

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

公告编号：2022-030

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 2022 年 5 月 24 日召开第四届董事会第十三次会议及第四届监事会十三次会议，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 2022 年第一次临时股东大会审议。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 2021 年度审计报告，公司 2021 年度合并报表实现归属于母公司所有者的净利润为-355,949,382.35 元，截至 2021 年 12 月 31 日，公司合并未分配利润为-572,089,316.68 元，公司未弥补亏损金额为 572,089,316.68 元，实收股本为 376,320,000.00 元，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

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因系近两年公司受疫情影响严重及适用新租赁准则所致，具体如下：

（一）疫情影响

1、受疫情影响，2020 年根据各地疫情防控及行业监管要求，自 2020 年 1 月 24 日起，公司旗下近 200 家直营影院及公司子公司广州金逸珠江电影院线有限公司旗下加盟影院全部暂停营业，直至 2020 年 7 月 16 日，国家电影局发布《关于在疫情防控常态化条件下有序推进电影院恢复开放的通知》，明确低风险地区在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下可于 7 月 20 日有序恢复开放营业，才逐步按照各地疫情防控要求陆续复工复产，停业时间近半年，直接影响了公司

的经营收入，但公司仍需承担相应的固定成本，导致公司 2020 年利润亏损多达 505,957,287.98 元。

2、2021 年，得益于国内疫情防控形势不断向好，电影市场逐步复苏，营业收入较上年大幅增长，但整体市场相比疫情前的 2019 年仍受供片特别是受进口影片供应的影响，加上广东、江苏、河南、甘肃、内蒙古、黑龙江、陕西等地疫情反复影响，公司最高时有 40 家自营影城（占全部直营影院的 21.51%）处于暂停营业状态，直接影响了公司的经营收入，但公司仍需承担相应的固定成本，导致公司 2021 年依旧亏损 355,949,382.35 元。

（二）新租赁准则影响

1、根据财政部发布的《企业会计准则第 21 号-租赁》（财会【2018】35 号），公司执行新租赁准则后，原来未在资产负债表内列示的租赁资产将确认为“使用权资产”和“租赁负债”，因此将对资产负债表中的资产总额、负债总额，利润表中的营业成本、财务费用、所得税费用、净利润等一系列财务指标产生较大的影响。在首次执行新准则的年度，企业资产负债率将有较大幅度的增加，期间费用也会增加，进而对当期利润产生一定影响。但随着租赁负债未确认融资费用的逐年摊销，租赁负债未确认融资费用产生的财务费用将逐年降低，使用权资产折旧费用按直线法摊销，则企业会呈现期间费用“前高后低”的模式企业总体利润也会出现“前低后高”的状态。

2、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

2022 年，疫情反弹影响犹在，为增强公司抵抗疫情影响的能力，公司除继续提升自身影城的盈利能力外，将着重加强整个产业链各业态的营收及平衡。公司具体将从以下几方面开展经营活动：

1、专注主营业务，增加优质影城数量，加大知名商业品牌合作

虽然持续受疫情影响，但公司依旧看好影院的主营业务，认定影院独特的社交属性是未来休闲娱乐的主流。

疫情当下，公司在影院项目的选择上将更为谨慎，2022年，公司拟新增影城15家，对部分评估回收期偏长的影城不再进行投资，优先设置以一、二线城市为主，或以优质的商圈项目为主，并加大与知名商业品牌的强强联手，减少新开业影城票房体量不稳定性。

2、依托金逸电商，多线并行数字化建设

公司一直注重APP自建，2022年公司将继续加强抖音生态的搭建，积极开辟微信生态，运用全国近200家的自营门店，进行抖音粉丝及微信生态的建立拉新。

3、引进复合式餐饮，升级多元化社交环境

近年来，为满足顾客多元化的消费体验追求，具备强社交基因的“电影+餐饮”的复合模式，主打“全时段观影+餐饮”理念，成为影院的天然引流入口。

公司将引进多元的复合式餐饮，延长顾客在影院的时长及次数，打破票房营收天花板，强化社交场景，为餐饮利润带来更高营收。2022年计划精选4家影城推动讲食天地-港式餐厅项目。

4、继续打造全新影院情感社交新空间

2022年，计划再联合开设20家YOOOOSHOP衍生品手办店。同时，其他的门店还将全部通过使用无人售卖模式或设立专卖货架的方式设置衍生品手办销售空间。通过结合把电影档期+法定节假日档期+动漫潮cosplay作品展有机结合，为提供顾客全新观影前后体验，促进新零售产品品项的消费。

5、加大影视投资，打造全产业链影视集团

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。鉴于公司与业内各方长期的良好合作，未来可考虑向剧本开发、联合制作、

发行等方向发展，实现业务链延伸，增厚公司利润。

6、继续多措并举，降本增效

全力推进租金减免，结合市场份额及利润率，给各影城重新设置租金谈判目标。所有影城均需全力以赴推进减租谈判工作，力争将租金降低至目标值，周周汇报进度，确保整体成本控制。

同时紧抓成本节约，对影城的能耗使用、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，并跟踪强制达标管控。

7、完善线上培训体系，加强人才梯队123建设

受到疫情影响，企业培训在需求、内容、形式、效果评估等方面都发生了变化，公司培训中心针对新的挑战，对公司培训项目做了重新调整及设计。

2022年，公司将继续完善线上培训体系，从平台便利性、内容自制性、运营完整性三大关键性方面开展。线上培训课程更多以“专业的实操视频、案例、工作经验分享及领导力培养”为主要载体，并结合课后跟进完成率，同时对于人才梯队人选会结合线下重点培训，通过线上线下混合式学习，来快速提升潜力人员的能力及加强人次梯度建设。

四、备查文件

- 1、《广州金逸影视传媒股份有限公司第四届董事会第十三次会议决议》；
- 2、《广州金逸影视传媒股份有限公司第四届监事会第十三次会议决议》。

特此公告。

广州金逸影视传媒股份有限公司
董事会

2022年5月26日