

北京光线传媒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 type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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	通过进门财经参与公司本次交流活动的投资者
时间	2022年4月22日
地点	公司会议室以线上会议方式召开
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理王长田先生、财务总监曾艳女士、董事会秘书侯俊先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、本次业绩预告修正的情况说明</p> <p>本次业绩预告修正是因为公司投资的两支基金：上海华晟领势创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“华晟领势”）、上海华晟领飞股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“华晟领飞”）的财务核算方法发生调整。自2021年1月1日非上市企业全面执行新金融工具等准则，基金的投资项目按公允价值计量且其变动计入损益。</p> <p>前次业绩预告产生较大波动并非公司的主观故意。本次修正的不利影响不涉及公司目前的现金状况，不涉及公司主营业务及核心竞争力，不涉及公司日常项目的正常推进。公司的业务本身十分健康，基金公允价值的波动带来的财务数据的变化并不能准确反映公司实际运营和基金收益情况。</p> <p>公司对两支基金的投资合计为7.52亿元，已通过现金分红回收4.93亿元，仅剩2.59亿元投资尚未收回。这两支基金的业绩总体来说还是不错的，自2020年开始陆续有投资的项目IPO成功，基金持有的相应上市公司的股票价格在2020年有大幅上涨，至2020年末归属于公司份额的累计增值额为82,254万元。2021年，受市场波动影响，上述相应上市公司在经</p>

过 2020 年的股价大幅上涨后，市值出现一定回撤。截至 2021 年 12 月 31 日，经历回撤后，华晟领势和华晟领飞的累计投资回报倍数仍分别保持 1.63 和 1.94 的较高水平，预计未来仍有望为公司带来可观的收益回报。

目前，公司电影项目储备丰富，资金充足，能够保障公司的正常经营。前期公司对疫情迅速做出反应，所以目前的电影投资规模可控，风险较低，收益可靠性高。2022 年，公司已上映的电影包括《狙击手》《十年一品温如言》和去年 12 月 31 日上映的《以年为单位的恋爱》；4 月 29 日将会上映《我是真的讨厌异地恋》；8 月 4 日将会上映《我们的样子像极了爱情》；同时，《深海》《茶啊二中》已经送审，动画电影还有《冲出地球》《大雨》，预计会在年内上映；《扫黑 拨云见日》《坚如磐石》等正能量电影预计也将在年内上映。《哪吒 2》《大鱼海棠 2》《姜子牙 2》在推进中，公司的动画电影项目会继续保持国内领先地位。

网剧、艺人经纪业务的发展势头很好。公司的网剧项目如《拂玉鞍》已制作完成、待播出；其他项目也在按部就班的推进中。同时，公司正在成为国内一线的艺人经纪公司。

二、互动问答

Q1: 公司对于真人电影、动画电影以及剧集的资源分配规划？未来我们对这些板块的贡献是怎样的期待？在这两年疫情影响下，全市场上映的优质影片数量受限，请问我们如何看待电影市场目前的项目供给和储备？

A1: 公司虽然处于动画电影行业的领先地位，但由于动画电影制作周期长、制作难度大、主创人员稀缺，导致产量要迅速扩大并不现实。现在公司是齐头并进地推进很多项目，预计正常情况下每年推出 2-3 部左右的动画电影。公司依旧是以真人电影为主的电影公司，在真人电影方面储备非常丰富，公司不断提高真人电影项目的标准，尤其在剧本打磨上的时间比较长，尽可能保证每个项目的成功率。

目前市场上的影片供应状况不理想，主要有以下原因：1. 整个行业的资金状况出现较大问题，社会资本的投入也在减少，导致很多项目不能按预期推进；2. 疫情导致很多拍摄计划无法完成，这也导致制作难度加大、制作周期加长，很多公司暂缓了拍摄计划；3. 审查总体趋紧。以上原因在

短期会有一些影响。

Q2: 近期疫情对公司动画电影、真人电影的拍摄和制作进度是否有影响?

