

北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-01

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	郭堃-长盛基金，胡云-泓德基金，贾静雯-华夏基金，李绮雯-博时基金，付伟-博时基金，傅滨容-九泰基金，赵万隆-九泰基金，豆怡凡-汇丰晋信基金，吴沛霖-招商基金，陈玮-中海基金，王语嫣-华泰保兴基金，张杰伟-华安基金，高坤-东兴基金，尤鑫-湘财基金，张爽-建信基金，吴桐-山证（上海）资管，朱维缜-交银施罗德基金，李震琦-交银施罗德基金，梁雪-创金合信基金，邹伟钰-中信保诚基金，吴午-长盛基金，周凡舒-融通基金，李伊冉-广东正圆私募基金，厉楠-凯石基金，翟一柠-泰康基金，王晴-诺安基金，张帅-新华基金，成斐昶-新华基金，计宇诚-华安基金，许娟-摩根士丹利，魏伊静-花旗环球金融，林丽芬-上海理成资管，罗采奕-珠海德若私募基金，苏雪晶-青骊投资管理（上海），刘宝军-上海名禹资管，赵晚嘉-北京神农投资，王玉柱-晟视天下资管，邹文俊-上海世诚投资，黄梦可-耕霖（上海）投资，王蒙-上海明河投资，王卓-上海卓铸私募基金，王著-上海卓铸私募基金，何海涛-北京永瑞私募基金，曾旒微-上海信璞私募基金，李米宜-上海卓铸私募基金，董豪-上海卓铸私募基金，彭杨-明世伙伴私募基金，孙丹蕾-陕西文投资管，林开霏-海南硕腾私募基金，蔡佳成-中信建投证券，杨艾莉-中信建投证券，白云汉-信达证券，张良卫-东吴证券，郭若娜-东吴证券，谢华-中海基金，郜子娴-国元证券，林挺-山西证券，郑磊-太平洋证券，李林卉-太平洋证券，朱珠-华鑫证券，吴婧-华创证券，焦杉-中金公司，张丰淇-方正证券，苏畅-中银国际证券，冯海星-西部证券，刘言-西南证券，苟宇睿-西南证券，李芋漪-国泰君安证券，李瑶-民生证券，姚蕾-国联民生证券，徐呈隽-广发证券，吴倩-国

	<p>海证券，周钊-华泰证券，陈磊-浙商证券，刘一哲-中泰证券，曹睿-天风证券，陈子怡-东方财富证券，应豪-甬兴证券，陈良栋-华源证券，魏桢-华源证券，向兰-中泰证券，吴玉林-兴业证券，孙小雯-海通证券，赵航-上海申银万国证券，Ryan WANG-星展证券（中国），王建会-首创证券，康雅雯-中泰证券，魏连昆-招商证券，朱珺-华泰证券，孙伯阳-长江证券，顾佳-招商证券，孙张晋-汇丰前海证券，马晓婷-国金证券，韩京-汇丰前海证券，李青萱-中泰证券，李雨琪-东方证券，叶敏婷-中信证券，蔡瀚毅-中信证券，方一琛-浙商证券资管，周文菁-中金公司，秦瑜瞳-东方红，周嘉凯-申万宏源证券，谢璐-中华联合保险，郑及游-东兴证券，高歌-开源证券，蔡洁-华龙证券，陈凯南-北京国际信托，吴桐-宁银理财，邢涛-农银理财，肖伟-招银理财，李子悦-兴业银行，张惠灵-Alpines Capital Limited 松垚资本，董山青-海通证券资管，范舰阳-泽泉投资，何慧-天风证券，谢笑妍-招商证券，汪辰-橡树岭资管，董晨-正格资本，王梦如-紫金矿业投资（上海），翟宏旭-华夏久盈资管，喻春琳-太平洋资管，张玮-太平洋资管，付丹婷-北大方正人寿保险，文洲-上海师正投资，吴超-深圳市辰禾投资，黄静仪-广发证券，刘荫涛-工银理财共 127 人。</p> <p>（以上排名不分先后。提示：参会人员名单由组织机构提供并经整理后展示。公司无法保证参会人员及其单位名称的完整性、准确性，请投资者注意。）</p>
时间	2025 年 4 月 23 日
地点	公司会议室
形式	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）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>Q1: 影视行业一直存在大小年问题，所以对于很多公司的业绩持续性一直比较难预测，只有迪士尼通过 IP 衍生品和迪士尼乐园使得收入持续稳定增长，光线未来如何面对这个问题，在 IP 和衍生品的业务开发，有什么具体的战略规划</p>

A: 这个问题提到了我们近期正在努力的一个重点方向。公司要怎么优化商业模式，尤其在遇到行业增长乏力，甚至可能会出现票房下滑的情况下，怎么保持持续增长？我们的答案是调整公司的定位，去适应新的市场环境下的市场需求。这个工作我们已经做了一段时间，《哪吒之魔童闹海》上映之后，我们更坚信了调整的思路是正确的。

