

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：2022-01

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	中金公司 张雪晴、焦衫、杨宁 中欧基金 曾浩仁 华安基金 张杰伟 嘉实基金 赵钰、王鑫晨、张泓 泰康资管 翟一柠 工银瑞信 曾剑宇 中国人寿 孙聪
时间	2022年2月16日 10:00
地点	万达电影会议室
上市公司接待人员姓名	万达电影董事长、总裁 曾茂军 万达电影董事、副总裁、董秘 王会武 万达电影证券事务代表 彭涛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、春节档大盘票房不及 2021 年的主要原因是什么？2022 年电影行业的总体情况如何？</p> <p>答：今年春节档是影史同档期第二，大盘票房与 2019 年基本持平，公司实现票房较 2019 年同期增长超过 10%，恢复好于全国水平。今年春节档上映影片类型相比 2021 年不够丰富，合家欢喜剧题材偏少，对整体票房产出有一定影响。2022 年国产影片储备充足，进口片预计也会有多部上映。</p>

2、公司各业务板块发展规划如何？

答：公司未来 1-2 年的发展规划主要为：（1）院线板块市场份额继续保持提升，目前除了个别大档期受溢出效应影响之外，公司市占率基本维持在 15%以上，单银幕产出显著高于行业平均水平，经营优势明显；（2）内容板块利润贡献逐步提升；（3）创新业务不断增加，逐步形成规模效应，形成新的增长点。

院线端，公司经营优势比较明显，优质影院数量不断增加，经营规模继续保持稳步扩张。公司计划每年自建影院 60-70 家，发展轻资产影院 50-100 家，通过轻重并举的发展策略提高市场份额。新建影院方面，除了万达广场影院之外，对于非万达影院公司会减量提质，加强和一、二线城市核心区域的重点开发商合作，重点拓展公司高端品牌寰映影院；同时公司会加速落地轻资产项目，提高整体抗风险能力，持续提升市场份额，从而进一步提升行业影响力。在新建影院的同时公司也会进行动态调整，评估关停低效影院，提高公司整体资产质量和盈利能力。

内容端，2021 年公司主投主控的《唐探 3》《误杀 2》取得了很好的票房成绩，未来公司希望内容板块的利润贡献度逐步提升。2022 年公司内容储备也比较丰富，各个档期都会积极布局，除了跨年上映的《误杀 2》之外，由魏翔、马丽、常远主演的《哥，你好》已经定档 4 月 30 日上映，是一部有温情的喜剧片，抗疫题材的《没有一个春天不会来临》、科幻题材的《外太空的莫扎特》、情感青春题材的《想见你》、主旋律题材的《维和防暴队》以及《天星术》等多部公司主投主控的电影计划年内上映。

除此之外，公司在传统电影业务之外将开展更多创新业务，过去两年主要在部分影院进行试点，今年开始会逐步扩大规模。剧本杀方面，2022 年公司会从内容创作、发行、渠道全产业链开展，万达影视将 IP 授权剧本杀合作，影院通过自营、联营等模式运营。公司也会继续推动多功能影厅的拓展，未来公司希望能把万达影院升级为小型综合娱乐体，创新增收。

2021年,“十四五中国电影发展规划”首次提出了“鼓励开展分线发行、多轮次发行、区域发行、分众发行等创新业务”,未来行业也会探索分线发行可能性。公司线下布局广,市场份额不断提升,分线发行也可能为公司发展带来重要机会。

3、公司非票房业务恢复如何?

答:公司卖品业务恢复较好,特别是今年春节档期间卖品业务表现突出,人均消费(SPP)达到11.2元,创历史新高,卖品收入与2021年基本持平。公司对春节档提前进行规划和布局,全新推出了“吾皇万睡”虎年系列毛绒玩偶、胖虎系列盲盒、如虎添翼钥匙扣等商品,受到广大消费者的喜爱和欢迎。目前公司衍生品主要分为四个系列,影视动漫系列、国风国器系列、大国重器系列和潮流手办系列,公司也会总结春节档经验,继续加大商品研发,探索更多创新商品在影院销售,不断提高卖品收入。

公司广告业务2021年受疫情影响恢复相对较慢,也对公司整体业绩产生了一定影响。2022年公司会加大与重点客户合作,目前公司广告业务恢复较好。

4、如何看待未来票房档期分布的趋势?档期聚集是否会持续?

答:我们认为目前的档期聚集效应是疫情影响下的非常态现象,主要原因是疫情增加了影片上映的不确定性,所以很多影片集中选择档期上映。影片需要根据自身特点和属性选择上映时间,不应该盲目选择档期,而且大档期通常竞争比较激烈,不能有效释放电影的票房潜力。

5、过去两年疫情对影视拍摄和制作进度有一些影响,2022年内容供给是否会短缺?

答:国产影片供给比较充足,一方面前两年受疫情影响很多影片未能上映,影视公司在IP储备和剧本开发上进行了大量储备,有

利于拍摄及制作出更多优质影片；另一方面，疫情加速行业出清，头部公司影片储备数量多、类型多，预计未来行业发展向头部集中，内容质量和成本更加可控，更有利于行业健康发展。

海外影片的生产制作受疫情影响较大，停工时间较长，数量和质量都有下降。目前已基本恢复正常，预计今年进口片供给会逐步恢复，但档期存在一定不确定性。

6、澳洲院线经营情况恢复如何？

答：从单片驱动来看，2021年第四季度《蜘蛛侠3》上映时澳洲院线票房水平可以恢复到比2019年略高，但目前澳洲电影市场整体内容供给仍显不足，今年3月会有多部影片上映，预计澳洲院线恢复水平进一步好转。

7、行业长尾影院出清情况？公司市场份额如何能持续保持提升？

答：由于疫情影响下单银幕产出下滑较大，经营效率分化，资金储备不足和运营效率不高的影院经营压力加剧，预计行业出清会持续。

疫情以来公司保持市场份额的不断提升，一方面是行业出清的同时公司在影院数量上保持稳步增长，另一方面是公司经营能力和核心竞争力的持续提升。公司发挥院线终端优势，针对重点影片、重点档期推出各类独家营销活动；同时疫情期间与京东、苏宁、中国联通等企业跨界合作打通会员权益，有效拉动了人次和票房增长；除此之外，公司长期依托大数据进行经营管理和精准营销，市场份额呈现明显提升趋势。

8、疫情后公司成本端是否有下降？

答：疫情后公司成本端有一定下降，主要由于公司对租金偏高的影城进行重新谈判，降低保底租金或改成分账租金模式；增加协

	议补充条款，如果发生不可抗力造成影院停业，可以按停业天数减免租金；此外关闭部分亏损影城，降低经营成本。
附件清单（如有）	无
日期	2022年2月16日