

证券代码：002739

证券简称：儒意电影

儒意电影娱乐股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2025年度暨2026年第一季度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2026年05月22日 15:00-16:30
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长兼总裁 陈曦 副总裁兼董事会秘书 王会武 副总裁兼财务负责人 黄朔 副总裁 庞慧 独立董事 叶慧
投资者关系活动主要内容介绍	1.公司“超级娱乐空间”战略，目前落地进度如何？ 答:您好，控制权变更以来，公司以“超级娱乐空间”战略为核心，持续强化主营业务优势，聚焦电影产业链协同与优质IP运营，通过多元化经营、场景融合、跨业态联动等创新模式，及战略投资52TOYS、拍立方等新消费品牌，推动公司从单一票房收入向多元化消费生态转型。（1）公司以多元IP为核心，已与《第五人格》《光与夜之恋》《恋与深空》《鸣潮》《燕云十六声》等头部游戏IP及《鬼灭之刃：无限城篇》《疯狂动物城2》《阿凡达3》《熊出没》等热门影视IP开展联动，形成“线上线下一体化、玩法—衍生品”全链路模式。其中，《光与夜之恋》联名覆盖706家直营影城，吸引超40万人次到店，购票转化率30%，精准渗透二次元

年轻受众；《疯狂动物城2》期间开展特典场、打卡、主题衍生品等运营，带动票房与非票增长。2026年公司将继续推出常态化的IP联名活动，每月计划开展1-2个IP联名，目前已经先后和“波卡波卡”、“一二布布”、“小马宝莉”、“熊出没”、“芭比”、“河狸变身计划”、“迈克尔·杰克逊：巨星之路”、“穿普拉达女王2”、“自嘲熊 Joke Bear”等热门IP推出一系列线下活动和衍生品，通过“IP衍生+场景体验”实现流量高效变现。（2）公司依托全产业链布局，在新消费领域优选协同赛道进行投资与战略合作：①52TOYS：已开业402家，在IP玩具开发、销售、营销等方面协同，助力非票业务。②拍立方：影院内落地281家，采用“智能影像+IP衍生”模式，结合影视IP打造沉浸式社交体验，也已经进入到CGV影城、万象影城。（3）公司孵化“三口小时光”和“H2OTALKS与水说”两个自有品牌，覆盖膨化、烘焙、卤味、坚果、肉脯等零食及天然矿泉水和椰水类健康饮品，其中深海鱿鱼脆脆（芥末味）、益生菌伯爵红茶曲奇获iSEE全球美味奖。公司已搭建产品上线流程及新媒体电商平台，为自有品牌走出影城奠定基础。（4）成立子公司时光卡藏，聚焦收藏卡与TCG赛道，集产品研发发行、卡牌销售、赛事社群运营、文化推广于一体，构建“内容—产品—赛事—渠道—社群”闭环。通过零售、对战、赛事、快闪、直播等多元形式，提升线下空间内容密度与社群黏性，将一次性消费升级为长期参与型体验，延展IP生命周期。未来将依托公司影视IP、院线网络 and 用户规模，将泛娱乐及体育内容转化为具备收藏价值与竞技深度的产品。公司正摆脱“以观影为核心”的传统思维，通过场景化改造与沉浸式体验，打造以“IP衍生+场景体验”为核心的第二增长曲线，持续实现流量高效变现。

2.公司通过改善经营管理实现降本增效，能不能具体明确一下有哪些举措？降低了多少成本？增加了多少效益？

答:您好，2025年，公司全面推进降本增效专项工作，通过推行节能降耗、优化供应链体系等举措严控运营成本。租金方面，公司积极与业主进行谈判，争取影院租金和物业费减免及租赁设备分账比例优化。折旧摊销方面，公司加强项目全周期动态成本管控，通过集中采购、采用新材料替代传统材料等方式有效降低建设成本。设备能耗方面，公司通过盘活闲置资产、加强放映耗材管理、租赁设备费用优化和减免等多种措施有效节约现金流，并建立全国放映设备配件库，提升维修配件周转率，助力影城减少经营损失。2025全年销售费用同比下降 22.15%，管理费用同比下降 9.77%，财务费用同比下降15.99%，降本增效成果显

现。2026 年，面对市场挑战，公司提前布局，已制定并全面贯彻执行节能提效体系方案，持续强化精细化运营管理。通过优化影厅周转调度、推行人力动态排班、实施能耗精准管控、影城智能化改造等关键举措，提升运营效率与资源使用效益。公司将细化各项费用管控，建立能耗阶梯管理模式，积极推进减租降费、进销存库存管控与能耗定额管理，严控运营成本，实现降本节支与提质增效协同落地。

3.您好，电影夜王、寒战1994在香港搞的抽卡机、711联名是否可以引进国内？很多人专门跑到香港抽卡。抽卡机可以重复利用，其他电影Ip也可以，影游联名也可以用。不要一联名就爆米花桶、水杯，感觉已经不是太能吸引人进入影院了，望采纳。

答:您好，感谢您的建议。相关创新业态与线下互动玩法，公司会纳入日常市场调研与业态研究范围，结合内地消费环境、门店运营实际及合规情况综合研判评估，借鉴成熟可行的潮流运营模式，持续丰富影城线下消费品类与体验形式。爆米花桶、水杯属于公司的基础联名产品，此外公司每次联名活动还有其他丰富的商品，比如亚克力挂件、毛绒、相框摆件、徽章、镭射票等产品，市场反馈良好。