一、公司的定位将从“高端内容提供商”向“IP 创造者和运营商”转化。

“创造者”侧重内容，“运营商”侧重商业，所有这一切都是围绕可以持续开发价值的 IP 来进行的。原来我们是电影的生产者，主要的收入和利润来自于电影项目，以票房为主，也有一部分艺人经纪、版权、音乐等收入，还有剧集的收入。但总体来讲，这些收入具有波动性，可复制性和可持续性偏弱。而进入新的定位后，公司将围绕 IP 进行多方位的运营，使公司的业绩在一定程度上可持续、可预测、可复制、可拓展。

二、作为“IP 创造者”在业务上的转变，包括以下几点：

1. 在类型上，公司资源更多向动画电影倾斜。动画电影是我们的优势，这些年来我们一直在积累动画方面的资源、人才，也在探索组建比较完整的动画电影产业链，为接下来 IP 的拓展打下了非常好的基础。

2. 真人电影仍然要做，但重点是“大片、类型化、系列化、完全的创新”。真人电影有自己的 IP 逻辑，比如可以带动艺人，我们的艺人经纪业务近几年表现不错；还有音乐业务，我们电影的主题曲、插曲、推广曲、片尾曲等等很多都是属于公司的，我们已经成为国内领先的影视音乐制作公司之一；再有版权，我们正在构建一个庞大的版权库，真人电影占据主要的位置，版权库的价值也会越来越凸显。没有自己的 IP 逻辑、不能产生 IP 价值、也不具有单片爆发力的影片，可能就不会去做。

3. 在厂牌分工上，前几年我们已经在公司内部强调“全员动画公司”的概念，目前除了彩条屋和光线动画外，还有其他厂牌已经开始在做动画电影；同时，我们还计划继续组建新的动画厂牌。这样几乎所有电影

厂牌都介入了动画电影业务，为我们接下来生产更多动画电影以及提高动画电影的制作标准蓄力。

4. 持续扩充动画电影产能。光线动画现在分成两部分，一部分是负责项目的策划、剧本等等的项目部；另一部分是动画的制作团队，目前已有 150 人左右，还将继续扩充，有可能在明后年扩充到 300 人以上，这样可以达到一年生产一部半到两部的高质量动画电影的生产能力。

三、作为“IP 运营商”的基本规划，包括以下几点：

1. “IP 运营商”是商业层面的概念，主要依托于我们拥有或者创造的 IP 内容进行衍生产品的开发。以往我们参与的规模不大、品类也不太齐全。接下来会以自己做为主，扩大规模、丰富品类以及扩大运营队伍。但因为 IP 的衍生品种类、环节很多，我们也会和衍生品各个细分领域的优质公司广泛开展合作，尽快开拓市场。

2. 充分利用投资手段。我们当初在进入动画领域时先投资了一批公司，目前我们也正在广泛接触 IP 运营及衍生品细分领域的优质团队，寻找合适的投资标的，尽快扩大业务版图。

3. IP 运营前置。我们现在看到的 IP 运营是授权式或是后置的，就可能导致前期准备不充分。我们现在在 IP 的创作期就提前启动运营，内容的创作和 IP 的运营衔接，将不间断地维持 IP 热度。

4. 团队建设厂牌化。我们已经成立了第一个 IP 运营团队，后续还会继续成立新的团队，以厂牌化方式运营，多个团队分别运营不同的 IP，这样可以保证我们现有的大量 IP 都能够及时、有效地开发，让我们的 IP 运营业务可以快速推进和布局。因此，我们会将目前内容生产部门的很多员工充实到 IP 运营板块，尽快建立起多个运营团队。

四、IP 运营的重点方向

1. 谷子。以《哪吒之魔童闹海》为例，衍生品已经覆盖了绝大部分谷子类产品，包括盲盒、毛绒、玩具、亚克力制品、静态及可动手办、徽章、迷你公仔、文具用品等等，总共超过 30 个品类、200 多个产品。

2. 游戏。我们主要做 3A 游戏，目前正在组建游戏公司，将动画方面的制作人才和游戏人才结合在一起，把不同资源方的优势结合在一起。游戏的开发已经开始几个月了，计划用三年左右时间推出第一款游戏；同时也可能会启动其他新的游戏项目。

3. 卡牌。收藏卡牌和 tcg 卡牌我们都会做，目前有专门团队在研究具体的实施方案，计划在年内正式启动。

4. 品牌店。计划在年内推出第一家线上品牌店，其中会有很多我们自己研发和设计的衍生品独家售卖，同时也会有合作方的产品；我们会按照一定的节奏和时点不断推出新设计、新产品，让 IP 保持长久的热度和吸引力。计划在明年推出第一家线下品牌店。

5. 主题乐园。《哪吒之魔童闹海》上映之后，全国很多地方都提出与我们合作主题乐园的设想，我们目前正在与部分重点地区洽谈具体合作模式。我们希望能够成为中国第一个类似于迪士尼乐园的主题乐园。

总体而言，IP 运营业务已经在一季度为公司贡献了数亿的收入，我们对这块业务的基本目标，是在初期每年就要贡献上亿或数亿的利润，随着 IP 数量的持续增加和运营业务的全面开展，我们相信这个数字也能够不断增长。

