

## 北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-01

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（投资者交流会）
活动参与 人员	吴雨龙-共青城意志力投资，刘科岑-九泰基金，魏梅娟-深圳前海承势资本，朱璐妍-华夏基金，钟昕-仁桥（北京）资管，胡云-泓德基金，芮华-嘉实基金，张杰伟-华安基金，刘言-西南证券，高坤-东兴基金，金善玉-北京泓澄投资，张奕扬-上海泊通投资，姚轩杰-方正富邦基金，杨子霄-华夏久盈资管，揭鹏力-福泽源基金，郑及游-东兴证券，黄艺明-百嘉基金，周中-交银施罗德基金，李煜-大成基金，刘霞-海南新物种基金，王晴-诺安基金，王雪松-嘉实基金，徐呈隽-广发证券，夏扬-中国人民养老保险，王玉柱-晟视天下资管，周文菁-中金公司，陈凯南-北京信托，蒋露薇-中金公司，杨艾莉-中信建投证券，刘欣-华创证券，谢璐-中华联合保险，张文倩-观富（北京）资管，王邵哲-西部利得基金，向兰-中泰证券，吴玉林-兴业证券，XIAOFENGLONG，洪少猛-上海赞庚投资，罗悦纯-兴业证券，梁昭晋-国泰君安证券，邵进明-平安养老保险，尚青-上海光大证券资管，王天乐-建信养老金，孟星-长江证券，崔甲子-长安基金，于昀田-磐厚动量（上海）资管，姚蕾-国海证券，陆筱薇-富敦投资，方能之-杭银理财，计宇诚-华安基金，徐也清-野村东方证券，吴东泰-共青城意志力基金，庄馨-兴业基金，孔令侃-高盛（亚洲），刘奕萱-中银国际证券，白云汉-信达证券，彭杨-明世伙伴基金，段又茵-中信保诚资管，李志磊-理正基金，张惠灵-松垚资本，马晓婷-国金证券，蔡洁-华龙证券，付伟-博时基金，曹俊杰-财信证券，何慧-天风证券，吴午-长盛基金，李丹-中国人寿，石月昊-华安证券，范伊歌-天风证券资管，高悦欣-西部证券，杨雪-鹏扬基金，顾晟-国盛证券，孙小雯-海通证券，张路榆-百嘉基金，蔡佳

成-中信建投证券, 刘畅-北京诚旻投资, 吴桐-山西证券, 苟宇睿-西南证券, 厉楠-凯石基金, 傅滨容-九泰基金, 姜斌宇-金鹰基金, 王蒙-上海明河投资, 赵杰-招银理财, 孙冠球-北京沅沛投资, 张玮-太平洋资管, 李林卉-太平洋证券, 高尚-北京江亿资管, 刘宝军-上海名禹资管, 闵文强-华商基金, 黄旭-鹏扬基金, 应豪-Imr partners, 许吟倩-南京证券, 赵航-申万宏源研究, 蔡靖-招商证券, 许娟-摩根士丹利, 张欣露-大家资产, 豆怡凡-汇丰晋信基金, 陈俊希-国泰君安, 高笑潇-博道基金, 钱熠然-东北证券, 陈柏翱-里思基金, 葛世琦-泉果基金, 张雪晴-中金公司, 郝征-长盛基金, 朱珺-华泰证券, 罗泽兰-中信建投证券, 翟一柠-泰康基金, 吕海龙-深圳山石基金, 苏畅-中银国际证券, 康雅雯-中泰证券, 方光照-开源证券, 秦瑜瞳-东方红资管, 陈子怡-东方财富证券, 卢翌-中银国际证券, 朱烨-光大保德信基金, 王卓玮-灰姑娘基金, 崔凡平-中银基金, 安一夫-国海富兰克林基金, 陈星宇-大朴资产, 周凡舒-融通基金, 冯潇-华泰证券(上海)资管, 周钊-华泰证券, 朱维缜-交银施罗德, 赵维卿-广东润达基金, 高超-长江证券, 宋强磊-君康人寿, 宋慧吟-上海恒复投资, 吴婧-华创证券, 舒殷-鸿运私募基金, 兰宏阳-新华资管, 沈繁呈-光大永明资管, 谢笑妍-招商证券, 赵钰-嘉实基金, 邵伟-上海健顺投资, 王利慧-国投证券, 朱珠-华鑫证券, 李美泽-上海万纳基金, 杨刚-金鹰基金, 张昊晨-东北证券, 曾旒微-上海信璞基金, 李雨琪-东方证券, 何海涛-北京永瑞基金, 徐忠浩-长江证券(上海)资管, 谢泽林-博时基金, 范舰阳-泽泉投资, 罗晴-世纪证券, 黄笑旋-摩根士丹利, 方博云-国海证券, 陈雨薇-博时基金, 姚爽-博时基金, 许中雅-金鹰基金, 孙张晋-汇丰前海证券, 余玮婧-银华基金, 袁晨-北京江亿资本, 胡坤-中庚基金, 陈磊-浙商证券, 陈怡-泰康资管, 毛云聪-海通证券, 黄静仪-广发证券, 冯翠婷-信达证券, 梁丹玥-西南证券, 冯海星-西部证券, 贺骞辉-太平养老保险, 孙伟-民生加银基金, 徐运铎-广发基金, 阮文佳-国盛证券, 田鹏-开源证券, 张祺昌-天治基金, 解骄阳-中国人保资管, Simone Tu-PinPOINT, 李芋漪-国泰君安, 张爽-建信基金, 漆志波-共青城意志力基金, 陶静-建信养老金, 高歌-开源证券, 陈梦笔-上海合远基金, 周璐晴-高盛(亚洲), 杨云祺-长江