4.“三口小时光”和“与水说”等在万达影城外推广效果如何。为何采用开发品牌而非引进其他品牌的方式，这是否会由于成本增加，导致实际收益降低？这些产品对传统的可乐、爆米花业务挤占效果如何，带来了多少增收或影响力的扩大？

答:您好，公司自研商品场外推广成效稳健，三口小时光 IP 系列、与水说自有饮品，依托影城线下客流背书，同步布局商圈异业、亲子渠道、企业团购等场外场景，精准触达年轻群体与家庭客群，场内消费引流、场外私域复购双向打通，场外增量空间持续释放。公司自研品牌，既能牢牢把控全链路利润，自主掌控供应链、定价与品控，更能沉淀属于公司自有品牌资产，打造院线专属消费 IP，形成同行难以复制的核心竞争力。公司自研商品具有独家性，前期仅有一次性研发、包装搭建等固定投入，随着产品规模化成本持续摊薄，加上可以共用现有供应链体系摊薄整体运营开支，促进整体收益增加。同时与传统饮品爆米花形成互补，不会形成业务挤占。传统可乐、经典爆米花主打大众刚需流量市场，自有品牌主打健康化、情绪化消费升级，实现客群分层、品类补齐。长远来看，自有品牌矩阵落地，既优化了公司非票业务盈利结构，摆脱传统低毛利品类依赖，平滑淡旺季营收差距；更推动万达影城从单一观影场所，向综合休闲消费平台升级，后续还可实现产品、IP、模式对外

输出，打开全新盈利曲线，进一步提升公司整体估值与长期成长空间。

5.观察到公司正大力推广潮玩等衍生品，目前表现如何？据我调研类似电影海报、票根这类衍生品的市场占有率和认可度这两年有所下降，对此公司是否有应对措施？

答:您好，2026年，公司衍生品业务以“联名IP合作+自有IP运营”双轮驱动，线上线下全链路运营，整体表现较好。子公司影时光围绕自有影视IP、头部授权IP、原创IP及艺术家共创IP，积极孵化并布局多品类、全场景的潮玩产品线。联名IP合作方面，公司与影视IP（《迈克尔·杰克逊：巨星之路》《穿普拉达的女王2》）、游戏IP（《燕云十六声》）以及潮玩/动漫IP（一二布布、小马宝莉、芭比、自嘲熊 Joke Bear等）合作开发衍生品。公司有“海报收藏夹”、“票根博物馆”等多IP电影海报、票根相关品牌活动，受到影迷追捧，在市场具有一定影响力。自有IP运营方面，公司自有潮流艺术厂牌“栖境”与中国青年艺术家陈建周联手打造“大梦想家”系列手办盲盒和版画，并通过搭载Rtime link数字确权系统提升产品收藏价值，原创毛绒品牌“RICH TIME”以新派视野打造年轻人社交产品，年初已上线第一弹“福运座驾”系列产品已经全渠道上线，产品热销海内外并受到消费者的喜爱。公司依托线下超过700家影院阵地，打造院线第一零售品牌“时光里”，集成潮玩零售、IP主题策展、限定快闪等多维体验模式。目前公司已开业约95家时光里艺术商店，覆盖丰富的潮玩衍生品，结合“超级娱乐动漫市集”、“跨年市集”等沉浸式营销活动，带动公司IP衍生品销售收入不断提升。今年春节档，在人次同比有所下滑的情况下，商品销售数量超过530万件，其中衍生品销售数量近170万件，这表明公司打造“超级娱乐空间”的举措切实有效，对优化公司收入结构产生了积极影响。

6.以票房占有率为指标，横店影视院线占有率仅有万达院线的四分之一，但一季报显示净利润却占儒意电影仅一半（分别为4012万和8691万）。为何没能发挥规模优势，净利润和占有率之间不成比例？公司有分析原因吗，有什么应对措施吗？

答:您好，两家公司的业务内容不完全一致，营收及利润构成也不同，一季报报告中没有详细的拆分，2026年一季度全国电影大盘处于历史较低水平，院线端盈利同比下降较多，其他业务波动会对业绩产生较大影响，难以直接对比。公司将坚定推进“超级娱乐空间”发展战略，降低业绩对电影大盘的依赖，推动公司从单一票房收入向多元化消费生态转型。

7.我看我们县万达换华夏了，都拉了会员群，在里面拉人看电影25一张通票，华夏还是万达的吗？我看保利和另一家的票还是30多一张！

答：您好，部分县域影院更换品牌，系特许经营合作调整，华夏非公司直营影城品牌。万达影城（儒意电影旗下）直营影院均保留品牌，全国 714 家直营影院运营稳定。

8.请问公司一季报业绩大幅下滑，后续盈利改善措施是什么？高管50%绩效考核具体指标是什么？大股东质押是否存在平仓风险？有无增持、回购稳定股价计划？暑期档重点影片票房及业绩预期如何？院线业务如何优化止损，今年盈利目标是否明确？

