



广州金逸影视传媒股份有限公司

2024 年年度报告摘要

2025 年 04 月

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

公告编号：2025-008

广州金逸影视传媒股份有限公司 2024 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		
变更前的股票简称（如有）	无		
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及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，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

2024 年，受全球经济形势、不确定因素以及观众观影习惯变化等多重因素影响，中国电影市场面临着前所未有的挑战。报告期内，公司由于行业复苏不及预期及较高的固定成本业绩由盈转亏，实现营业收入 1,012,421,117.93 元，归属于上市公司股东的净利润-90,354,207.61 元。截至报告期末，公司总资产 2,971,249,978.76 元，归属于上市公司股东的净资产 75,482,484.90 元。

面对新的市场环境变化和诸多考验，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，为公司持续发展积蓄后劲。

报告期内，公司开展的主要工作如下：

1、继续依托金逸电商，多线并行强化新媒体营销，积极创收

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，注重加强与短视频平台合作。报告期内，公司继续立足自身发展优势，利用金逸自媒体矩阵，扩大异业合作，不断创新营销，扩大品牌影响力：

(1) 继续紧跟市场趋势，积极部署各短视频平台，报告期内主要以电影资讯热点、原创真人探店说电影、节庆营销、路演活动等为主进行短视频创作，2024 年以【金逸影城】、【金逸电影】账号在抖音分别发布 259 个、157 个视频，平均浏览量 1.2 万；在快手发布了 345 个视频；在微信视频发布了 347 个视频，微信视频号与微信公众号紧密相连，双向导流。

同时，与抖音平台进行直播及团购合作，2024 年抖音团购核销金额同比增长 25.92%。

(2) 报告期内通过对自营电商平台的持续升级及推广，自营电商票房产出占总票房的比例持续增长，已成为第二大影票交易渠道。

2、持续挖掘非票业务潜力，增强非票业务收入

报告期内，公司从以下方面深挖非票业务潜力：

(1) 卖品业务

报告期内，公司丰富现制食品，在爆米花基础上增加酷薯条、苦荞片/条、山药卷、虾片、果蔬脆等品类；试点烤肠等熟食类产品；自研开发柠檬可乐、柠檬茶、【可口可乐】品牌产品特调、现调红茶奶茶等饮料；进行 Emonee 衍生品联合开发、销售及档期影片衍生品销售；增加潮玩手办产品销售；联合供应商开展趣味互动营销活动；研发优化产品陈列的课程视频，提升影城陈列精美度。

2024 年，非可乐现调饮料销售同比增长 46%，现制轻食（含烤肠、关东煮、炸物等）销售同比增长 157%，衍生品（含 Emonee 及其他 IP 衍生品、档期影片周边）销售同比增长 78%。

(2) 广告业务

报告期，继续加强影城屏幕等广告资源整合，加大影城广告资源宣传，通过线上线下全渠道推广，层层深入提高公司整体的广告收入。

2024 年接洽了约 40 位海内外明星的应援活动，助力阵地/电子屏广告业务同比增长 111.22%。

3、激活影院空间，探寻“影院出圈”之路

影院的大堂、走道、卖品区、放映厅作为艺术的展示空间，不断进行空间创新，吸引更多观众走进影院：

(1) 报告期内，公司影城承接脱口秀/舞台剧/科学秀/诗词秀等演出近 1,000 场；

(2) 报告期内，公司有 10 家影城参与了巴黎奥运直播，有 10 家影城参与了由湖南卫视、芒果 TV 共同制作的《下一站歌手》2 期直播，有 9 家影城参与了 CS 反恐精英电竞赛事直播。

4、升级会员服务，激发会员活力，提升会员黏性

报告期内，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，通过积分政策调整、增加线下会员权益、丰富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，提升会员身份认同感。

2024 年，公司新增会员 79.78 万，会员票房占直营总票房比例同比提升 17.65%；金逸积分商城共完成了 8,245 单各类积分商品兑换，累计消耗积分 910 万分。

5、加大优质影视投资，增加利润增长点

报告期内，公司继续积极拓展影视制作投资及发行业务，截至 2024 年 12 月 31 日，公司参投并上映的电影共 4 部：《飞驰人生 2》《第二十条》《我才不要和你做朋友呢》《解密》，其中《飞驰人生 2》《第二十条》分别斩获了 33.61 亿元、24.29 亿元的票房，取得了良好的市场影响力。

