



万达电影股份有限公司 2025 年半年度业绩预告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、本期业绩预计情况

1、业绩预告期间：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日

2、预计的业绩：☐ 亏损 ☐ 扭亏为盈 ☒ 同向上升 ☐ 同向下降

项 目	本报告期	上年同期
归属于上市公司股东的净利润	盈利：50,000 万元 - 56,000 万元	盈利：11,338.93 万元
	比上年同期增长：340.96% - 393.87%	
扣除非经常性损益后的净利润	盈利：45,000 万元 - 51,000 万元	盈利：8,647.93 万元
	比上年同期增长：420.36% - 489.74%	
基本每股收益	盈利：0.2362 元/股 - 0.2646 元/股	盈利：0.0520 元/股

二、与会计师事务所沟通情况

本次业绩预告相关数据是公司财务部门初步测算的结果，未经会计师事务所审计。但公司已就 2025 年半年度业绩预告有关重大事项与会计师事务所进行了预沟通，公司与会计师事务所不存在分歧。

三、业绩变动原因说明

1、2025 年上半年，在春节档《哪吒之魔童闹海》和《唐探 1900》等头部影片带动下，全国大盘票房 292.31 亿元（含服务费），同比增长 22.91%，观影人次 6.41 亿，同比增长 16.89%，国产影片票房占比为 91.2%。但第二季度电影市场明显回落，头部影片相对欠缺，4-6 月全国票房仅 48.42 亿元，同比下降 34.74%，



观影人次 1.20 亿，同比下降 34.60%，处于近十年较低水平，影院经营再次承压。

报告期内，公司不断整合优势资源挖潜赋能，持续优化业务结构，整体经营质量稳步提升，经营业绩较去年同期实现较大幅度增长。院线方面，公司国内直营影院实现票房 42.07 亿元(含服务费)，观影人次 0.82 亿，累计市场份额 14.4%，卖品毛利率同比提升 10 个百分点，门店费用及销售费用均同比下降。但受第二季度电影大盘较为低迷和影院经营固定成本刚性影响，国内影院第二季度出现一定亏损；澳洲院线票房和人次表现较好，经营业绩扭亏为盈。影视剧集方面，公司投资出品的《唐探 1900》《熊出没·重启未来》等影片先后于报告期内上映，取得较好的投资收益，游戏业务经营利润也保持稳步增长。

2、虽然目前传统影院业务收入受大盘票房影响较大，但 2024 年以来公司管理层持续探索业态革新，破局求变，致力于将影院转型为以文化消费和情绪共鸣为主线的线下综合性娱乐空间。2025 年上半年，公司将“超级娱乐空间”战略升级为“1+2+5”战略版图，即以一个超级娱乐空间为核心，同时并举国内与海外两大市场，联动院线、影视剧集、战略投资、潮玩与游戏五大业务板块，构建可持续的内容消费新生态，降低票房依赖风险，积极打造第二增长曲线，为公司业绩增长和长期发展注入新势能。

(1) 院线板块，公司持续升级放映设备，推出五星级影城体系，预计将在 2026 年底完成五星级影城的全激光影厅部署，同时深入发展“影院+”模式，提高影院大堂坪效，与《第五人格》《光与夜之恋》等头部 IP 开展联名主题活动，严选放映的同时积极拓展电竞、赛事直播、演唱会等多元内容供给，吸引更多观众走进影院。6 月 16 日，公司开启“超级娱乐权益日”活动，合计发放 100 万份超级娱乐大礼包，吸引了超过 40 万用户观影。公司还将进一步加强总部与旗下澳洲院线 HOYTS 在电影、非票、广告等方面的业务协同，共同促进优秀电影的商业交流。截至 2025 年 6 月 30 日，公司国内拥有已开业直营影院 705 家，6,121 块银幕，HOYTS 拥有影院 62 家，536 块银幕。

(2) 影视剧集板块，公司坚持“内容+人才”双核驱动，一方面以超级 IP 为核，以品质制作为基，以创作表达为脉，以未来想象为翼，四位一体，构建面向观众的内容体系，另一方面进一步深化人才体系，通过“跃幕计划”与“菁叹计划”扶持行业新生力量，助力中坚力量。电影方面，公司投资出品的《恶意》《聊