答:您好，1、2026年一季度，全国电影市场受去年同期高基数及内容供给结构影响，市场表现较 2025 年同期明显回落，全国电影总票房118.8亿元，同比下降51.3%，观影人次2.7亿，同比下降48%，行业面临阶段性压力。业绩下滑主要系春节档大盘整体偏弱、头部影片供给不足、观影需求阶段性疲软。受此影响，公司国内直营影院实现票房17.2亿元，同比下降 49.8%，观影人次 3,474.8万，同比下降 45.7%，经营业绩短期承压。该波动属于行业周期性、阶段性压力，公司经营基本面没有变化。公司将通过强化内容储备、优化档期排片、提升非票收入占比，降低单一票房波动对业绩的影响。2、具体请查阅2025年12月13日披露的《公司董事及高级管理人员薪酬管理制度》。3、大股东质押风险可控，目前不存在相关风险。4、增持、回购等市值管理工具，公司将结合资金与市场情况审慎研究，如有计划将依规披露。5、暑期档重点影片包括《转念花开》《欢迎来龙餐馆》等，电影票房及项目收益存在不确定性，具体经营情况请关注公司发布的定期报告。6、公司以提质增效为目标，围绕“经营管理、品质管理、数字化建设”三大方向，不断提升影院运营效率和服务质量，巩固行业领先地位。运营管理方面，公司对市场、发行、大客户、平台、非票、集采、放映、发展建设等业务线实施精细化全链条管控，优化资源配置，加强业务协同。公司进一步升级发行排片和票价体系，优化非热门档期及下沉市场影院排映与营销策略，最大化释放票房效能；继续深耕大客户业务，加大直客拓展，新客户规模与收入贡献稳步增长，夯实公司票房基本盘。品质管理方面，公司针对影院经营品质、服务品质、体验品质进行全流程提升，完善服务标准化体系，加强人员培训与现场管控，推动单店效益与顾客满意度同步提升。同时，公司不断加强数字化系统建设，开发智能化经营管理平台，依托大数据分析提升用户服务效率和精准营销能力，赋能各业务线经营，并通过智

能化巡检有效提升影城安全与管理效率。

9.公司后续会不会加大对非主流IP电影的关注，对于五一档这么多知名IP附加但是没有给阿嬷的情书卖得好有什么看法，后续会不会重视这种小成本爆品赛道的关注度？

答:您好，公司重视小成本精品内容，《给阿嬷的情书》等影片的成功印证内容为王的逻辑。公司也一直在持续多元化垂类项目的投入，聚焦情感细腻、口碑驱动的现实题材；拥有快速响应机制，能及时捕捉市场热点，快速立项优质剧本，丰富内容矩阵，提升抗风险能力。

10.您好，执行总裁离职后，何时新任执行总裁，有人选了吗？还是公司架构优化，取消"执行总裁"层级？

答:您好，执行总裁离职系工作变动原因，其离任后仍担任公司董事职务。公司已建立较为成熟的治理体系和管理体系，相关人员变动不会影响日常经营连续性。核心管理团队稳定，董事长兼总裁陈曦全面负责公司战略与运营，副总裁、董秘、财务负责人等核心高管各司其职，保障公司经营稳定与战略落地。公司暂无聘任执行总裁计划，后续如有人事调整公司将会及时披露。

11.公司去年只有一部旺铺开业指南开机，在电视剧上投入更多？未来电影主控主投上有什么规划？

答:您好，（1）2025年，子公司万达影视持续强化内容生产全产业链能力，深耕开发、制作与发行核心环节，加大优质影片投资布局力度，实现重大档期全覆盖，参与投资、发行的影片13部，年度累计票房突破100亿元，重点影片《唐探1900》《南京照相馆》票房表现亮眼；电视剧板块按照规划稳步推进业务，储备IP、增厚内容矩阵、拓展内容多样性。

（2）公司将继续坚持“头部项目驱动+多项目分散”的内容投资结构，在提升单项目回报的同时有效分散风险，内容储备充足。同时联动院线与IP衍生，放大内容全链路价值。

12.同业竞争目前进展如何？大家都很关心

答:您好，解决同业竞争是两家公司明确战略定位，实现资源整合的过程。根据股权收购承诺，公司应在2027年4月15日前解决同业竞争问题，目前公司正在积极研究并已有初步方案，总体思路要兼顾双方股东的利益、战略方向、业务发展需求。后续进展请关注公司发布的相关公告。

13.您好，请问目前儒意投资作为控股股东股本占比20%，在二级市场

场流通股本远大于该比例的情况下，儒意将如何保证持续的控制权以保证发展战略的稳定性，是否有增持计划。

答:您好，目前公司控制权相对稳定。公司也密切关注二级市场变化，积极维持控制权稳定，保障公司持续稳定发展。控股股东如有相关安排，公司将严格按照信息披露要求及时公告。

14.寒战1994成本真的有3亿吗？现在互联网信息传播越来越迅速三人成虎，这些谣传会影响很多投资者的决策。

答:您好，以上信息不属实，公司经营情况请以公司披露的定期报告为准。

15.请教陈曦董事长五个问题：1、贵公司去年赚了5个亿，怎么一分钱分红都没有？2、前两年没分红，好歹还搞个“股东回馈活动”，儒意入场后，有哪些重视中小股东的举措？3、贵公司号称“聚焦‘超级场景+超级IP’”，请问除了看个电影，按摩椅还要给第三方单独付费以外，“超级”体现在哪些方面？4、依托自主孵化与顶级IP授权实现双轮驱动的潮玩业务有什么进展吗？2025年潮玩业务营收占比多少？5、请问儒意后续有哪些实质性的经营改革措施，以提升股东的投资回报率？

