈结果进行调整和优化。
- (3) 促进合作学习：运用系统中的社群，运用积分激励，鼓励学员之间相互交流和分享，促进学员之间的学习和成长。例如，组织学习小组、团队项目等。
- (4) 与业务结合：根据业务需求和变化，及时调整培训内容和方式，以更

好地支持公司的发展。

(5) 发挥内部专家：运用公司内部优秀人员的资源，邀请其成为讲师，在平台上分享专业知识和实践经验。

四、备查文件

- 1、《广州金逸影视传媒股份有限公司第五届董事会第五次会议决议》；
- 2、《广州金逸影视传媒股份有限公司第五届监事会第五次会议决议》。

特此公告。

广州金逸影视传媒股份有限公司

董事会

2024年4月16日