斋：兰若寺》《长安的荔枝》《南京照相馆》《奇遇》《有朵云像你》已定于暑期档上映，《寒战 1994》《蛮荒禁地》《转念花开》《我们生活在南京》《浪浪人生》《复仇的决心》《西游记真假美猴王》《包公传-铡美案》《三国第一部：争洛阳》《水浒 1:风雪山神庙》《保你平安 2》《欢迎来龙餐馆》《志愿军第三部》《惊蛰无声》《流浪地球 3》等影片也将陆续与观众见面；剧集方面，《检察官与少年》《黑夜告白》《遇人不熟》《喜剧之王》等剧集已进入排播阶段，《万古最强宗》《耀眼》《龙骨焚箱》正在拍摄，《折叠城市》《黄卡》等剧集也正在积极筹备中。

（3）战略投资板块，公司依托超级娱乐空间，凭借自身的场景优势、IP 优势和资金优势，围绕产业生态协同进行投资，孵化一系列超级品牌，拓展新消费市场的同时与品牌共享估值提升带来的收益。报告期内，公司先后与好运椰和 52TOYS 达成股权及战略合作，截至目前已开设 33 家好运椰门店和 105 家 52TOYS 合作专营店，并将携手日本知名商社三井物产（中国）有限公司及 FURYU 株式会社引入大头贴机、扭蛋机等互动设施，不断丰富影院场景，提高非票业务收入。与此同时，公司推出全新自研饮品牌体系——情绪零食“三口小时光 TimiSnack”和主打健康水饮的“H2O TALKS 与水说”，除了在万达影城销售外还将逐步走出影城，全面布局线上线下全渠道。

（4）潮玩板块，子公司影时光已构建多元化的 IP 资源库，包括公司自有影视及游戏 IP、全球头部授权 IP、原创自有 IP 及艺术家共创 IP，通过商业化合作从产品销售、客流转化、商业体消费带动放大 IP 价值。影时光全新孵化三条潮玩品牌和两大原创 IP，其中三条品牌线包括穿戴潮玩品牌“毛绒色界”、AI 养成系毛绒品牌“萌心物语”和与艺术家合作的家居潮玩品牌“栖境”，两大原创 IP 包括以电影首发创造出的潮玩 IP “MOMO&FRIENDS”和共感虚拟偶像团体“Vexel”，同时推出专属于潮玩的数字确权平台 Rtime LinK，预计将于 7 月底在时光网平台上线。公司将聚焦 IP 打造多元化生态体系，结合自身在影视内容及影院渠道的资源优势，创造 IP 价值新周期，不断满足消费者情绪价值。

（5）游戏板块，子公司互爱互动依托公司的全产业链资源，以“跨界打造超级 IP，进军全球市场”为战略，积极响应国家文化出海，以本土化营销为触点，加大游戏海外发行力度，将陆续上线《变形金刚：新纪元》《乔乔的奇妙冒险》《全职法师》《我为歌狂旋律重启》《SPINE》《彩京》等多款 IP 游戏产品，也将



不断加强与其他板块的协同，持续挖掘影游联动的潜力，打造创新性的互动影院体验。

3、2025 年下半年，电影行业内容储备较为充足，影片题材类型丰富，随着暑期档《恶意》《聊斋：兰若寺》《长安的荔枝》《你行！你上！》《南京照相馆》《731》《东极岛》等国产热门影片和《F1：狂飙飞车》《名侦探柯南：独眼的残像》《侏罗纪世界：重生》《超人》《坏蛋联盟 2》等进口影片的陆续上映，有望激发观众观影热情，推动电影大盘热度不断回升。同时国家电影局和中央广播电视总台共同推出的“中国电影消费年”活动也将在暑期推出一系列电影消费惠民举措，为广大观众观影提供优惠，进一步提振市场活力。

四、其他相关说明

本次业绩预告是公司财务部门初步测算的结果，具体财务数据以公司 2025 年半年度报告披露的数据为准，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

万达电影股份有限公司

董事会

2025 年 7 月 15 日