答:您好，1、根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》和《公司章程》等相关规定，截至2025年年末可供股东分配的利润仍为负值，2025年度不满足实施现金分红的条件。2、公司控制权变更后，提出“超级娱乐空间”发展战略，推动公司从单一票房收入向多元化消费生态转型，努力通过提升经营业绩回馈广大股东；此外，公司已连续5年推出股东回馈活动，答谢广大投资者对公司的支持。3、公司打造的“超级娱乐空间”努力从“单一观影”向“IP衍生+场景体验”的系统转型。例如与《光与夜之恋》等顶级IP联动，引入52TOYS、拍立方等新消费业态，孵化自有品牌，成立时光卡藏布局卡牌赛事与社群。4、2026年，公司衍生品业务以“联名IP合作+自有IP运营”双轮驱动，线上线下全链路运营，整体表现较好。子公司影时光以“IP资产化”为核心，围绕虚拟偶像、自有IP、艺人IP、授权IP四大板块进行组合经营，通过内容孵化、商品开发、场景运营与商业授权，形成放大商业收入能力与长期资产沉淀并行的商业闭环。5、未来，在“超级娱乐空间”战略的指引下，公司将聚焦“超级场景+超级IP”，将持续落地务实经营改革举措，持续优化业务结构、严控各项运营成本，深耕优质内容主业，大力拓展高毛利非票业态，完善IP全产业链变现模式，多措并举提升经营质量与盈利水平，

切实维护广大股东权益，稳步提升投资回报。

16.现在短视频是快餐，电影是正餐。贵公司要想摆脱困境必须出好的内容。

答:您好，感谢您的认可和建议！短视频与电影不是替代关系，而是互补关系。短视频以碎片化、快餐式内容为主，满足即时娱乐需求；电影以沉浸式、高品质内容为主，满足深度情感共鸣与社交需求。《给阿嬷的情书》等影片的成功印证内容为王的逻辑，只要内容优质、情感真挚、口碑驱动，就能突破短视频分流影响，吸引观众走进影院。公司将坚持精品内容战略，打造更多高品质、高口碑影片，强化电影独特的沉浸式体验，与短视频形成差异化竞争，共同繁荣文化市场。

17.请问咱们竟然还在推进超级娱乐空间可以学习一下抽奖的类似日本便利店那种抽奖盲盒，将那些手办当奖品。再搞点好的当一等奖特等奖。公司考虑过吗？

答:您好，感谢您的建议，公司关注到相关盲盒抽奖类消费玩法，也认可此类模式对提升线下消费氛围、带动非票业务的积极作用，目前公司在落地超级娱乐空间战略的实践中，已经结合自身影城场景、客群结构及实际运营情况开展过多种抽奖、福袋等营销活动，并持续探索多元化线下消费场景，稳步优化非票业务结构。

18.请问公司对2026年全年票房及盈利的具体预判目标？

答:您好，2026年电影大盘存在一定不确定性，优质影片是带动大盘增长的关键。除春节档已经上映的影片外，今年预计上映的还有《澎湖海战》《转念花开》《蛮荒禁地》《欢迎来龙餐馆》《抓特务》《女足》等国产影片和《蜘蛛侠：崭新之日》《沙丘3》《复仇者联盟5》《奥德赛》《小黄人与大怪兽》等进口影片。中国电影行业正在经历结构性调整，影院需要通过多元体验空间和多样化经营来吸引新观众，通过行业升级，逐步重新建立走进影院的习惯与意愿，尤其是年轻观众，进而形成健康、多元、可持续的产业生态。电影票房及项目收益存在不确定性，具体经营情况请关注公司发布的定期报告。

19.请问管理层对公司未来1-3年的市值目标有何预期？

答:您好，公司认为，市值是公司长期内在价值在资本市场的综合体现，受宏观经济、行业环境、市场情绪等多重因素影响，最核心的是公司的盈利能力和未来增长潜力。因此，公司专注于扎扎实实做好主营业

务，不断提升核心竞争力。未来1-3年，公司将坚定不移地推进“超级娱乐空间”战略，加速从单一票房依赖向“IP衍生+场景体验”的多元化消费生态转型。我们相信，随着公司业务结构的持续优化和经营业绩的稳步提升，公司的内在价值会不断增厚，市场价值也将得到合理体现。公司将继续加强与投资者的沟通，努力为广大股东创造长期、稳定的回报。

20.公司未来是否有现金分红、回购股份的计划？如何保障中小股东的长期投资回报？

答:您好，感谢您的提问。1、现金分红：根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》和《公司章程》等相关规定，截至2025年年末可供股东分配的利润仍为负值，2025年度不满足实施现金分红的条件。2、股份回购：公司目前暂无新的A股回购计划，后续如有安排将及时公告。3、保障股东回报：公司充分理解广大中小投资者对股价的诉求，良好的市值表现是公司和投资者们长期的共同愿望。但二级市场股价波动受到行业走势、市场资金面、投资者心理预期等多方面因素综合影响，与公司而言，努力做好经营和管理是提升市值的根本，公司将继续聚焦主业，战略落地，打造非票业务第二增长主线，同时加强与投资者沟通，增强信息披露透明度，争取以更好的业绩来回馈股东，不断提升公司长期内在价值。