A2: 疫情确实会有一些影响,比如去国外拍摄的行程无法按照原计划进行;因为艺人被封闭在某个区域,导致无法进行拍摄;以及有的拍摄地点无法进入,也影响了拍摄计划。整个行业都在受影响,能生产出来的优质影片就成了稀缺产品,现在不是娱乐过剩的时候,是短缺的时候,所以克服困难、加快生产是正确的选择。这种情况下有项目储备和剧本扎实就尤为重要。

动画电影受到的影响是有些制作环节需要人员集中沟通,或人员需要出差交流,会因为疫情无法进行。

Q3: 如何激励动画电影团队?

A3: 公司的动画生产制作体系是一个比较复杂的体系,第一,彩条屋是公司 100%持股的子公司,在公司内部作为厂牌进行管理,其和被投资的公司进行合作,公司投资了超过 20 家动画公司,其中有 7 家动画制作公司。第二,公司成立了一个新的动画厂牌—光线动画,主要目的是对神话宇宙进行规划和管理。目前神话宇宙的世界观已经基本完成,大的故事、人物、时间节点已初步规划完成,正在进行首批电影的制作,以光线动画为核心,并和外部的其他动画公司或个人团队进行合作。两条线共同推进,以期每年有 2-3 部左右的动画电影上映。

不同的系统激励机制不一样,对于投资的公司,主要是在这些公司内部的激励,公司厂牌则采取厂牌化的激励机制。短期激励以团队为对象,长期激励是公司化的整体行为,是多重的激励方法。公司已经实施了两期员工持股计划,同时今年也公布了回购股票用于员工持股计划或股权激励。

Q4: 电影观影集中在几个大档期,对电影开播计划影响如何?

A4: 市场正处于不正常的情况下,导致不同的档期市场波动比较大,观众的观影习惯受到了一定的影响,主要体现在春节、十一等重要档期票房比较集中,同时票房又过多的向头部影片集中。

对公司会有一些影响,但也存在两面性:一方面,在重要档期公司不

缺席，通常会安排投资比例较高甚至全资的影片上映，即使有时票房表现不是特别理想，但是高投资比例也很容易带来较高的回报；另一方面，公司会尽可能地重新定位，在平常的档期竞争没有那么激烈，可能会获得较多的排片，对小体量影片来说，这样的观众数量和票房规模已经可以实现相对比较好的收益。

Q5：电影内容产业链的成本端的变化趋势如何？

A5：演员片酬有上限规定，执行规定产生了一定的效果，加上平台购买价格下降，委托制作和定制剧的增加，使剧集的成本有较大幅度的下降。

电影各环节价格还处于上升阶段，是一个相对市场化的阶段。我们相信，行业最终会找到解决这些问题的办法，一般依靠市场自身的调节就可以完成。

公司的方法是对某一些类型、成本比较低的影片增加产量，比如青春爱情、喜剧、小型社会题材影片；培养新人成为影片主创团队和主演。比如《你的婚礼》采用新导演和公司培养的艺人做女主，取得了超过7亿元的票房；即将上映的《我是真的讨厌异地恋》和8月4日将上映的《我们的样子像极了爱情》也同样是公司的艺人和新导演。这些影片成本较低，一旦票房表现良好，就很容易实现盈利，还会有版权收益作为补充。

Q6：疫情对行业竞争格局是否可以起到优化作用，我们的竞争优势是否有相对提升，特别是在动画电影行业？

A6：疫情给行业竞争格局带来了很大的改变，当行业处于增长期时，很多公司都可以分一杯羹；但疫情以后，业务准备不足、项目管理不善、营销能力不强、资金实力不够都会对业务产生很大影响。虽然市场规模缩小了，但公司层面的竞争者也减少了。