	证券，高波-鸿运基金，魏连昆-招商证券，尤鑫-湘财基金，焦杉-中金公司，周政宇-中银国际证券，朱骏楠-中泰证券，吴倩-国海证券，杜郁坤-华创证券，熊彬正-上海千翊投资，王高唯-中国人保资管，林乐天-安信基金，吴桐-宁银理财，苗泽欣-西南证券，张海波-湘财基金等 191 人
时间	2024 年 4 月 24 日
地点	公司会议室
形式	线上电话会议及价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员	董事长兼总经理王长田先生、董事会秘书侯俊先生、财务总监曾艳女士
交流内容及具体问答记录	<p><b>Q1: 请问王总怎么看待 2023 年的票房成绩，以及今年票房市场的预期？</b></p> <p><b>A:</b> 2023 年全国电影票房为 549.15 亿元，观影人次达到 12.99 亿，创下近四年来的新高。公司的票房成绩在电影公司中名列前茅，是公司历史上第二好的成绩。2023 年是电影市场恢复的一年，预计 2024 年会持续 2023 年的市场趋势，总票房能否不低于 2023 年主要取决于影片的供给和市场热度。目前影片供给情况较好，今年应该会有很多重量级的影片上映。总体来讲，2024 年还是一个值得期待的年份，一季度全国总票房已经超过 163 亿元，元旦档、春节档、清明档均刷新了档期票房纪录，接下来的五一档、暑期档、国庆档以及寒假档，希望能够取得票房佳绩。</p> <p><b>Q2: 王总好，我们看到公司的大项目比往年明显多了，请问后面是会将投资大体量影片作为主要方向吗？</b></p> <p><b>A:</b> 我们对影片的投资没有特别区分是大、中、小体量，只是针对单部影片会有一个合适的投资。公司这几年在影片上的一个显著特点是投资比例不断提升，现在绝大部分影片的投资比例会超过 50%。这是我们去年取得比较好的业绩，以及今年一季度收入和利润仍然大幅提升的一个根本原因，也是我们下一步在电影方面的主要投资策略。</p> <p><b>Q3: 请教下长田总，目前光线已经采用了哪些 AI 技术应用于电影内容制作？效果如何？后续 AI 的技术应用方面，公司还有哪些规划？</b></p>

**A:** 市面上所有跟影视制作有关的 AI 技术软件, 我们几乎都在尝试, 尤其在动画制作方面, 我们已经把动画制作的各个环节都跟 AI 进行了结合, 尤其是在动画的前期制作, 比如形象设计、场景设计、分镜头剧本等方面, 应用很广泛。但是, 目前 AI 还处在快速迭代阶段, 不够完善。我们期待随着 AI 功能的提升、效果的改进, 再跟我们具体的影片制作相结合, 希望未来 AI 能使工作效率有 30% 以上的提高, 同时使制作成本尤其是动画电影的制作成本能有 20% 以上的降低。在 AI 的应用方面, 我们将继续保持这种在行业内较为领先的态势。