6、持续提升存量影城盈利能力，提升优质影院观影体验

截至 2024 年 12 月 31 日，院线旗下共拥有 417 家已开业影院，银幕 2,658 块，其中直营影院 160 家，银幕 1,158 块，加盟影院 257 家，银幕 1,500 块。院线实现票房 163,872.05 万元，同比 2023 年下降 27.27%，其中直营影院票房 93,562.88 万元，同比 2023 年下降 28.28%；加盟影院票房 70,309.17 万元，同比 2023 年下降 25.89%。

报告期内，公司实施稳健的拓展策略，对 7 家优质存量影院项目进行改造与升级，提升观影体验。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，不断强化特色主题影厅布局。截至 2024 年 12 月 31 日，公司直营影院共有床厅 24 个、情侣厅 7 个、儿童影厅 30 个、IMAX 厅 52 个、LUXE 厅 3 个、CINITY 厅 6 个、剧场厅 1 个。

7、继续多措并举，优化成本结构

报告期内，公司继续全力推进租金减免工作，优化影城的能耗使用、空调水电、放映维修、消防维保，保洁清理等重点费用成本。

2024 年，能源费、清洁费、营销费、差旅费分别同比下降 8.07%、1.01%、18.75%、13.02%。

8、进一步迭代、完善、优化培训体系

报告期内，公司根据业务需求和变化，通过增加实践环节、强化评估和反馈、促进合作学习、发挥内部专家等培训方式，提升管理能力及管理水平，以更好地支持公司发展。

2024 年，通过强化 OBR 巡检核实培训效果、挖掘与复制可推广优秀工作经验，公司营运品质在品牌服务形象、宣传展示、卖品管理、设备保养、环境卫生、仓库管理、放映质量等方面进一步提升。

9、优化激励机制，驱动服务创新与业绩提升

2024 年，公司根据战略目标优化了《金逸影视绩效管理办法》《金逸影视激励管理办法》，同时制定与实施《金逸影视增效荣誉排行》，通过设立荣誉指标，明确努力方向，驱动服务提升与创新，进而增强市场竞争力，提升市占率。

荣誉排行通过精准表彰与奖励优秀表现，有效激发员工的内在动力，提升员工工作效率与积极性，为公司的可持续发展奠定坚实的基础。

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

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	2,971,249,978.76	4,040,982,051.75	-26.47%	4,511,067,989.31
归属于上市公司股东的净资产	75,482,484.90	155,823,766.30	-51.56%	142,651,429.77
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	1,012,421,117.93	1,365,912,514.10	-25.88%	855,990,301.88
归属于上市公司股东的净利润	-90,354,207.61	13,348,099.86	-776.91%	-381,333,271.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-269,552,816.34	-65,849,164.98	-309.35%	-476,984,194.12
经营活动产生的现金流量净额	156,367,456.17	458,233,095.19	-65.88%	268,427,223.42
基本每股收益（元/股）	-0.24	0.04	-700.00%	-1.01
稀释每股收益（元/股）	-0.24	0.04	-700.00%	-1.01
加权平均净资产收益率	-81.66%	8.94%	-90.60%	-117.67%

(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	368,298,488.63	195,348,733.94	263,055,780.84	185,718,114.52

归属于上市公司股东的净利润	17,946,942.00	-87,226,840.80	-38,680,640.02	17,606,331.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-5,525,482.68	-93,306,063.71	-65,645,446.36	-105,075,823.59
经营活动产生的现金流量净额	93,231,803.25	12,344,724.52	12,058,388.55	38,732,539.85

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	21,913	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	26,417	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（不含通过转融通出借股份）							
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	0	不适用	0	
李根长	境内自然人	11.76%	44,249,498	0	不适用	0	
广州融海投资企业（有限合伙）	其他	9.52%	35,840,000	26,880,000 ¹	不适用	0	
阿拉丁文化传媒（北京）集团有限公司	境内非国有法人	0.35%	1,300,000	0	不适用	0	
殷敏	境内自然人	0.23%	880,700	0	不适用	0	
陈鹏	境内自然人	0.19%	726,700	0	不适用	0	
王邵伟	境内自然人	0.17%	657,600	0	不适用	0	
王盟	境内自然人	0.15%	552,200	0	不适用	0	
陈瑞	境内自然人	0.14%	530,100	0	不适用	0	
邹玲	境内自然人	0.12%	455,000	0	不适用	0	
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）	公司股东陈瑞通过普通证券账户持有 80,800 股，通过长江证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 449,300 股，实际持有 530,100 股。						

