

证券代码：300133

证券简称：华策影视

浙江华策影视股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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	序号	参会者姓名	机构名称
	1	张家琦	东吴证券
	2	张祺昌	天治基金
	3	许鹏飞	弥远投资
	4	冯强	三鑫资产
	5	洪慕玲	准星基金
	6	葛翔	恒越基金
	7	吴桐	山西证券资管
时间	2023年8月24日		
地点	公司会议室		
上市公司接待人员	董事会秘书：张思拓 证券事务代表：毛婷婷		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司经营发展情况</p> <p>公司创始团队创业于1992年，三十余年始终围绕内容赛道，2010年上市，目前是国内影视制作龙头企业，已构建起以电视剧、电影内容为核心，战略发展动画、音乐、艺人经纪、版权运营、国际新媒体、整合营销、影城</p>		

等细分领域业务的全产业生态体系。公司于行业深度调整周期完成商业模式转变，实行“无预售不开机”政策，公司现金流得到持续健康发展，截止 2023 年 6 月底，公司货币资金和交易性金融资产合计余额为 50 亿元。

二、介绍公司各板块业务经营发展情况

剧集业务自行业调整以来发生了深刻的变化：（1）通过国家引导和行业自律，行业产业链价值更加健康，艺人价格显著下降，制作成本占比提升，全市场内容质量提升明显，公司也提高了开机立项的内部标准。（2）产业链价值的优化，下游渠道通过提高内容采购效率实现了盈利，全行业的商业模式明显改善，进入健康发展阶段，下游平台客户更加理解、尊重内容。（3）行业的整体需求在发生变化，走向圈层化经营。目前从需求端看，平台采购量相对稳定，公司基于市场变化，坚持聚焦头部，为客户创造价值，市场策略上，更多去争取版权剧，提升盈利能力。上半年新预售 6 部，累计 15 部。

（4）IP 价值从首轮发行收入为主，向首轮价格合理，长尾效应显著提升转变，头部 IP 价值长期看有望提升，这为版权运营、国际发行、商业化开发等细分业务的发展提供了很好的土壤。公司本次半年报中特意将电视剧销售收入拆分为制作发行（首轮）和版权发行（版权运营、国际发行等）两块，方便投资者了解和跟踪。

公司 2013 年开始踏足电影业务，一是分析认为在发行环节全国至少有 5-6 家头部发行公司的机会；二是电影的核心是内容，艺术性要求会大于商业性，而公司长期坚持内容主业，对内容的理解比较深刻，对于内容的研发、热爱以及专业是我们的优势。同时基于影视行业轻资产，人才是关键的特点，我们从 2014 年开始系统化做电影，从早期的批片引进，到建立自己的发行能力，再到挖掘一批高潜导演，积累投资经验和主控能力，一步一个脚印，稳扎稳打。目前聚焦了一批国内最优秀的中生代导演长期合作。得益于《刺杀小说家》《万里归途》两部成功的主投主控商业化电影作品，公司电影业务已规划片单制运营，规划每年开机 1 部主控 S 级作品并参投重要档期项目。过去三年特殊环境下，适度控制了投资节奏，因此今年没有大体量的项目上映，而以参投为主，但是今年是制作年，会有一批新的电影项目开机，S 级项目有《误判》，预计 9 月开机。公司将通过主投主控与合作参投协同

发展的市场策略，并继续培养高潜新锐导演，持续、稳健发展电影业务。

影视版权的长尾价值显著，因此公司于 2020 年对版权业务做了一轮战略规划，深度挖掘版权价值，一是子公司激励，促进了版权业务业绩的持续增长，2022 年度版权净利润 6,559.51 万元，今年上半年净利润 3,641.86 万元；二是公司设立了“元视界”平台，实现了版权内容的数字化、互联网化，探索整集内容出售外的一些商业变现机会，如视频素材，应用到更广泛的制作、广告、媒资等领域，此外还可以用于多模态的学习、与科技结合去探索一些服务于 2C 的应用产品的开发。上半年公司以自有资金 4.85 亿元收购了国内领先的影视剧版权运营企业森联影视，本次收购后，公司拥有的影视剧版权数量从 3 万多小时提升至超 5 万小时，森联影视的版权数据信息将完整接入公司的版权管理系统和数字资产管理平台，实现数字化、平台化管理。公司将依托上述数字资产进一步完善版权管理系统、数字资产系统和发行交易系统，实现影视剧版权的持续、高效变现；通过对影视剧中镜头的筛选、提取、整理和标注，进一步形成文本、图片、音频、视频等素材，探索建立适用于影视行业的垂类模型，对外合作方面正在与合作伙伴共同尝试探索提升消费者摄影创作、视频制作效率等的应用工具。