**Q4:** 请教下王总对于今年电影市场的看法, 有声音表示今年面临片荒, 市场供给不足, 而且这个影响还可能持续, 管理层们如何看待这个问题? 以及光线在这样的市场环境下, 如何进一步提高自己的市占率?

**A:** 今年电影行业对影片的准备还是比较充足的, 供给没有问题。即使在供给比较充分的情况下, 公司仍然希望提高在整个电影票房中的市场占有率。多年来, 公司电影的票房成绩一直处在民营电影公司中的领先地位, 希望能够在今年继续得到保持。

**Q5:** 请问王总, 《小倩》已经撤档, 现在《小倩》和《哪吒之魔童闹海》定档时间有什么想法?

**A:** 《小倩》撤档主要是两个因素, 一是今年五一档作为并不算太大的档期, 上映的影片数量多达十余部, 呈现过度拥挤的状态, 导致很多影片排片比例较低, 同时营销成本又大幅上升; 二是上映时间距《小倩》制作完成的时间比较短, 相关营销宣传还未完全展开, 市场热度有待提升。综合以上两个原因, 公司决定撤档。《小倩》仍将在今年择机上映, 目前具体时间尚未确定。《哪吒之魔童闹海》的特效制作量非常大, 要求标准非常高, 制作任务相当艰巨, 目前正处在最后的冲刺阶段, 我们在暑期上映的计划没有改变。

**Q6:** 请问王总, 一季度公司在电视剧业务上的表现很好, 未来在剧方面的业务规划是怎样的?

**A:** 公司 2024 年第一季度来自剧集的收入和利润都实现了大幅增长。《大理寺少卿游》已于今年 2 月上线播出, 市场热度和收视表现都不错;

《拂玉鞍》处于视频平台排播状态，预计将于年内播出；《山河枕》正在拍摄中；《春日宴》《我的约会清单》等剧集也在不断优化、积极推进。剧集是公司电影业务的补充，能够共享版权、制作和艺人等资源。考虑到剧集市场的规模和商业模式还存在一些缺陷，公司的剧集业务主要看具体项目，不追求数量，公司未来仍然是一个以电影为核心业务的公司。

**Q7：领导好，公司在春节上映的《第二十条》口碑很好，未来还会有这方面的项目储备吗？**

**A：**《第二十条》目前取得了 24.52 亿元的票房成绩，带动了公司 2024 年一季度收入和利润的大幅增长，同时取得了非常好的社会反响，成为今年两会的热议话题，也是公司以及电影行业在主旋律题材影片方面的一个新的尝试。《第二十条》的成功坚定了公司在这条路上继续探索的决心，也使得公司和相关合作单位的关系更加密切。公司计划在接下来继续推出这系列的影片，其中《第十七条》反映了未成年人犯罪相关的法律条款，目前正在剧本的创作之中，预计将在年内拍摄，希望在明年合适的时间，不排除是春节档上映。其他的一些以法律条款命名以及其他法律题材和社会题材的电影项目也在积极推动之中。

**Q8：我们注意到目前市场上的电影仍然以现实题材为主，过于单一，科幻、奇幻、古装等题材很少，请问公司怎么看待这种情况？**

**A：**公司重视科幻和奇幻题材，一直以来都有相关的项目版权储备。动画电影方面，近期公司有几个奇幻、科幻动画电影正在前期制作中；真人科幻方面，《三体》项目正在积极进行前期剧本修改，还有其他几个科幻题材正在进行剧本撰写。因为制作难度大、缺乏制作的传统和经验、资源也不够丰富，国产电影中科幻和奇幻等题材总体来讲比重偏低，以后还需要公司及同行继续努力，把这个大类型的创作丰富起来。

**Q9：公司之前说已经开始在内部建立动画制作产线，请问目前进度如何，对产能有多大帮助？感谢王总分享。**

**A：**光线动画的内部制作产线已经开始运行，目前正在从事《去你的岛》这部当代奇幻题材动画电影的制作。今年年内团队有望完成年产一部动画电影这种规模的建设，未来的目标是一年制作一部半甚至两



部动画电影，而且完全是在内部完成制作。结合公司在外部建立或者投资的其他动画制作公司，光线将成为整个动画电影行业制作能力最强的公司。

**Q10: 我们看到去年公司的艺人经纪业务这块大幅上涨, 请问公司对艺人经纪后续会加大投入吗?**

**A:** 公司现在已经签约了 25 组左右的艺人，他们的第一部作品往往是在光线诞生，而这些作品往往又是公司自己的作品，相当于公司从头开始培养，艺人都比较年轻。另一方面，公司在演技方面要求较高，所以艺人的发展潜力较强。同时，公司艺人在形象、气质、风格上相互补充，避免了内部的竞争。近几年，公司有很多艺人脱颖而出。今年公司还会有由公司艺人主演的影片上映，同时他们也已经在其他影视公司的很多项目中担当主要角色。公司还会继续努力挖掘新人，保持我们的特色，培养演艺新力量。

