

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：2021-02

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（股东大会暨投资者交流会）
参与单位名称及人员姓名	高毅资产 张继枫 东兴证券 高坤 华融证券资管 刘捷 华夏未来资产 褚天 九泰基金 周阳皓翔 农银人寿 吴婧 深圳正圆投资 黄瑞赟、龙铮 一丰投控 丛山 长盛基金 乔培涛 中国人寿资管 孙聪 中华联合保险集团 谢璐 安信证券 冯静静 德邦证券 贾伟 方正证券 方博云 广发证券 朱国源 国盛证券 吴珺 华安证券 陈磊 华创证券 费磊 华泰证券 周钊 海通证券 郝艳辉 瑞银证券 胡昶 首创证券 李甜露 天风证券 张爽 新时代证券 陈磊 招商证券 谢笑妍 中金公司 张雪晴 中泰证券 康雅雯、朱骏楠 中信建投 杨艾莉
时间	2021年5月19日 14:30

地点	万达文华酒店 7 层如意厅
上市公司接待人员姓名	<p>万达电影董事长、总裁 曾茂军</p> <p>万达电影执行总裁 陈洪涛</p> <p>万达电影董事、副总裁、董秘 王会武</p> <p>万达电影董事、万达影视总经理 尹香今</p> <p>万达电影副总裁、财务负责人 黄朔</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请问公司怎么看待影视和院线行业的未来趋势？我们看到疫情后公司的市占率提升非常明显，是个好的现象，这主要是由于行业出清带来的么？这种市占率的提升会是可持续的么？</p> <p>曾茂军：行业环境趋势来看，中国电影天花板还远远未到。第一，去年疫情恢复后上映的《八佰》在上座率 50%限制下票房超过 30 亿；今年春节档首次创下中国电影史上两部影片超过 45 亿票房，大盘同比 2019 年历史最高峰提升超 10%；刚刚过去的五一档同比也取得历史最好成绩，只要有好的内容，电影票房仍然可以继续创新高，这个大趋势没有改变。随着疫情的恢复，过去几年累计下来很多影片会在 2022 年释放，好莱坞也有很多电影将会在 2022 年全面上映，相信 2022 年会成为电影市场内容的一个大年。</p> <p>第二，行业出清。去年全行业影院关店数量约 10%，今年春节后少部分低效影院也在陆续关店。一方面，行业低端影院的关店，使头部影院有了更多机会；另一方面，管理能力较强的优质院线，在疫情之后提升自己的市占率，竞争能力加强，万达电影就是一个典型。疫情后，公司市场份额快速恢复到 14.5%以上，较 2019 年 13.5%的市场份额提升了一个百分点。</p> <p>除行业出清因素外，另外一方面是因为疫情之后公司推出了多项创新活动，整合大客户资源，带来市场份额和观影人次的提升，其中约 52%来自拉新用户。公司新的五大系统已全面上线，从票价、排片都实现了非常好的管控，减少了一线影城对大盘预判失误的可能性。除对外拓展外，公司也精练内功，与物业方进行了疫情期间和后续租金减免谈判，长期利好公司租金。未来公司的市占份额会持续提升，成本同比疫情前也会大幅降低。</p> <p>公司希望努力每年提升 1 个百分点。目前，万达电影的单银幕产出远高于同业平均水平，重要档期的观影人次提升也远高于同业平均水平。过去万达电影整体票价略高于行业平均水平，随着公司票价降低带来了大量观影人次的增长，整体上，公司观影人次的增长远好于行业平均水平。同时，由于公司非票房收入占比较高，卖品的经营和其他广告收入均与人次相关，因此观影人次带来的边际效应行业领先，所以公司</p>

这种市占率的提升是可以持续的。

2、疫情下，不少影投公司都放缓了影院扩张速度，但是公司相对还保持较高的增速，公司后续影院建设计划如何？非万影院的占比，影院数量和区域位置方面是否发生变化？

陈洪涛：（1）建设计划：行业影投公司确实有很多放缓投资的步伐，万达电影在逆势上扬，这刚好是公司的一个机会。2020 年公司全年新开业影城 64 家，2021 年计划开业约 60-70 家。