国际业务，中国的内容在海外的定价整体低于欧美、韩剧、台剧，但也获得了长足的进步。重点市场方面除了传统的东南亚，近年来中国内容在中东、南美等一带一路国家很受欢迎，现在他们不单单是购买剧集发行版权，也开始购买翻拍权，这不仅有助于增加发行收入，也为公司未来探索新的海外合作模式奠定了基础。国际新媒体运营方面，能力持续提升，以 Youtube 为例，粉丝量已经超 1700 万，正与更多长、短视频创作者合作，努力提升新媒体运营收入。

公司一直重视科技对行业的变革，并积极探索影视工业化道路。2019 年公司奔赴美国好莱坞、硅谷考察学习，后大股东在上海松江建立长三角虚拟拍摄基地，使用全 LED 屏的技术路径赋能行业的虚拟拍摄。我们正在建立自己的虚拟资产库，通过扫描实景、剧组置景等手段，积累 3D 建模的虚拟资产。短期看，目前全行业积累的虚拟资产还不够多，一些头部公司刚开始行动；长期看，若大规模使用虚拟拍摄，在影视制作领域我们预估可以降低包

括置景、视觉特效制作，交通住宿、群演等费用，在元宇宙领域，我们预计可与文旅、游戏等行业有更多的产业协同，从而创造新的商业机会。

公司对 AIGC 的应用有两方面的规划，一是围绕主业的提效降本，报告期内，公司成立了 AIGC 应用研究院，在 Web 端和企业微信移动端打造了 AIGC 体验平台，集成有用工具，并开设了相关工具的应用实战培训课程，提升公司全员 AIGC 工具使用能力；围绕影视剧制作的痛点，推动“小说、剧本高效评估系统项目”“顶级编剧助手系统项目”“数字资产智能生成项目”“视频智能升级项目”等重点项目。这其中，“小说、剧本高效评估系统项目”“顶级编剧助手系统项目”定位于缩短内容创作、生产周期，目标是提升生产效率，“数字资产智能生成项目”定位于服务虚拟资产库建设，“视频智能升级项目”定位于内容品质的提升，使一些制作年份较早、清晰度较低的经典内容可以有更好的观众体验，进一步提升商业价值。二是寻找新的商业机会，对于一些我们的创新想法去做技术验证，然后寻找潜在合作伙伴，共同探讨潜在的商业机会，从技术端、成本端去测试商业模式，如测试下来有盈利前景的，则会去勇于尝试，如时机还不成熟的，则会等待时机。

动画、音乐、艺人经纪、整合营销、影城经营、视频彩铃、短剧等细分领域业务也是公司全产业链生态的重要组成部分，公司的战略目标是建立起成熟的全产业生态体系。

三、投资者提问

Q: 刚提到使用虚拟拍摄会节约成本，那和实景拍摄相比，有多少比例？

A: 每个剧的成本构成不同，如同级别的现代剧和古装/仙侠剧，前者的艺人成本会较高，后期制作的成本会较小，后者恰恰相反。

Q: 剧本创作中 AI 的引入，除了降本增效外，对公司还有哪些影响？

A: 一是从战略意义上，可以缩短生产周期，提高生产的效率；二是可以去尝试更多的原创剧本。自有版权的积累对影视公司的长期发展是非常重要的。

Q: 各个内容公司都在用 AI 降本，行业竞争格局会不会有变化？

A: 第一，出于成本的考虑，不是每一家内容公司都会研发行业垂类模

	<p>型，更多的是头部制作公司、下游平台公司会去建立这样的体系。长期看，行业格局一定会发生变化，产品结构会进一步分层，头部会更少更稀缺，但价值也会进一步放大，变现途径会变多，这也是公司今年提高开机标准的一个原因。</p> <p>Q: 请问每年电影参投的数量大概有多少?</p> <p>A: 公司每年开一部 S 级项目，参投的数量视情况而定。参投的核心是能不能赚到钱，因为电影是 2C 的项目，风险比较高，参投时成本是固定的，但是票房是不确定的，需要做一个判断，公司内部有成熟的团队，目前看做得比较好，持续盈利。</p> <p>Q: 请问收入确认的标准是什么，现金流和收入确认之间有时间差吗?</p> <p>A: 公司的收入确认是比较严谨的。2020 年实行新收入准则后，收入确认的标准在不同情形下有所差异，一是台、网联播时，电视台的收入确认时间为供带后，视频网站的收入确认时间为定档后；二是纯网或纯台发行的情况下，均为供带后确认收入。</p> <p>现金流和收入确认之间有时间差，预售后，公司就开始有现金流入，在报表里体现为合同负债，待收入确认时点结转为收入，并同步结转对应的成本。</p> <p>Q: 用虚拟人拍摄电视剧，客户会接受吗?</p> <p>A: 目前来说，可以尝试，但不一定适合。这取决于两方面，一是演员是否能适应无对手的拍摄。二是成本。目前比较折中的做法是可以尝试中之人的形式。此外，我们认为虚拟人的核心还是整体商业化运营的能力，拍摄影视剧只是其中的一个手段。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2023 年 8 月 24 日</p>