**Q11: 请问王总公司中长期的发展目标和主要驱动力是什么? 三五年后光线的收入结构和利润结构会有哪些变化?**

**A:** 公司的定位多年来没有太大的变化。公司是高端内容制作商，我们致力于生产高标准、高难度、无可替代的内容产品，尤其是电影作品。电影方面，我们分为真人和动画两部分，希望在这两个领域都能取得数一数二的地位，两翼齐飞，用电影业务带动其他业务的发展。公司的中长期目标是保持在电影行业中已取得的竞争优势，没有特别具体的收入和利润目标，但公司会把每一个业务和项目做到最好，让公司实现自然增长，而不是拔苗助长也不是好高骛远。多年以来公司的发展轨迹告诉我们，只要能够坚守主业、尽心尽责、提高标准、做到数一数二，公司就会取得高速的发展。因为市场在持续扩大之中，市场环境也在不断改善，作为行业领先的公司，理应取得高于市场规模的增长。关于公司的收入结构和利润结构，总体来讲，公司仍然是以电影业务的票房收入和版权收入为主，其他业务是电影业务的补充。就这几年的发展趋势来看，公司来源于艺人经纪、衍生收入等其他方面的收入有适当的生长，但电影业务仍将占据大头。

**Q12: 请问公司如何看待动画电影的观众偏好与竞争格局情况？**

**A:** 公司是动画电影全类型公司，制作的动画电影不是基于特定类型的偏好，而是根据市场和观众的需求来制作，包括神话、历史、古典戏剧戏曲、古典文学、现代奇幻、爱情和科幻等题材。观众现在希望有更多题材的动画电影，而不仅仅是原有的古装、神话，公司近几年以及未来的动画电影布局也与观众需求相吻合。

**Q13: 公司在提出培养 30 个制片人计划之后，又提出在内部培养 20 个编剧和 10 个导演的计划，请问这个布局背后的原因是？**

**A:** 主要有几个原因：一是因为市场上人才短缺，人力成本越来越高。我们作为行业内领先的公司有责任为行业培养人才来改变这种情况。二是公司每年会从重点院校招聘专业人才，几年来这些内部员工的成长让我们看到了其中很多人具备成为优秀编剧和导演的潜力，公司觉得应该有更多的内部机会给到他们。目前公司已经有三个内部的项目，由三位员工作为导演运作。内部产生的这些编剧和导演将和公司签约的 100 名左右外部的编剧和导演一起构成一个强大的制作人才队伍，公司将为他们提供全方位的平台资源的保障，包括项目资源、制片资源、艺人经纪、项目的包装、宣传、发行、音乐创作等等。之前培养“30 个制片人”的计划进展非常顺利，通过不同厂牌独立运作电影项目的形式，我们已经培养了十几位优秀的制片人，还会继续推进。预计公司在这三类人才的储备方面会在行业处于领先地位。

**Q14: 公司在彩条屋和光线动画之后还会成立新的动画厂牌吗？**

**A:** 公司目前已经向真人厂牌做了一定程度上的动画电影的制作权限开放，比如五光十色已经投资了动画电影《三国的星空》，正在制作中；接下来还会有其他厂牌加入到这个行列中来。总体来讲，如果有与现有动画团队形成互补或弥补目前某种缺口需要的话，公司是不排除成立新厂牌的。

**Q15: AI 是否会降低电影制作的门槛？根据公司观察，目前是否已经有更多人加入进来？**

**A:** AI 可能不会降低电影的制作门槛，反而会提高电影的制作门槛。

虽然 AI 会让电影的制作效率提高、成本降低、质量提升，但 AI 的使用也会带来另外一些问题，比如创意的短缺和雷同、独特审美的稀缺以及宣传和推广的困难，因为产品变得越来越多后，脱颖而出也会变得越来越困难，它的利和弊是同时存在的。总体来讲，也许会让更多的人有机会加入到电影的创作中来，但竞争会更加激烈。因为市场规模并没有同步扩大，部分影片在竞争中可能会导致平均收益降低或面临亏损的局面。目前整个电影市场盈利的项目大概不到 10%，AI 大范围使用后，也许会降低这个比例。所以从另一方面讲，电影的制作门槛可能是提高了。