公司的优势是专注于电影内容，储备了大量的项目，每年有稳定的产出。网剧业务经过近几年的发展，也取得了一定的进展，能够作为公司收入的有益补充。同时，艺人经纪收入增长也比较快，艺人又给公司带来参与外部项目的机会，改善了业务收入结构。公司的收入不完全依赖于电影，是疫情时期公司的重要优势。

Q7：光线的神话系列缺少独家产权，过去几年出现了很多跟风的动画

电影，对这个问题怎么看？

A7: 表面来看 IP 确实不是公司独有的，但每一个作品形成的形象、品牌的价值却是独有的。比如哪吒，虽然大家都可以做，但公司的人物形象、性格、关系是无法替代的，这就形成了自己的 IP 价值，不是表面意义上的哪吒这两个字，而是意味着非常具体的形象特征。我们在用电影重新梳理中国的神话史，未来神话宇宙包括人物系列、故事系列等，看起来是别人在其作品上也可以反映，但当我们的作品以这种形象、人物关系、IP 之间的关联来形成体系的时候，就会和别人区分开来，就会发现它的价值。

Q8: 我们都知道光线是一个非常好的公司，未来如何实现量级的提升？

A8: 第一，依赖于公司主营业务的拓展，不能好高骛远，扎扎实实做好现有业务，等待机会。这些机会可能包括行业整合、并购、新的投资、参与互联网平台的建设等，只有在主营业务做好的情况下才有机会。第二，敏锐的观察，尽早地发现行业新的机会，包括视频网站、元宇宙、NFT 等。第三，公司有充足的资金准备，在机会到来的时候有能力去抓住机会，在这一点上公司一直有所准备。量变到质变的时点还不明确，但公司会积极准备，不错过时机。

Q9: 公司后续如何平滑市值法带来的业绩波动？

A9: 近期资本市场的表现不太稳定，处于上涨之后的回撤阶段，基金已经投资的上市公司项目的股价下跌较多，但从更长的周期来说，基金带来的收益大概率是正向的，未来会有退出收益和分红收益。

Q10: 请问这几年影视行业受疫情政策等影响，理论上是公司这样的行业龙头份额提升的好时机，看项目储备的确业内领先，但还是能看到不少黑马爆款占了不少票房份额，公司如何看市占率提升的天花板？

A10: 近几年的电影市场爆款电影虽然占了较大的市场份额，但存在不稳定性，可遇不可求。一方面，我们追求有影响力的头部作品，同时要做好腰部作品，保证成功率和有足够的数量去形成市场覆盖，共同形成市场占有率。另一方面，大体量头部爆款也有特点，我们也一直在做研究，积极参与创作容易出爆款的社会题材、主旋律影片等，在没有大爆款的情

	<p>况下，也可以通过数量较多的腰部作品或头部偏后的作品来形成市场占有率。美国最大的电影公司市场占有率大概是 20%-30% 的规模，公司连续多年市场占有率保持在 20% 以上，高的时候接近 40%。</p> <p>Q11：电视剧、经纪业务有哪些进展？</p> <p>A11：目前有几部网剧已与视频网站达成合作，正在前期筹备之中，例如《大理寺少卿游》《春日宴》等。剧集项目可以和电影共同消化版权的成本，同时获得一定的收益，但利润规模会比电影小的多。</p> <p>公司在艺人经纪业务方面发展势头强劲，持续进行优质艺人的培养，有一批艺人已经具备男一和女一的实力。</p> <p>Q12：请问扬州项目进展如何？</p> <p>A12：扬州·中国电影世界中的扬州影视基地为 PPP 项目，公司对该项目的投资总体较少，投资风险较低。扬州影视基地一期工程包括 19 个摄影棚、3 个酒店、1 栋综合办公楼以及影棚附属建筑。其中 19 个摄影棚已全部完成土建主体结构封顶，包括超级水景基地的室内水景摄影棚这部分，正在进行内部设备安装、装修工作。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 4 月 22 日