（2）影院占比：目前公司影院数量共 712 家，万达广场影院占比约 60%，非万达广场影院占比约 40%。

（3）区位布局：影院区位发展方向方面，公司也有清晰的发展和扩张思路。对于目前还有的一些市场空白点，公司会快速占领，一二线城市目前市占率不到 15%的区域是公司重点发展区域。非万达广场影院主要定位一二线城市发展，三线城市的好影院公司也会进一步发展，四五线城市则主要随着万达广场的下沉而下沉布局。万达广场在四五线城市品牌和整合资源的能力优势明显，可以在当地起到聚集和龙头优势作用。

曾茂军：公司扩张能力和优势：第一，公司每年自有影城发展约 70 家左右，预计未来每年万达广场开业数量 50 家左右，非万广场店 20 家左右。万达广场整体经营能力较强，万达广场影院（单银幕产出）约为行业的 1.5 倍，奠定良好的票房表现基础。第二，公司资本保障充足，去年完成再融资后截至 2020 年底账上现金接近 50 亿人民币，成为行业少数具备快速扩张能力的影投公司。第三，公司非万广场影院近年来也加大了与重要优质开发商的合作，如中粮大悦城、宜家荟聚、合生汇、龙湖等；近两年也推出了高端品牌寰映影城，与多家高端的开发商合作，目前寰映全国开业项目超过 15 家，整体票房量级处于当地前列，例如北京合生汇寰映影城票房量级在北京排名前三，春节期间票房产出排名首位。

3、公司目前特许经营加盟落地情况如何？未来特许经营加盟影院会不会拉低万达影院的品质？特许经营权授予之后，加盟影院有没有具体的业务改善，可以参考哪些指标？

陈洪涛：公司去年 6 月推出特许经营加盟战略以来得到了市场非常好的反馈，已签约影院 300 余家，已开业 19 家，开业影院反响较好，弥补了公司在这些城市和区域布局的空白点，同时也强化了公司在当地的市场占有率，并保持相对市场优势。

影院选择方面，公司有一套标准和流程，会对影院所在的城市、区位、商圈、市场、消费习惯、观影习惯等做全面评估，选择能够获得局

部竞争优势的影院进行加盟，输出万达的品牌管理和体系优势。公司也建立了强大的特许经营加盟影院追踪和服务保障体系，包括人员培训、影院管理、团队跟进，能够保障从选好选对影院到后续的持续跟进，保障品质不下降。同时，公司也会对特许经营加盟影院票房进行评估，不会选择票房较低、选址不佳、现金流存在风险的影院。

目前开业的特许经营加盟影院业务在推进当中，效果改善还需进一步观察，但第一，特许经营授予后加盟影院获客能力会大幅度提升；第二，公司现在也在全面打通会员，也将让特许经营加盟影院获得会员支持，同时降低整个采购成本。因为万达影院的标准比行业标准更高，所以公司体系支撑的力量也较强，能够大幅提升加盟影院的服务品质。综上，公司将提升整个加盟影院的市场竞争力，把加盟影院打造成独树一帜、处于当地有利地位的影院。

4、公司目前在内容板块是如何定位和计划，《唐人街探案 3》取得了 45 亿的票房成绩，该系列是否会继续开发？

尹香今：疫情期间公司全面梳理了旗下内容公司，确立了三驾马车的策略。万达影视主要定位精品电影的创作和制作，新媒诚品聚焦头部电视剧和网剧内容，骋亚影视以创新型的网生内容为主。今年和去年档期来看，影片头部化趋势明显，所以公司内容创作上以精品内容为主，主要的理念是“内容为王”，挖掘有潜力的 IP，储备一些有持续开发能力、系列化开发的 IP。

非常感谢全国观众对唐探系列电影与《唐人街探案 3》的喜爱和支持。公司会继续深度挖掘唐探系列，即将启动《唐人街探案》网剧第二季的工作，同时也会继续开发《唐人街探案 4》电影，目前剧本正在磨合中，希望大家期待下一部唐探系列的精彩亮相。

