

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

广州金逸影视传媒股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2018-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	天风证券：冯翠婷 鹏华基金：贺宁 国泰君安：苗瑜、陈融 招商证券：罗玉琨、王岩 银河证券：穆歌 鼎诺投资：葛云霄 国元证券：易永坚
时间	2018-7-19 下午 3:00-4:30
地点	礼顿酒店五楼会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：许斌彪先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次活动主要采用解答投资者提问的方式进行，本次活动的会谈纪要如下：</p> <p>一、公司董事会秘书许斌彪先生介绍公司情况：</p> <p>公司于 2017 年 10 月 16 日成功登陆深交所中小板。公司秉承“展现电影魅力·传播电影文化”的经营理念，以电影院终端业务发展为主体，逐步向发行、制作上游业务以及电影后产品、银幕广告等衍生业务发展，拓展影视传媒产业链，提高运营服务水平，建立全国性连锁影院业务网络，巩固行业领先地位，为观众提供最舒适的观影环境和最佳的视听体验，努力将公司</p>

打造为国内一流影视传媒集团。2018年，公司主营业务没有发生太大变化，依旧以电影放映业务为主，同时开始积极尝试电影投资及影院衍生业务。电影行业相对比较透明，票房数据公开可查；除了票房之外，公司也在努力做一些衍生方面的增值开拓，以期与同行相比形成差异化的利润增长方向。

目前影院竞争比快速发展的年代激烈很多，各家都在迅速扩张，而公司作为行业内的老牌公司，有自己独到的优势——如品牌美誉度、商圈合作、经营经验等，且对于扩张公司有自己的思考，前几年增长比较慢，今年重新回到扩张阶段，以保持市占率。

二、交流环节

Q1、现在同行业公司的增速都比较快，这两年都在抢市场，公司未来是怎么规划的？

A：公司今年影院发展数量可能会超过前三年自营开业的总和，年初董事会提出目标是2018年拟投资新建影城50家，计划投资10亿元。但影院的建设进程和实际开业数量受很多因素影响，包括招商进度、物业、消防验收等，具有不确定性。公司影院项目布局集中在一二三线城市，前些年因战略考虑有意放缓增速，但是先发优势依然存在，今年也会大大超过前两年的速度。

Q2：金逸以前布局是在一线二线居多，三四线城市的发展布局是怎么考虑的？

A：经济比较发达的三线城市公司也会布局，未来随着城市化进程加快，影院消费的需求也会增长。

再往下沉，人口基数增长缓慢，市场有限，独家有保障，但可复制性强，新进入的影院会快速分流原有影城份额，竞争比想象的要难。另外基于管理的考虑，在单独的地方布一个点，管理链条会拉长。中国电影市场空间足够大，全部占满是不现实的，未来公司还是考虑去经济发达的沿海地区加大布局力度。

Q3：非票业务是怎么考虑的？

A：非票业务对所有影院来说都是未来重点。目前影院同质化很严重，放映进入门槛和议价能力都很难形成太大差异，主要是非票溢出能力。公司

的影院集中在一二三线城市、有消费能力的地方，品牌美誉度高，这块业务在行业内还有着独特优势。

2018 年，公司主动出击，成立了商业零售中心，颠覆卖品的概念：一方面，从增加效益的角度，引入能增加效益的产品；另一方面，从完善用户体验的角度，公司希望能让观众做更多的停留和体验。总体来说，非票业务是公司未来主要发力的方向之一。

Q4: VR 体验中心今年的收益如何？

A: 目前来看，VR 体验厅还旨在丰富及提升用户体验，尚未被归类到利润增长点。VR 肯定是未来的方向，但是过程还漫长，现还处于初级阶段。公司会积极引入提升及丰富用户体验的前沿科技，但是效果还有待考量。

Q5: 公司 1 季度营收增长低于市场预期的原因？

A: 主要原因就是前三年开店非常少，整个市场的零头都不到，三年加起来 25 家左右。

Q6: 加盟业务的布局？

A: 加盟业务的不确定性比较强，如果有的话大概每年 30-40 家，加盟影院对利润的贡献比较少，所以这块业务公司也会去发展，但不会刻意为了加盟而改变公司原来的策略。

Q7: 能否谈谈租金在成本中的占比情况？

A: 这两年租金跟早期比涨了很多，这是整体的趋势，因为行业竞争加剧。随着观影习惯常态化、收入提升和平均票价稳定，观众消费概率比原来更大，非票收入增长一定程度上可以抵消租金的上涨。

Q8: 现在很多影城平时观影人数少，行业进入洗牌阶段，您怎么看这种现象？

A: 一二线城市人口增长稳定，可能会被摊薄，但是不会像三四线城市产生很大的冲击，优胜劣汰在三四线更激烈。未来大公司大规模并购小影城可能性不大，除非是小影城自己抱团取暖。现在市场上好的项目要价很高，不好的项目的又鲜有人问津。

Q9: 今年上半年公司新增影院多少家？

A: 10 家左右，可以在公开渠道中查到。

Q10: 整个行业来看, 电影票价没有上升, 原因是什么?

A: 主要是竞争。现在看电影的人数和频次都多了, 对行业来说是好现象, 票价这两年已经稳定在平均 32、33 块。前两年票补拉低了观众的票价预期, 观众对票价心理修复后票价也就稳定了; 另外还有一些影院竞争恶化, 票价低于成本价, 但影院长期这样很难持续经营。综合这些因素, 电影票价应该没有下降空间了。卖品可能会涨一些, 国外的卖品支出高于票价, 这也可能会成为国内未来的发展趋势。

Q11: 公司存量影城升级情况?

A: 国内影院风格变化比别的国家快很多, 公司影院风格早期都是偏美式的, 近几年亚洲影院风格趋于时尚化和多元化, 公司会根据消费者口味做一些提升, 所以每年会保持一定量的升级, 主要是对面装进行更新, 同时对空调及消防设施进行检修, 以提升用户体验。

Q12: 放映设备、银幕需要换吗?

A: 这些将大大影响观众的用户体验, 肯定需要适时提升。公司预期影院设备及荧幕大概有 10 年左右的使用寿命, 从这个角度来说, 更新并不会对公司形成压力。过去从胶片机变革成数字机时的革新压力会比较大。

Q13: 现在打造杜比、IMAX 的成本是多少?

A: 目前和设备方是以分成的模式合作, 会增加分账成本, 公司做过测算, 整体收益能覆盖多出的成本, 总体来说这样的提升会提升观众忠诚度。

Q14: 卖品的情况如何?

A: 卖品主要是爆米花, 但观众对可乐的接受度不高, 饮料需要多元化, 同时套餐也需要多元化。

Q15: 公司跟其他院线在竞争选址方面, 主要是看价格吗?

A: 价格是主要的因素之一, 但也要看实力、运营能力等。

Q16: 您怎么看今年暑期档票房?

A: 今年预期会比去年有增长, 18 年开局不错

Q17: 明年新增影院的资金来源有规划吗?

A: 根据目前的现金流状况, 纯粹的影院建设资金是足够的。

Q18: 公司投资影片有什么标准?

	<p>A: 公司主要在影片后期进行投资, 此时影片成片已出, 公司再根据多年的行业经验会去判断影片的质量、票房, 目前已参投了一些爆款, 虽然份额不大, 但收效高, 所以公司投资影片的基本判断力还是有的。</p> <p>投资者: 感谢公司的接待。</p> <p>金逸影视: 谢谢各位投资者!</p>
附件清单	无
日期	2018年7月19日