21.今年会有送电影票的股东回馈活动吗

答:您好，公司重视股东回报，已连续五年开展股东回馈活动，2026年股东回馈活动请关注公司后续披露的公告。

22.万达影院定位超级娱乐空间，过去一年确实看到了线下空间内容的丰富，像时光里、52toys、联名IP等。挖掘和重塑线下确实是儒意与其他传媒公司的区别。陈董采访提到对影院爆米花味的美好烙印，但现在年轻人见过各种乐园和娱乐场所，对线下的要求变得很高，只是堆一些商品和小游乐项目很难形成吸引。同时公司财报里也提及新业务的收入规模比较小，应该支撑不了重运营。影院又是轻人力结构，对于多重内容引入支撑不足。这使得在线下塑造一个充满吸引力空间在人员和内容上都有非常高的挑战，收入和成本也并不匹配。请问这些层面公司是如何考量的？是否有门店模型已经跑通？或者后续会以什么方式来调优？

答:您好，我们摒弃简单商品堆砌的运营思路，而是把影城做成自有

/ 头部 IP 的线下体验入口（如《光与夜之恋》《疯狂动物城 2》联名），用强 IP 吸引年轻人，形成观影 + 互动 + 消费 + 打卡的闭环。目前已有部分标杆门店（上海五角场等）跑通单店模型，非票收入占比及用户复访率、停留时长均有明显改善。后续将持续优化内容与成本，以稳健方式提升非票收入，提升公司的经营业绩。

23.公司过去年报会重点提及影视板块业务，如动画作品真假美猴王、包公铡美案，今年财报中针对内容这块谈及比较少，请问内容部分投入是否会降低？内容的下步动作是什么？另市场动画愈来愈受到青睐，公司现在这两个系列动画电影是什么样进展，预计什么时候能上映？会成立专门的动画公司或者和上述两位导演团队强绑定吗？

答:您好，（1）公司内容板块的投入并没有降低。2025年，围绕“超级娱乐空间”核心战略，聚焦院线、影视剧集、战略投资、潮玩和游戏等多元业务发展，年报需全面反映各业务板块经营发展情况。内容制作仍是公司核心竞争力的重要来源，公司将持续参与优质电影和剧集的投资与制作。（2）2026年，除积极推进投资项目拍摄、制作和上映之外，公司将依托全产业链优势，大力发展平台型发行业务，除春节档联合发行《飞驰人生3》和《熊出没·年年有熊》、五一档主控发行《寒战1994》外，未来公司还将主控发行《蛮荒禁地》《转念花开》《狼家伙》《旺铺开业指南》《寒战1995》《西游记真假美猴王》《包公传-铡美案》等，联合发行《欢迎来龙餐馆》等电影项目。公司还将积极探索影剧同映创新模式，打通影院线下场景与流媒体平台协同联动，实现线上线下多元渠道创新发行，通过影剧联动、拼团观影、社群运营构建新的发行场景与IP商业化场景，推动内容产品向可持续运营的商业IP升级，实现内容价值最大化。（3）《西游记真假美猴王》和《包公传-铡美案》目前还在制作中，具体上映计划请以官方发布为准。（4）目前公司尚未披露成立独立动画公司的计划。在合作模式上，公司通过具体项目与优秀动画导演团队保持紧密合作，例如《西游记真假美猴王》由赵霁、张科执导，《包公传-铡美案》导演黄家康同样来自追光动画体系。公司将持续与行业头部动画人才以项目制或长期合作方式推进动画业务布局。

24.儒意的AH分属于两个公司，但在电影内容投资上却非常重合，如何保证两个公司独立性呢？距离去年上映的唐探1900，以及未来上映的转念花开等。

答:您好，关于儒意电影（A股）与中国儒意（H股）在电影内容投资上的独立性问题，第一，两家公司均为独立上市主体，各自拥有独立

的法人治理结构、董事会和管理团队，分别遵守A股和港股的上市规则及监管要求。第二，双方正在逐步解决同业竞争问题。根据股权收购承诺，公司应在2027年4月15日前解决同业竞争问题，目前公司正在积极研究，总体思路要兼顾双方股东的利益、战略方向、业务发展需求。第三，现有业务合作均通过规范的关联交易制度进行。儒意电影与中国儒意在影视项目上的合作（如《唐探1900》《转念花开》等），公司均按照深交所上市规则履行董事会/股东会审批程序，关联董事及关联股东回避表决，交易定价遵循市场化原则，确保公平公允。

25.请问儒意电影是否有主投主控龙餐厅？以及龙餐厅和转念花开什么时候定档？

答:您好，公司是《欢迎来龙餐馆》的出品方及联合发行方。《转念花开》和《欢迎来龙餐馆》预计将于今年暑期档上映，敬请期待。

26.今年何时召开年度股东大会？以及今年还会有类似于往年的股东回馈活动吗？还有是否有将万达电影院线的名字更改为儒意电影的计划？

答:您好，（1）2025 年年报披露后，年度股东会相关安排正按流程推进，公司将于6月30日前召开年度股东会，敬请关注公司公告。（2）公司重视股东回报，已连续五年开展股东回馈活动，2026年股东回馈活动请关注公司后续披露的公告。（3）公司已经完成公司名称及证券简称变更，原万达电影已更名为儒意电影娱乐股份有限公司，证券简称变更为儒意电影，万达电影院线目前已启动变更程序，预计于三季度变更完毕。