5、唐探系列外，公司还有哪些高价值的 IP？

尹香今：除唐探 IP 之外，这几年公司也根据前几年取得比较好票房收益的类型题材的电影，全面梳理了万达电影自有 IP，形成了除了唐探以外的六大系列：

(1) 鬼吹灯系列：目前《鬼吹灯之天星术》已经完成制作，将择期上映；《寻龙诀 2》主创全部到位，正在积极筹备拍摄，预计今年下半年开机。

(2) 科幻和奇幻系列：包括雨果文学奖获奖小说《北京折叠》改编的《折叠城市》、《外太空的莫扎特》，还有与郑渊洁老师合作的奇幻电影《罐头小人》目前正完成最后的后期制作，计划暑期上映。

(3) 热血主旋律系列：包括刘伟强导演监制的《维和防暴队》，目前已完成拍摄工作，正在进行后期制作，将择期上映；抗疫题材电影

《没有一个春天不会来临》已完成前期拍摄工作，正在后期制作；也在积极开发《神舟》《上甘岭》等热血主旋律影片。

(4) 悬疑探案系列：《误杀 2》全部的主创已经集结完毕，准备拍摄；由陈思诚导演本人监制和他的团队进行剧本开发的电影《三大队》目前正在洽谈主创，也是公司明年的一部重点影片。

(5) 青春题材系列：包括 6 月 12 日上映的《2 哥来了怎么办》、《想见你》电影版、《我才不要和你做朋友》、《人间告白》都在积极的创作和筹备拍摄阶段。

(6) 动画电影系列：除真人电影外，公司也积极布局动画电影。包括计划每年生产一部的《海底小纵队》大电影；7 月 9 日将上映和央视动漫合作的《大头儿子和小头爸爸 4》。

上述六大系列的作品满足不同档期对于不同的体量和不同类型题材作品的需求，均衡布局。

6、今年暑期档和后续档期有哪些值得期待的电影和电视剧？

尹香今：电影方面，今年公司已上映《海底小纵队》《唐人街探案 3》两部院线电影。公司后续端午档期 6 月 12 日将上映《2 哥来了怎么办》，7 月 9 日上映《新大头儿子小头爸爸 4》，8 月计划上映根据郑渊洁少年童话小说《皮皮鲁和鲁西西》系列改编的电影《罐头小人》。年内，还将有已经完成后期制作的《鬼吹灯之天星术》《想见你》《维和防暴队》，以及抗疫题材电影《没有一个春天不会来临》等多部电影择期上映，将会陆续公布档期。

电视剧方面，公司上半年已播出《妈妈在等你》《号手就位》。其中，《号手就位》刚刚在浙江卫视、江苏卫视和优酷播放完毕；《妈妈在等你》此前在中央台播出，也取得了收视率第一的成绩。后续，5 月还将有《燕归西窗月》在腾讯视频播出；6 月《一见倾心》在优酷播出；7 月《最灿烂的我们》在江苏和浙江卫视播出，以及《亲爱的爸妈》在湖南卫视播出。与此同时，《谢谢你医生》以及《爱的二八定律》也会陆续择期上映。另外，公司与爱奇艺合作根据《仙剑 4》游戏改编的电视剧也计划在下半年开机；以及柳云龙导演的谍战大剧《叱咤之城》《闪耀的品格》《爱情触手可及》也在积极储备，计划下半年拍摄。

7、目前进口片恢复情况如何，公司认为制约当下进口片的因素有哪些？对后续进口片的市场预期如何？

曾茂军：进口片减少主要受欧美的疫情影响。但随着《哥斯拉大战金刚》全球票房的热卖、在中国取得怪兽题材最高票房成绩，好莱坞公司也看到了疫情后全球市场的恢复能力。目前《速度与激情 9》将在中国 5 月 21 日领先全球上映，《沙丘》有望年内上映、其他一些重量

级影片也在协调当中。进口影片的引进和上映主要取决于好莱坞公司的选择以及全球疫情控制情况。目前中国疫情防控形势的稳定向好，随着欧美等全球电影主要票仓区域的疫情逐步得到控制，预计从暑期开始陆续将有多部电影上映，明年好莱坞的电影会全面恢复到疫情前。

