

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

公告编号：2023-010

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2023年4月13日召开第四届董事会第十七次会议及第四届监事会十七次会议，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2022年度审计报告，公司2022年度合并报表实现归属于母公司所有者的净利润为-381,333,271.83元，截至2022年12月31日，公司合并未分配利润为-953,422,588.51元，公司未弥补亏损金额为953,422,588.51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

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因系近三年公司受不确定因素影响严重及适用新租赁准则所致，具体如下：

（一）不确定因素影响

1、受不确定因素影响，2020年根据各地及行业监管要求，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，国家电影局发文，明确部分地区在电影院各项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，得益于国内不确定因素逐渐消除，电影市场逐步复苏，营业收入较上年大幅增长，但整体市场相比经营正常年度 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、陕西等地不确定因素反复影响，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。

3、2022 年，受不确定因素影响严重，电影的有效供给不足、市场波动、票房缩水，中国电影产业发展面临严峻考验，市场规模未到正常经营年度 2019 年的一半，相较 2021 年也有较大跌幅，公司经营业绩依旧亏损 381,333,271.83 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

2023年，公司具体将从以下几方面开展经营活动：

1、积极拓展优质新项目，提升项目质量

面对经济增速放缓，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。

2023年，公司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10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。

同时，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。

2、挖掘广告业务潜力，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。

2023年将现有影城的屏幕（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，利用公司公众号、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，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，“金逸影城+直播电商+短视频团购”逐渐找到了落地方法及定位。

2023 年公司将继续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、继续引进复合式餐饮,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,成为影院的天然引流入口。

2022 年因受不确定因素影响,计划未能如期实施,2023 年在不增加额外的租赁成本下,运用现有的影院场地,计划精选 4 家影城推动講食天地-港式餐厅项目,以复合模式主打“电影+全时段+餐饮”理念,强化社交场景,满足顾客多元化的消费体验追求,延长顾客在影院的时长及次数,打破票房营收天花板。

5、继续打造全新影院情感社交新空间

2023 年,计划再引进 4-6 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。

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。

2023 年,公司将继续发挥终端优势,积极拓展优质影视剧投资机会,降低投资风险,巩固与创造新的利润增长点。

7、继续多措并举,降本增效,为公司持续发展积蓄后劲

受不确定因素影响,经济增速放缓,行业尚在复苏,所以减租谈判工作依旧是 2023 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。

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十七次会议决议》；
- 2、《广州金逸影视传媒股份有限公司第四届监事会第十七次会议决议》。

特此公告。

广州金逸影视传媒股份有限公司

董事会

2023年4月15日