27.一季度，春节档公司投资的电影盈利多少？超级娱乐空间各板块目前的利润贡献占比是多少？公司有接近30亿的资金理财，未来有没有更具体的稳定公司股价的措施？请问董事长对公司未来发展前景有没有信心？

答:您好，1、具体影片盈利情况请关注公司发布的定期报告。2、“超级娱乐空间”各板块利润贡献占比，目前暂无公开拆分数据，具体可参考公司发布的定期报告。3、公司闲置资金主要用于低风险理财，以提升资金使用效率；稳定股价方面，公司认为经营业绩是市值核心支撑，将持续推进战略落地、提升盈利能力，并依法合规考虑相关措施，具体以公告为准。4、公司董事长对公司长期发展前景充满信心，将继续带领团队做好公司经营，推动公司稳健发展。

28.您好，寒战1994投资占比多少？3亿的票房算投资亏损吗？

答:您好，投资比例属于商业机密，公司经营业绩请关注定期报告。

29.您好，三口小时光味道不错，但很多人压根没有吃过，没有推广出去。公司是否可以尝试一下其他的办法？代言、免费给等待区的顾客发放试吃装等等。

答:您好，感谢您的建议。

30.公司有啥有效措施来提振股价么，比如增持，回购注销等？

答:您好，公司充分理解广大中小投资者对股价的诉求，良好的市值表现是公司和投资者们长期的共同愿望。但二级市场股价波动受到行业走势、市场资金面、投资者心理预期等多方面因素综合影响，与公司而言，努力做好经营和管理是提升市值的根本，公司将继续聚焦主业，战略落地，打造非票业务第二增长主线，争取以更好的业绩来回报股东，不断提升公司长期内在价值。我们相信，随着公司战略落地，公司业务结构的持续优化和经营业绩的稳步提升，公司的内在价值会不断增厚，市场价值也将得到合理体现。同时，公司将继续加强与投资者的沟通，提高信息披露透明度，努力为广大股东创造长期、稳定的回报。公司将根据市场情况，依法合规地推进市值管理工作，后续如有相关安排将及时公告。

31.贵公司已经出售投资博纳影业的股份，计入哪个会计季度收入？

答:您好，公司根据会计准则，平时使用公允价值计量该笔投资，公允价值变动计入其他综合收益，待处置时一次性转入未分配利润。目前，已于2025年出售时全部转入未分配利润。

32.目前公司2026年的储备片单有哪些？暑期快到了，暑期档是否有计划上映的影片？

答:您好，目前公司电影项目储备丰富，公司投资出品的《旺铺开业指南》《转念花开》《蛮荒禁地》《欢迎来龙餐馆》《寒战1995》《年会不能停！2》《“骗骗”喜欢你2》等电影也计划年内上映，《狼家伙》《西游记真假美猴王》《包公传-铡美案》《流浪地球3》等电影也在按计划推进。截至目前，公司出品及主控发行的《转念花开》、出品及联合发行的《欢迎来龙餐馆》预计将于暑期档上映，其他影片请关注公司后续发布的信息。

33.时光网是不是停止更新了

答:您好，时光网目前正在改版升级，敬请期待。

34.请教澳洲业务今年二季度及下半年经营形势展望如何？

答:您好，近期澳洲电影市场日渐恢复，澳洲院线HOYTS市场份额持续提升，目前对其二季度及下半年经营形势持乐观态度。

35.2026Q1营收同比-36%、净利同比-90%，现金流也明显下滑。二季度经营是否已环比改善？能否实现扭亏或大幅减亏？核心驱动（内容、影院、非票）是什么？

答:您好，电影行业受影片供给影响，电影大盘存在一定不确定性，且二季度为传统淡季，具体经营情况请关注公司发布的定期报告。同时，公司一季度并非亏损，并不存在扭亏或大幅减亏的问题。

36.转念花开和欢迎来龙餐馆定档暑假几月

答:您好，具体上映日期请关注后续发布信息。

37.从24年9月牛市以来公司股价不涨反跌，兄弟公司中国儒意都已经用实际行动回购公司股票，为什么儒意电影不回购，实际控制人也不增持呢，同业竞争问题也是迟迟没有进展！

答:您好，1、公司充分理解广大中小投资者对股价的诉求，良好的市值表现是公司和投资者们长期的共同愿望。但二级市场股价波动受到行业走势、市场资金面、投资者心理预期等多方面因素综合影响，与公司而言，努力做好经营和管理是提升市值的根本，公司将继续聚焦主业，战略落地，打造非票业务第二增长主线，争取以更好的业绩来回报股东，不断提升公司长期内在价值。我们相信，随着公司战略落地，公司业务结构的持续优化和经营业绩的稳步提升，公司的内在价值会不断增厚，市场价值也将得到合理体现。同时，公司将继续加强与投资者的沟通，提高信息披露透明度，努力为广大股东创造长期、稳定的回报。公司将根据市场情况，依法合规地推进市值管理工作，后续如有相关安排将及时公告。2、解决同业竞争是两家公司明确战略定位，实现资源整合的过程。根据股权收购承诺，公司应在2027年4月15日前解决同业竞争问题，目前公司正在积极研究并已有初步方案，总体思路要兼顾双方股东的利益、战略方向、业务发展需求。后续进展请关注公司发布的相关公告。