8、公司账面商誉还有 45 亿，主要是澳洲部分，澳洲目前经营情况尚未完全恢复，若亏损，是否还会减值？剩余万达电影商誉是否还会发生减值？

黄朔：目前公司剩余 45 亿的商誉，约 35 亿是澳洲院线，另外 9.88 亿是影视内容板块。澳洲院线自收购以来业绩稳步提升，比收购以前提高了 80-100%，市场地位非常稳固，市场占有率也稳步提升。虽然短期内受到疫情影响，但目前来看疫情后的业绩恢复还是比较乐观的，4 月份由于《哥斯拉大战金刚》票房超预期，澳洲院线的票房也已经恢复到了 2019 年的 80%。同时由于澳洲电影市场也比较稳定，所以不存在商誉减值风险。

影视内容板块方面，公司进行了全方面的战略梳理，以降低业绩波动性，提高稳定的经营业绩。无论是电影，还是电视剧包括网生内容都制定了长期的战略，IP 储备也比较丰富。接下来公司将利用现在的 IP 储备和制作能力，依托院线的平台，未来努力保持业绩的稳定的输出。

9、市场传闻公司将出售澳洲院线，是否属实？目前澳洲院线恢复情况如何，如果尚未恢复到疫情前的水平，出售价格会不会受到影响？

王会武：首先，对于任何一个上市公司来说资产的出售、购买、并购都要符合公司的整体发展战略，并且要本着股东利益最大化的原则，符合上市公司的利益要求来进行综合考量。

澳洲院线从公司收购以来，经过公司的管理经营，一直是非常优质的资产，整体的现金流和净利润一直是稳定输出，疫情前每年大概会贡献 2.5-3 亿净利润。从中国电影市场的恢复来看，随着好莱坞市场影片的供应恢复，澳洲预计也能像中国市场一样进行恢复，同时澳洲的疫情管控也是比较严格和有效的，公司对于澳洲院线也是非常有信心。

曾茂军：首先，目前澳洲院线的现金流是充足的，随着疫情的向好，澳洲院线经营恢复的情况好于预期，4 月单月已实现盈利。除影院业务外，其广告业务也在快速恢复，包括购物中心的大屏广告、电影院广告等，整体占澳洲 95% 的市场份额。其次，公司收购澳洲院线后，其整体经营状况也大幅改善，由收购前的亏损到后来每年为公司贡献稳定的净利润。因此澳洲院线对于公司来说，无论是现金流还是利润都是一个正向的作用。未来是否会进行出售，公司会综合考虑可能对公司带来的影响决定。

10、疫情对万达来说是一个提高市占率的机会，但随着疫情回归到一个常态化状态以后，万达如何来进一步的提高市占率水平？未来在中国的电影行业，或者院线行业，万达可能达到的一个远期市占率的水平大概是多少，能不能达到澳洲或者是欧美更高的水平？

曾茂军：首先，全球的院线基本上集中度都相对较高，比如美国和欧洲，前四名的院线集中度都在 60%以上，第一名院线基本上都在 25%以上，而澳洲第一名院线份额基本上也在 30%左右。中国现在有 49 条院线，院线的数量相对较多，但尾部院线票房有限可能不足以支撑其未来的发展，预计未来无论是行业的资源还是集中度都会向头部集中，头部院线的市场份额还会有较高的提升空间。

其次，影院投资虽然相对于房地产属于轻资产，但相对电影内容而言仍是重资产，单个影院建设大概需要 1000-2000 万，对资金要求较高，而行业中具备较多现金储备的公司仍相对稀缺，因此投资规模受限。而对地产开发商也更愿意委托管理能力较强的公司进行影院运营，因此预计未来院线和影投公司数量会有所减少。疫情期间公司推出了轻重并举的战略，今年以来签约的很多轻资产项目都是地产开发商投资建设，委托公司进行管理以提升影院的经营效率，而对于公司而言，没有资金投入、没有风险，也不存在经营亏损，所以未来公司在电影院的投资建设方面是可持续的，相信市场份额也可以获得稳步提升。

