

证券代码：002739

证券简称：万达电影

万达电影股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>股东大会暨投资者交流会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	现场参与公司“2022年年度股东大会”的股东及机构投资者 机构参会名单如下： 中金公司 张雪晴 中欧基金 曾浩仁 招商基金 程泉璋 中信保诚资管 段又茵 幸福人寿 董 博/曹 茜 国寿安保 李 丹 银华基金 王 翔 君康人寿 蔡鑫鹏 光大永明 杨赫尘 国海证券 姚 蕾/方博云 中信建投基金 禹世亮 中信资管 吕明威 宏利基金 陈富坤 招商证券 沈敏迪 广发证券 徐呈隽 神农投资 赵晚嘉

的提高，消费者观看电影的需求在逐步增加，消费升级将带动观影人次、影城数量、影片质量同步升级。从内容端供给角度来看，中国电影行业的制作和内容开发水平都已与国际化接轨，开发-制作-发行-观众接受程度等全流程均逐步走向成熟。

(3) 档期的集中度是和票房大盘正相关的，票房的提升伴随着日常档期的增长。黄金档期的票房增长空间有限，促使大档期会逐步向周末发展。在这个过程中，万达院线端一方面将会协助优秀影片发行，做好宣传保障观众留存度；另一方面，也要把观众吸引到影院，除了优质的内容外，还要提供触点可以触达观众。万达将紧抓重点档期，高度关注周末档期，大力开展异业联动、大客户合作、电商转化、直播营销等多样化活动。

2、从疫情到现在公司市占率及市场份额逐步提升，其未来展望和主要驱动力？

答:2023 年上半年万达电影市占率为 16.8%，未来将稳步推进拓展工作，抓好每一档，每一天，每一片。我们的核心关注点并非市占率，而是经营效率、质量及利润回报率。目前公司采用轻重并举策略，今年将会重点发力轻资产项目，该板块市占率从去年的 0.4% 增长到了今年的 1.4%，预计未来 3-5 年内轻资产业务将每年保持提升。

3、万达电影是否将处置澳洲的电影院线，是出于什么样的考量？万达影视业绩承诺未达标，目前尚未采取注销或延期等方式，后续计划是什么？万达集团未来是否还会继续减持公司股票？万达电影前期与陈思诚导演深度合作，为什么没有投资《消失的她》？

答：(1) 公司持有的 Hoyts 是澳洲第二大院线，产业恢复速度较好，2022 年已经实现扭亏为盈。目前澳洲和北美在电影市场是联动的，随着供给和系列 IP 的内容增多，澳洲院线业务也在逐步恢复。公司是否处置 Hoyts 要根据公司整体发展战略，从本着有利于股东利益的角度进行考虑。

(2) 万达影视 2022 年受疫情影响较为严重，之前 2020 年经过与股东协商业绩承诺延期一年，同时，在重大资产重组盈利预测补偿协议中，也明确约定了如果遇到不可抗力的外部因素影响，可以由各方协商进行调整。针对现阶段的承诺履行方式及处理办法正在研究及协商中，如果有结果会第一时间报董事会、股东大会审议并披露。

(3) 根据《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》，在任意连续九十个自然日内，大股东减持，采取集中竞价交易方式的，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之一；采取大宗交易方式的，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之二。公司将严格遵守相关法律法规，切实保障中小股东权益。

(4) 受疫情冲击影响，万达影视将经营导向由以投资为主转变为自主研发、主投主控为主，《消失的她》并非公司主投主控项目。公司与陈思诚导演合作推出包括唐探系列、误杀系列、《三大队》等影视作品，后续还将继续保持合作。

4、万达集团发展版图中，万达电影的定位和意义是什么？和过去相比是否发生变化？

答：中国电影行业是在 2003 年左右开启影城改造和院线制建设，而万达集团也是从 2004 年开始进入电影行业，既是看中行业，也是看中和万达商业的紧密结合，电影院已成为大型商业设施中独特的组成部分，电影票房在 2019 年前基本保持了年均 30% 的增长态势。目前电影行业虽然发展进入平稳期，但行业内部仍在不断更新迭代。我们也在根据消费的升级，商业的特点，技术的更新，内容的变化同步转变经营模式和营销推广模式。从商业发展来看，万达集团对电影行业是充满信心的。

5、万达电影今年的投资计划？

答：（1）影院部分：近两年公司在投资战略上重点关注资产质

量而非规模，直投影院从每年 50-60 家缩减到了 10-20 家，每家影院投入大约 1000-2000 万元，并在 2022 年关闭了 33 家亏损的影院。公司投资侧重最优质的影院、地段和商业广场，其余可以采取品牌输出模式，减少投资规模，从而使公司更游刃有余地规划资产。目前直投影院主要定位在一线和新一线城市的标杆项目，结合当地经济发展产生聚拢效应，今后也将在这些区域加大开发力度。其余区域将采取轻资产投资模式，并将当地客群引流至线上 APP 及小程序，助力公司全国性布局规划。

(2) 影视部分：因疫情原因，万达影视前两年着重研发项目及开发版权，储备了较多电影项目，其中《三大队》《我才不要和你做朋友呢》《维和防暴队》等市场期待较高影片预计将于年内择机上映。此外，公司和贾玲导演合作的《女大佬》，和文牧野导演合作的《神舟》，军旅题材的《未来请你来》《重案检察官》等项目正在顺利推进中，爱情、合家欢等多种题材的多部影片也在积极筹拍中。在电视剧方面，《最灿烂的我们》《叱咤之城》《画眉》等均处于制作或待播环节。借助三大平台全面复苏机遇，今年《他是谁》取得了开门红的好成绩，公司储备项目的丰富性和多元性起到了良好效果。未来我们将借助市场复苏的东风加大影视投资，力争在大银幕和网络上多点开花。