注：1 广州融海投资企业（有限合伙）在首次公开发行股票时承诺：自持有的发行人股票在深圳证券交易所的锁定期届

满之日起，每年转让的股份不超过所持发行人股份总数的百分之二十五。

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

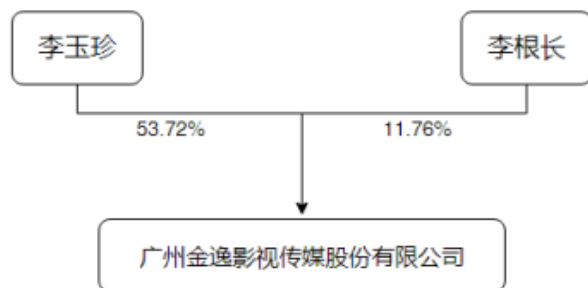
适用 不适用

(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

报告期内，公司与孙莉莉双方确认深圳市中汇影视文化传播股份有限公司（以下简称“中汇影视”、“标的公司”）无法在 2024 年 12 月 31 日前实现合格退出，孙莉莉回购公司所持中汇影视的股份条件已成就。根据《补充协议》《补充协议三》的约定，本着平等互利的原则，公司与孙莉莉就公司所持中汇影视 5,868,545 股股份（占中汇影视总股本 7.69%）的回购事宜签订《关于深圳市中汇影视文化传播股份有限公司之股份回购协议》（以下简称“《回购协议》”），对履行回购义务的主体、方式、时间安排、回购价款、回购价款的支付安排和违约责任等进行了详细约定。

公司于 2024 年 4 月 12 日、2024 年 5 月 23 日分别召开第五届董事会第五次会议、第五届监事会第五次会议、2023 年年度股东大会，审议通过了《关于签署〈股份回购协议〉的议案》，《股份回购协议》

已于 2024 年 5 月 23 日生效。

2024 年 8 月 27 日，孙莉莉根据《回购协议》出具《关于指定第三方受让中汇影视股份的函》（以下简称“指定函（一）”）。2024 年 8 月 29 日，公司与孙莉莉根据《回购协议》指定的第三方海南红鑫文化传媒有限公司（以下简称“红鑫文化”）签署《关于深圳市中汇影视文化传播股份有限公司之股份转让协议》（以下简称“《红鑫股转协议（一）》”），约定由红鑫文化以人民币伍仟万元整（小写：RMB 50,000,000.00 元）受让公司所持中汇影视 2,934,272 股股份。2024 年 8 月 29 日，公司收到红鑫文化第一笔转让价款人民币 2,500 万元；2024 年 8 月 30 日，公司收到红鑫文化第二笔转让价款人民币 2,500 万元。截至 2024 年 8 月 30 日，红鑫文化已支付转让价款共计人民币 5,000 万元。根据《红鑫股转协议（一）》，红鑫文化的支付义务已完成。

2024 年 12 月 25 日，孙莉莉继续根据《回购协议》出具《关于指定第三方受让中汇影视股份的函》（以下简称“指定函（二）”）。2024 年 12 月 27 日，公司与孙莉莉根据《回购协议》指定的第三方海南红鑫文化传媒有限公司（以下简称“红鑫文化”）签署《关于深圳市中汇影视文化传播股份有限公司之股份转让协议》（以下简称“《红鑫股转协议（二）》”），约定由红鑫文化以人民币伍仟万元整（小写：RMB 50,000,000.00 元）受让公司所持中汇影视 2,934,273 股股份。根据《红鑫股转协议（二）》，2024 年 12 月 27 日，公司收到红鑫文化第一笔转让价款人民币 2,500 万元；2024 年 12 月 30 日，公司收到红鑫文化第二笔转让价款人民币 2,500 万元；截至 2024 年 12 月 30 日，红鑫文化已支付转让价款共计人民币 5,000 万元，红鑫文化的支付义务已完成。

公司累计收到的股份转让价款已达到《回购协议》的约定，待《回购协议》约定的股份质押给公司，双方办理标的公司股东名册变更登记。根据《回购协议》《关于指定第三方受让中汇影视股份的函》（包含指定函（一）、指定函（二）），《回购协议》未尽事宜继续由回购义务方履行。

广州金逸影视传媒股份有限公司

董事长：李晓文

2025 年 4 月 11 日