另一方面，目前公司已拥有五大管理系统，每年也会投入较高的科技化和信息化费用，但由于公司已拥有超过 700 家影院，未来每年还将新建 60-70 家影院，再加上特许经营加盟扩张，未来整体管理费用会不断降低，经营效率也会不断提升。目前公司已经具备了很多输出能力，成为了科视全国最大代理商，也是全国最大的氙灯代理商，所有安装和调试都是由公司来完成。疫情期间，公司还承接了 IMAX 在国内的安装和调试工作，这些都将给公司带来更多边际效应的提升。

11、特许经营是否是比重资产更好的商业模式？没有成本投入、没有亏损，可以更快扩张？轻资产预计未来每年发展多少家？

曾茂军：如果公司只通过重资产项目扩大规模，对现金流来说将是很大的考验，未来的财务成本也会较高，因此公司未来将通过轻重并举的模式进行稳步扩张，更好的降低经营风险。2020 年公司意向签约特许经营加盟影院超过了 300 家，预计从明年开始大部分将陆续开业。公司计划轻资产模式影院每年大概会有 100 家左右开业，轻资产影院的数量规模会更大，但整体票房水平会低于公司自建影院。

12、公司明年万达广场的租金可能要调整，今年非万达广场这一块整

体的租金占比大概是多少？

曾茂军：万达广场影院租金全部是分账模式，统一为净票房的11%。根据协议约定，每10年评估一次，评估的依据是承租的所有非万物业的平均租金，且最高不能超过13%。

公司非万物业影院里很多是有保底租金的，疫情之前保底租金大概按照11%-13%的比例进行测算，现在由于疫情原因保底租金折算下来的比例就会偏高，并不准确。

疫情期间公司经过持续和业主谈判，很多非万物业影院都取消了保底租金，改成了分账模式。公司新开影院的合同也大多规定了如因不可抗力导致影院停业则租金相应减免。

13、2017年之前公司整体净利率很高，假设票房稳定在800亿左右，按20%的市占率来算，公司毛利率能达到多少？

曾茂军：目前很难预测未来的毛利率水平。第一，票房是分账制，片方分账与影院端分账是43%和57%，影院租金有的按净票房比例缴纳、有的有保底部分，有一定不确定性。第二，目前公司人均卖品消费7.2元，超过行业一倍。第三，公司广告收入基本占到整体票房的10%。一旦超过盈亏平衡点，公司利润弹性就会非常好。去年公司经营利润亏损20亿，今年一季度实现5.24亿盈利，马上就能大幅度改善，弹性非常大。这是服务业和制造业最大的一个区别。制造业的进货成本和人工成本相对比较固定，服务业不太一样，特别是有保底租金的影院。

14、万达影视后面整体的影片体量较小，公司怎样考量这一块的利润？

尹香今：公司内容板块目前是三个体系，分别是电影、电视剧以及网剧，三部分共同贡献利润，每个团队都按照自身业绩计划去完成。

曾茂军：除3个内容板块外，公司并购的游戏板块也是一个利润贡献点，公司下个月将会发行几款新游戏上线，今年游戏板块会好于去年表现。

15、目前广告行业整体增速并没有那么高，但直播的线上广告增速却是非常高的，这一块对于公司院线端的广告未来的发展，公司是怎么看待？

曾茂军：近几年传统广告业务增长放缓，新媒体端增长较快。公司近两年也对广告业务进行了很多创新，如公司的直播抖音代运营业务开展后，签约了多家品牌。希望公司广告业务未来的定位也有一些改变，从过去传统的电影院银幕广告转变成为营销整合商。今年，公司也会将广告业务与万达商业管理资源进行整合，使公司广告业务能够覆盖更多广告资源。公司目前也在开发线上广告投放平台，区别于传统广告投放

模式，它可以精确到每一家店、每个屏，带来更大的长尾效应。同时，公司也会打通线上线下，与多家公司合作，延续广告业务。整体来讲，公司广告业务增长幅度比传统媒体要好，但与新媒体相比仍有一定差距。