38.经过多年的连续计提减值，请教黄朔总公司目前资产质量是否已

达干净且质量较高水平？是否仍潜在较大额计提风险？谢谢。

答:您好，公司每年均根据会计准则及监管机构的要求，定期进行资产减值测试，邀请专业机构进行评估，并根据评估结果计提减值。2025年，公司也依据上述标准流程，对公司资产进行减值测试、评估并计提减值。

39.有没有世界杯专场转播权？

答:您好，感谢您的关注。公司影院赛事直播请关注后续官方发布的相关信息。

40.公司在降低负债方面有什么具体打算？

答:您好，公司在保证现金流安全的前提下，一直致力于降低负债规模。目前，国内有息负债规模已从历史高点46亿左右降至25亿左右，境外有息负债规模已从历史高点4.35亿澳币降至2.725亿澳币。

41.董事长你好，自从儒意接管万达电影之后，股价连创新低，是什么原因，公司有没有具体的市值管理或者稳股计划？

答:您好，控制权变更以来，公司以“超级娱乐空间”战略为核心，持续强化主营业务优势，聚焦电影产业链协同与优质IP运营，通过多元化经营、场景融合、跨业态联动等创新模式，及战略投资S2TOYS、拍立方等新消费品牌，推动公司从单一票房收入向多元化消费生态转型。公司通过场景化改造与沉浸式体验，打造以“IP衍生+场景体验”为核心的第二增长曲线，持续实现流量高效变现。在“超级娱乐空间”战略的指引下，公司聚焦“超级场景+超级IP”，持续落地务实经营改革举措，优化业务结构、严控各项运营成本，深耕优质内容主业，大力拓展高毛利非票业态，完善IP全产业链变现模式，多措并举提升经营质量与盈利水平，切实维护广大股东权益，稳步提升投资回报。公司充分理解广大中小投资者对股价的诉求，良好的市值表现是公司和投资者们长期的共同愿望。但二级市场股价波动受到行业走势、市场资金面、投资者心理预期等多方面因素综合影响，与公司而言，努力做好经营和管理是提升市值的根本，公司将继续聚焦主业，战略落地，打造非票业务第二增长主线，争取以更好的业绩来回报股东，不断提升公司长期内在价值。我们相信，随着公司战略落地，公司业务结构的持续优化和经营业绩的稳步提升，公司的内在价值会不断增厚，市场价值也将得到合理体现。同时，公司将进一步加强与投资者的沟通，提高信息披露透明度，努力为广大股东创造长期、稳定的回报。公司将根据市场情况，依法合规地推进市值管理工作，

后续如有相关安排将及时公告。

42.公司Q1财务费用环比上升的主要原因是什么？谢谢。

答:您好，相对于2025年4季度，公司2026年1季度利息费用下降，财务费用上升主要为根据新租赁准则，未确认融资费用摊销上升导致。

43.今年股东大会什么时候召开？

答:您好，公司将于6月30日前召开年度股东会，敬请关注公司公告。

44.影院属于重资产投资大，关键是今年票房持续下滑，对于影院经营者困难加大，希望管理层尽快关闭效益不好的影院减少亏损，增加对游戏，内容制作的投入，比如短剧或者ai的投入。

答:您好，公司持续关注下属影城经营状况，不断优化影院结构，动态评估并有序关停现金流持续为负、经营效益不佳的尾部影院，2025年新开业24家，关停15家影城，形成优胜劣汰、有进有出的动态机制，减亏同时不断提升整体资产质量与运营效率。2026年，公司将持续进行影城经营优化，提高整体盈利能力。

45.公司会员体系在今年有何变化？有什么具体的福利？

答:您好，公司始终高度重视会员服务体系建设，围绕不同层级会员构建了多元化、常态化、差异化的会员活动矩阵，持续优化会员观影体验。具体开展情况如下：一是常态化推出普惠会员票补，覆盖会员日常观影需求，有效提升消费性价比；二是依托平台APP针对热门影片开展专属运营活动，结合档期特色丰富观影体验；三是紧扣消费节点推出时令主题活动，近期已上线W+会员春日观影季，激活会员观影热情；四是Rtime会员提供按等级划分的差异化权益，实现精细化会员服务；五是W+会员开设专属专区，提供路演、首映礼、影视周边等高端专属活动，增强核心会员的尊享感。具体优惠措施请关注当地影城发布的相关资讯，欢迎前往公司下属影城观影体验。

46.公司在税收方面有何减免政策？是否可以争取到更多地方政府的支持？

答:您好，公司根据财政部、税务总局以及各地的相关政策，公司及下属子公司享受增值税、企业所得税等税收优惠政策，具体请参见公司定期报告。

47.公司除了传统的电影放映。是否有引进话剧、儿童剧，脱口秀等

其他形式艺术表演的计划？来提高影院的利用率、上座率。

答:您好，公司持续围绕“时光里”品牌、重要影片、重点制式开展多维度整合营销活动，积极拓展影院多元内容供给，打造同好聚集地，根据观众需求引入更多内容，2025年引入“F1西班牙大奖赛”“苏超联赛”等体育赛事直播，“英雄联盟全球总决赛”“王者荣耀年度总决赛”等电竞赛事直播及“维也纳新年音乐会”、儿童剧等跨界内容，打破单一观影场景局限，获取品牌曝光及人次转化，致力于让影院从单纯的观影场所升级为多元化的娱乐综合体。