**Q16: 请问公司，多年来市场上的重磅动画电影都选择暑期档，这样会不会过于拥挤，这种情况在未来会有所改变吗？**

**A:** 动画电影现在也并不是都在暑期档。动画电影可能在数量上总体来讲还比较少，不能够均匀分布到各个档期；同时一部分动画作品是在暑期档取得比较好的票房成绩，让大家以为其他的档期没有投放动画电影。实际上，每年上映的动画电影数量并不是很少，但是竞争力可能还不够，有影响力的作品太少。主管部门会鼓励电影行业制作更多的优质动画电影，可能会有很多的公司加入到动画电影的制作中来，大家一起把动画电影的市场规模做大。而在这个规模不断增长的市场中，我们也会是一个受益者，我们的动画电影业务也会得到更大的发展。

**Q17: 公司在早年扶持培养了很多新导演，近年来和知名导演的合作越来越多，能否分享一下未来公司对继续培养新导演的想法？**

**A:** 很多真人或者动画电影导演的处女作是在光线诞生的，公司在帮助新导演方面有一套非常成熟的做法，成功率比较高。除了演员之外，还有很多的编剧、摄影甚至公司员工都有做导演的机会，公司会继续在这条道路上走下去。

**Q18: 请问公司在中国神话宇宙体系中的项目是否会提前规划，纳入到联动的故事线中？**

**A:** 公司的中国神话宇宙已经规划多年，内部形成了完整的世界观，现在在做的是形成一部部的动画电影。关于联动，有两种做法：一种是先推出单个的形象，形成一定的知名度、影响力后再考虑联动，漫威就



是这样的路径；另一种是先是一个联动、集结，再把一些主要人物分别制作成单部的电影。公司现在采用两种做法齐头并进的方式。在先联结再拆分方面，我们已有一部中国神话宇宙开局之战的作品在前期筹备中，是一个非常大规模的神话英雄的集结，是一部大制作的动画大片。

**Q19: 请问王总，如果行业出现供给不足的情况，主要原因是缺乏现金还是其他什么原因？**

**A:** 原因是比较多的，缺乏现金是其中的一个重要方面。总体来讲，整个行业还是缺乏现金的。近些年，中国电影市场产生了一些比较大的变化，尤其是疫情的影响，使社会资本对电影行业的投资减少。同时，行业内的公司上市和再融资的步伐也放缓了，这都使行业的资金产生了比较严重的短缺。公司在资金方面储备比较充足，足以支撑我们未来的发展。第二个方面就是因为疫情的影响，使前几年开机的项目数量有所减少，而影片是需要制作周期的，在上一个制作周期的影片释放之后，接下来可以释放的片源就会变少，而新片又没有跟上，就导致可能会出现一定程度上供给的减少，但并不是很严重，并没有到“片荒”的程度。现在整个行业也在抓紧时间、提高效率，进行影片的制作，尤其最近在监管层面，释放出很多宽松的信号，增加了大家的创作热情。相信通过行业的努力，这个问题会在较短时间内得以修正，不需要过度悲观。

**Q20: 您好，目前随着公司的动画电影和系列化 IP 越来越多，开拓衍生品业务的时机是否已经成熟？**

**A:** 衍生品其实我们一直在做，但衍生品的范围相当广泛，形式非常多样。衍生品不仅仅等同于一些玩偶、手办、纪念品这类，在形象授权、形象代言以及和其他产品的联动等方面有更大的空间，公司恰恰在这些方面一直是做得不错的。实物型衍生品市场规模还不够大，而盗版的情况又比较严重，这方面的市场还有待成熟。随着公司 IP 形象的增多、影响力的增强和整个衍生品市场环境的改善，我们会不断调整在这方面的开发力度，公司来自于衍生品的收入，尤其是实物型衍生品的收入，可能会逐渐增加。