16、电影行业供给不均衡、需求波动，短视频、虚拟娱乐带来冲击，电影市场的未来在哪里？面对外部竞争对手们的这些变化，公司未来会走向什么方向？

曾茂军：过去行业里内容公司相对较多，按全球趋势来看，最终内容还是会向几家头部公司集中，头部公司的盈利能力较强、布局更长远。在内容公司非常分散的情况下，也造成一些档期认知误区的存在，认为大档期能够带来高票房，产生档期扎堆现象。但实际情况来看，热门档期集中效应较强。所以，片方也会去思考，在重要档期的时候能不能进入头部之列，如果进入不了，那就是风险。正是基于这个原因，内容公司也看到了趋势变化，所以他们会做一些中小成本的电影，不再去挤大的档期。相信未来中国电影一定会像好莱坞，全年的档期相对均衡，大档期会有重量级的电影，平时也会有一些中小体量电影，未来电影的波峰和波谷不会有这么大的差异。

万达电影作为行业领先的院线，每年会观看百部电影，有机会看到更多的内容，判断也会更准确。公司从市场出发向内容走，出现极端风险的概率较低。公司未来的布局也将是大成本、中成本和低成本影片同时布局。每年超过十部的影片中，大制作影片一到两部，中等体量三至五部，还会布局一些中低成本影片，一旦成为爆款，有望获得很好收益。

17、随着公司的降本提效、推出五大系统，利润率会有什么变化？

曾茂军：一季度公司恢复状况较好，实现超过 5 亿净利润；二季度单季度也将能够盈利，近期公司播出的几部电视剧会在二三季度持续结算，6 月底将有几款游戏开始陆续发行。

电影院板块，对于影片内容有比较大的不确定性，需取决于大盘表现，目前无法明确利润水平，但内容板块可控性相对较强，后续几部电视剧已与电视台及网络平台确认采购、签约协议。

18、（1）公司的特许经营加盟分为 AB 模式，在这两种模式下，公司比较青睐于加盟商会选择哪一种模式？（2）《唐人街探案 4》目前整个故事的构思大概是什么？《误杀 2》是以什么样的故事展开？创作班底是什么样的？

曾茂军：（1）公司特许经营业务有 ABC 三种模式，C 是普通加盟，

	<p>院线收取一定管理费，不是重点。公司重点发展的是 A 和 B 模式，A 模式使用万达品牌，全部委托公司来运营。B 模式也使用万达品牌，由公司派驻店长，统一使用万达系统，以保证经营的规范性。通过特许经营模式的推广，一方面公司具备了快速扩张的能力，另一方面也能够提高每家影城的经营能力，因此公司特许经营影院的数量会越来越多。</p> <p>（2）未来唐探电影系列的开发会有两个方向，一是类型化，类似唐探第一季网剧，类型化非常明确，同时公司也会加大成本控制；二是公司会根据广大观众反馈的建议进行思考和改善，既要作为类型片强化悬疑元素，也要保持合家欢属性。《误杀 2》可能是类型、主创团队的延续，而非完全是故事的延续。</p> <p>19、（1）公司有没有中长期的制片人核心制的规划？（2）是否有盲盒或超玩这一类非票房业务的计划？（3）当下剧本杀和密室逃脱等比较热门，公司在编剧、悬疑、线下运营等方面有一些优势，未来是否会往这个方向发展？</p> <p>曾茂军：（1）目前国内电影仍是以导演为中心制。公司近几年一直在推行“菁英+”计划，核心就是通过 5-10 年的培养，培养出一批年轻的导演和编剧。未来公司也会继续坚持邀请成熟的导演做监制，加公司培养的年轻导演模式。</p> <p>（2）公司非票业务一直以来在行业内做得相对较好，目前公司卖品收入占票房收入大概在 18%-20%，大幅高于同行业平均水平，但较海外成熟市场仍有较大差距，因此未来还有很多提升空间，公司也会继续努力提高非票房收入。</p> <p>（3）创新业务方面，公司去年启动的侏罗纪实景娱乐项目就是一个全新尝试，除此之外公司还拥有 5、6 个超级 IP 的侏罗纪模式，随着疫情结束，线下沉浸式的体验消费预计将会有快速增长。今年，公司也计划在电影院场景里面做更多创新经营业务，比如说剧本杀、多功能影厅等，同时也计划和游戏头部公司进行一些合作。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 5 月 19 日