48.五星级影城推进情况？以及imax激光焕新进展？至少目前所在城市没有一家儒意旗下的激光imax影厅？

答:您好，公司五星级影城进展情况请关注公司后续品牌发布会。公司持续推进放映设备迭代升级，夯实终端观影品质，截至2025年底已完成超过四千个影厅激光改造，满足观众多元化、高品质的观影需求，同时深化与IMAX、CINITY等高端放映品牌的合作，提高自有PRIME厅品牌影响力，充分发挥特效厅制式优势，实现效益与竞争力双提升。截至2025年12月31日，公司旗下拥有IMAX 394家，杜比18家，CINITY 52家，PRIME 132家，保持行业领先水平。

49.现在各地地方足球火热。公司有没有计划在足球直播上发力？特别是世界杯来临，公司有何具体的营销策略？

答:您好，公司已经陆续在影城内直播中超、苏超等足球赛事，日前已和“东北超”达成合作，成为东北超官方特许商品战略合作商，万达影城作为“官方第二观赛场”，将借助超大银幕、震撼音效、专属球迷氛围，陪观众解锁观赛新体验。本次吉林省万达影城助力“东北超”系列活动，将贯穿赛事全程，随着“东北超”赛事的推进，还将推出更多特色互动与优惠举措，持续放大“足球+电影”的融合效应。

50.公司电影上映业务营业收入的确认点是什么？什么规则确定营业收入？

答:您好，针对公司投资制作影片电影票房分账收入的确认原则为：在电影片完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电影片公映许可证》，电影片于影院上映后按确认的实际票房统计及相应的分账方法所计算的金额确认。

51.公司是否在影视剧集方面需要布局？具体有哪些电视剧？

答:您好,剧集方面,各项目均在有序推进筹备与排播工作,其中《黑夜告白》于2026年4月26日在优酷独播,《耀眼》《万古最强宗》《龙骨焚箱》《非正式浪漫》(原名《遇人不熟》)《一路灿烂》《爱情有烟火》《喜剧之王》《检察官与少年》《叱咤之城》等剧集项目将陆续上线播出,《我与爱同谋》于2026年5月6日开机拍摄。

52.飞驰人生3的利润已全部计入一季度了吗,还是二季度是大头

答:您好,针对电影票房分账收入,公司在电影上映期间根据每月实际票房及相应的分账方法所计算的金额确认收入,因此已在一季度确认票房分账收入。

53.公司在手的游戏储备都有哪些?

答:您好,公司子公司互爱互动积极响应国家文化出海战略,以“跨界塑造超级IP,进军全球市场”为经营策略开展各项工作,持续构建并完善覆盖IP合作、研发协同、全球发行的完整产业链条,着力推进海外发行,2025年其海外发行收入占收入比例约50%。除扎实做好《圣斗士星矢》系列及《秦时明月:沧海》等重点项目等精细化运营,互爱重点强化孵化项目管理,当前在研产品储备丰富,涵盖孩之宝授权的《变形金刚:新纪元》、经典动漫《乔乔的奇妙冒险》、现象级动漫IP《吉伊卡哇口袋》、上美影动画改编的《我为歌狂旋律重启》以及街机情怀IP《彩京》等10余款产品,类型多元、覆盖广泛。其中《变形金刚:新纪元》与《乔乔的奇妙冒险》已于2025年顺利取得版号,预计将于2026年在海外及国内市场陆续公测。与此同时,互爱互动持续与多家版权公司洽谈IP合作,为长期发展储备更多优质IP,2025年达成多项IP战略合作,成功签下包括法国Gameloft旗下经典IP《地牢猎手》以及Tecmo殿堂级动作游戏IP《忍者龙剑传》在内的5款IP,为公司IP矩阵注入了深厚的经典底蕴与多元活力。

54.为什么感觉近一年内万达影视参投好电影的比率下降严重?是否为解决同业竞争时压价作准备?

答:您好,1、2025年,子公司万达影视持续强化内容生产全产业链能力,深耕开发、制作与发行核心环节,加大优质影片投资布局力度,实现重大档期全覆盖,参与投资、发行的影片13部,年度累计票房突破100亿元,其中《唐探1900》实现票房36.12亿元,排名全年票房榜第三,《南京照相馆》实现票房30.17亿元,成为暑期档票房冠军。2026年一季度,公司出品及联合发行影片《飞驰人生3》《熊出没·年年有熊》、

	<p>参与出品影片《惊蛰无声》《镖人：风起大漠》上映，取得较好的口碑和票房表现，其中《飞驰人生 3》实现票房 44.11 亿元，获得春节档票房冠军。目前公司电影项目储备丰富，公司投资出品的《旺铺开业指南》《转念花开》《蛮荒禁地》《欢迎来龙餐馆》《寒战1995》《年会不能停！ 2》《“骗骗”喜欢你2》等电影也计划年内上映，《狼家伙》《西游记真假美猴王》《包公传-铡美案》《流浪地球3》等电影也在按计划推进。2、公司不存在相关情形。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	
日期	2026年05月22日