**Q21: 请问王总，公司这些年来在动画电影上的投入正在显现越来越**

大的优势，那公司是否考虑全力投入动画电影的可能性？

**A:** 我们是一家综合性的电影公司，目标和策略是真人电影和动画电影双轮驱动。我们每年上映的电影数量十部左右，其中，动画电影目前是每年两三部，未来有机会做到三至五部；真人电影仍然是市场的主体，我们在这方面也有非常好的成绩，不会因为在动画电影方面的优势就完全放弃真人电影。但同时，我们会扩大动画电影的产出，让公司更多的厂牌、更多的员工参与到动画电影的制作、策划和运营之中。动画电影不论是在公司内部还是在整个行业占总票房的比重是一个不断提升的趋势，有机会达到平均每年占 15~20% 的总票房比重。而我们以往建立的在动画电影方面的优势，未来还有很大的发展空间。

**Q22: 领导好，今年春节票房创新纪录，但是没有往年 50 亿级别的作品，您怎么看这种现象？**

**A:** 如果总体规模在提升或稳定，有没有 50 亿元的作品或一部独大都没那么重要，甚至可能影片票房更加均衡是更好的状况，这意味着产品供给丰富，观众能找到自己想看的影片，影片相互之间是良性竞争。如果有超级大片出现，这是市场选择的结果，也无可厚非。对电影公司来讲，能进入春节档参与竞争已经是很重要的一步，能有好的票房成绩更好，但即使不能取得高票房，也是在为市场做贡献，依然值得肯定。

**Q23: AI 会加快动画制作速度降低成本，公司是否考虑过推出较短的动画番剧进行 IP 孵化？**

**A:** 我们有讨论通过 AI 来制作甚至主要由 AI 完成的动画番剧，现在还在前期探索之中，没有具体项目的计划。我们会继续观察市场需求，也在通过一定的实践摸索，随着 AI 等技术、软件的水平提升，接下来可能有机会去制作这种番剧。现在纯粹使用 AI 或用 AI 做主体工具来完成这些作品，制作出来的效果还不会特别理想。

**Q24: 王总好，请问一下，这几年进口电影的票房占比大幅下降，这种情况是什么因素导致的？**

**A:** 主要是受疫情以及国际上各种因素的影响，导致主要的电影生产大国的作品数量、质量和竞争力都有所下降；另外，中国观众的口味和

年龄结构的变化也直接影响了对进口影片的需求；此外，网络的直播、短剧、短视频等因素也使观众的兴趣点有所转移，减少了在电影方面的消费。但是随着整个全球范围内电影市场的复苏，以及行业的调整，将来进口影片在中国国内市场的比重在现在已经是谷底的情况下，可能会呈现一个上升的趋势。市场会在国产影片和进口影片之中达到一个新的平衡，这个新的平衡跟以前会有所不同，仍然可能是以国产影片占主体但不一定是绝对的优势。

**Q25: 请问领导，公司目前每年的影片数量 10 部左右，在行业是领先的，但是质量有差异，公司是否考虑过降低数量，多出精品？**

**A:** 公司目前的上映数量是多种原因造成的。光线是一个多厂牌的公司，每个厂牌都有自己的项目在滚动运作。我们在不断提高影片的立项标准、剧本标准、制作标准，对每一部电影我们都会尽心尽力去完成。影片的市场表现可能会参差不齐，但这是一种市场选择。公司仍然会保持每年一定数量的影片上映，这也是培养内部人才、积累版权库、实现内部资源共享的需要。同时，在这些影片中，公司的投资比重也在不断提升，甚至有些项目是百分之百的投资份额；建立在公司对成本较强的把控能力的基础上，即使在票房不是很高的情况下，我们仍然能够取得比较好的收入和利润。我们现在是国内领先的电影公司，每年十部左右的影片数量并不算多，最关键的是要提升每一部影片的质量和竞争力。

**Q26: 请问王总怎么看待分线发行对公司和行业的影响？**

**A:** 分线发行会改变很多影片没有空间上映或排片过少的情况，提升影院的上座率，满足更多的分众需求，调整院线和片方的利益关系。对光线来讲，我们是坚定支持分线发行的，也希望今年能有部分影片进行这方面的尝试。长期来看，分线发行在整个市场的比重一定是越来越高的。

**Q27: 请问王总，公司的动画电影策略目前已经被证明是成功的，公司的下一个战略上的新布局，王总认为可能来自于哪些方面？**

**A:** 目前还没有特别大的新布局，希望能够在现有的基础上夯实主营业务，把真人电影和动画电影做深、做透、做大规模。同时，我们也会积

	极关注整个行业的变化，包括技术的变化，并及时跟进、跟现有的业务结合起来。公司如果有重大的布局调整，会及时跟投资者沟通。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无