6、目前非票业务和创新业务的发展规划和目标？行业内优质影片的供给情况？未来进口片及国产片的排片比例？国内电影的开机情况？不同类型 IP 的开发计划？剧集目前线上平台售价情况？

答：（1）非票业务：一是在商品环节，过去卖品较为传统并且受限于影院场景。针对此，公司卖品板块一方面和区域公司共同开发了具有地方特色的商品组合，另一方面注册了“原始鲜言”饮料商标，面向年轻客户群在 4 月推出了“桃桃西打”气泡水，产品市场反响热烈。除饮料系列产品外，未来公司将在高端休闲零食板块打造自有品牌，并继续推进与良品铺子等知名品牌的合作。二是在人气打造阶段，

加强影院空间场地的利用，包括承接演出、赛事、宴会、新品发布等活动的场地租赁，在提升产出的同时带动卖品销售。公司后续会持续规范化、多元化、标准化、规模化进行全国推广。三是将研学概念引入影院场景，通过电影+音乐、旅游、文化、时尚、餐饮等与各行业跨界整合，让年轻人走进影院内参加多种多样的营销活动。目前公司已经开发了两个自有课程，在江苏区域推广的反响不错。四是预约放映及影展，通过打造线下同好的交流场景，加强用户体验及互动玩法。五是衍生品，时光网目前推出大国重器、国风国潮、潮玩手办、影视IP系列四个赛道的衍生品，通过与国内知名设计师、工作室进行合作，提升衍生品市场认可度。

(2) 影片供给：行业影片供给数量、定档时间已经恢复到了市场的正常水平，国外影片基本上能够同步引进。进口片票房不佳的原因一是传统进口片受众的消费习惯因疫情受到一定影响；二是部分进口片叙事手法传统，观众审美疲劳；三是国产片质量逐步提升。不过目前已上映的《铃兰之旅》《灌篮高手》等引进片票房较好，后续即将上映的《碟中谍7》等影片的票房也值得期待。

(3) 开机情况：常态化后自主定档影片集中定档，单片票房释放不充分，只有头部影片完成了盈利目标，部分影视公司原定的影片上映后回收投资再进行下一轮投资的计划受到影响。现阶段《人生大事》《扬名立万》等影片给到电影行业的启示是题材要不断创新才能满足市场需求。中国电影的年轻创业者，有着不同于老一代的表达方式、科技手段，丰富了电影的多样性。

(4) IP 开发：①唐探系列一定会做下去，《唐探 1900》目前在筹备当中，唐探 2 网剧也将于线上播出，音乐剧、话剧已经授权，后续随着新的形式开发，唐探 IP 将继续创造价值。②误杀系列在悬疑领域表现很出色，误杀 1 和误杀 2 票房都超过 10 亿元，误杀 3 是陈思诚导演亲自创作的项目，后续也会持续去开发该 IP。③新类型的 IP 题材目前也在储备过程中，部分项目有望在年底或者明年投入生产。公司针对小而美的爱情题材及其他容易形成小爆款的项目储备也非

	<p>常充分，《人间告白》《我才不要和你做朋友》《给我一杯忘情水》《我在另一个世界爱你》等项目均在拍摄开发过程中。</p> <p>(5) 近些年剧集的价格变化波动较大，三大视频平台在降本增效后，价格回归理性，并更注重作品质量。今年在《狂飙》成为爆款后，各平台都开始发力。同期，《三体》的播出带动了科幻题材的热潮，万达也将紧跟热潮推出“折叠”系列科幻剧集。</p> <p>7、影院行业在疫情下为什么没有出现倒闭潮？也没有发生大规模的并购和整合？在市场增速相对缓慢及热钱退潮的情况下，公司如何提升市占率？商誉后续是否有减值风险？</p> <p>答：（1）没有出现倒闭潮的主要原因是院线租赁期较长，投资规模较大，不会因为短期的盈利不佳就出清，浮动租金模式下票房压力也相对有限，疫情期间推出了相应减租政策可以降低损失。</p> <p>（2）公司注重经营效率，目前公司银幕占比约 9%，而市占率大于 16%，单银幕产出是行业平均水平的近 2 倍。一方面得益于公司专门开发的大数据系统，每日推出科学合理的排片组合；另一方面加大了轻资产的发展力度，加快公司三四五线城市布局。</p> <p>（3）商誉减值：目前国内电影市场恢复良好、游戏版号已规律发行，公司对影视板块发展较为看好，减值风险较低；澳洲院线自收购至今经营状况较好，尚不存在减值风险。</p> <p>8、万达会员的情况和私域运营情况？</p> <p>答：万达电影近两年专门梳理了会员系统。一是星级会员，按照消费积分提供不同权限；二是 W+权益会员，目前人数已达 50 万，收入增长潜力巨大；三是 APP 会员，在万达 APP 改版后，其功能定位变更为泛生活、泛娱乐、泛社交，会员数从 3000 万增长到 5100 万，拉新的 DAU 提升成果显著；四是私域会员，目前已超 140 万，后续仍有很大空间可以继续挖掘。</p>
附件清单	无

(如有)	
日期	2023 年 6 月 30 日