Q2：请问公司未来几年重点项目的上映节奏？

A：2025 年，真人电影方面，《独一无二》将于 5 月 1 日上映，《东极岛》预计将于暑期档上映，还储备有《花漾少女杀人事件》《“小”人物》《她的小梨涡》《透明侠侣》《墨多多谜境冒险》《莫尔道嘎》《四十四个涩柿子》等众多电影项目待择机上映；动画电影方面，《三国的星空》《非人哉：限时玩家》预计将于年内上映。

2026 年可能会是我们的真人电影大年，《第十二条》《第十七条》《人民的正义》《白夜行》有上映可能，动画电影《去你的岛》有上映可能。

2027 年可能会是我们的动画电影大年，《罗刹海市》《外婆，我的耳朵里有鱼》《朔风》《茶啊二中 2》有上映可能，真人电影《守密者》

有上映可能。

2028年，有可能在真人和动画电影两方面都是大年：动画电影《逐鹿》《大鱼海棠2》《二郎神》《姐己》有上映可能；真人电影《三体》有机会上映。

当然，前面都是我们基于目前项目进度的一个大致推测和计划，但项目、市场、档期都在变化，是有不确定性的。另外，这仅仅是目前已经可以看到的重点项目，只是很小一部分，还源源不断会有新的项目加入或者对现有项目进行调整，还是请大家参考每年年报和半年报中的片单。

Q3：请教下王总，现在公司对 AI 的应用进入到了一个什么样的阶段？

A：从2023年开始，我们就在公司内部要求所有员工都必须了解 AI、学习 AI、使用 AI。现在两年过去了，基本上实现了这一点。公司员工都在自己的业务领域或多或少的使用 AI 工具去解决一些实际问题，对于工作效率也有一定提升；但目前 AI 技术仍然在快速升级，还不完善，还有巨大的空间。我们的目标是在这种应用 AI 的意识方面，要始终处于行业比较领先的态势。同时我仍然要强调 AI 只是工具，它不能替代人，人的创造性才是最重要的。目前我们的动画电影还是以创作人员的创意和制作为主，AI 只是一个辅助手段，用于提高制作效率和提供更多的创意参考。

Q4：我们看到公司现金流一直比较充足，未来在资金使用规划上有什么打算吗？

A：一直以来，我们都很重视现金积累，就是为了在需要的时候可以去做大事。前面也讲到了，公司这次转型，要拓展的业务很多，都需要花钱；另外，电影的制作规模和成本也在不断增加；还有就是后面公司会陆续有股权投资的动作。现在公司充裕的资金储备就可以保障前面说的所有这些事情都可以同时开展。但我们不会是盲目地扩张，不会乱花钱。

Q5: 请问王总怎么看《哪吒之魔童闹海》对行业发展的长远影响?

A: 有人估计《哪吒之魔童闹海》对 GDP 的贡献约 2,000 亿元, 所以电影行业的空间、电影对经济的贡献远比大家想象的要大得多。动画电影带来的衍生效应远远大于真人电影, 比如国际上基本的算法就是动画电影的票房乘上五到十倍, 况且《哪吒之魔童闹海》的效应不止十倍, 十几倍甚至二十倍于票房收益是完全正常的。一个健康的市场或者在国际上普遍的状况是电影票房的收入只占总收入的三分之一左右, 其他可能是来自于衍生收入。而以往国内电影公司的收入主要来自于票房, 大概占百分之八九十, 其他非常少数来自于版权销售、授权等等, 这些年非票房收入有所增加, 但总体占比仍然非常非常低。《哪吒之魔童闹海》让行业和市场更清楚地看到, 非票房收入有巨大的市场空间, 收入结构多元化的道路才刚刚起步, 这对整个行业会有非常积极和深远的影响。不光是我们, 还会带动更多的同类公司以及整个社会, 对高端的、有 IP 辐射能力的内容产品有更多的市场拓展的期待。

Q6: 王总好, 之前公司一直有建立视频平台的想法, 请问近期内有什么具体计划吗?

A: 公司多年来一直在研究这个问题, 会继续观察, 未来如果有机会的话, 不排除介入到平台的运营, 但目前没有具体的计划。

Q7: 请问公司, 行业这几年供给不足的问题现在是否有所改善?

A: 行业供给现在不是很乐观, 好在行业内像我们这样的公司也在开拓新的内容市场, 提供新的内容供给, 比如像动画电影, 以往动画电影市场也供给不足, 但经过我们以及同行业公司这几年的努力, 包括我们这次的转向, 在动画电影的生产数量和质量上可能会有空前的提高。

Q8: 请教一下王总, 公司年报披露真人电影这块会是大片策略, 那请问风险是否也会随之增加?

	<p>A: 大片策略的风险主要来自于单片投资风险和单片依赖风险，这两个问题对我们来说基本不存在。第一，公司所说的大片不一定是投资角度的“大”，而是电影内在角度的“大”，比如优秀的导演和演员、故事的容量、角色的吸引力等，让影片能具有较大的观众基础，能产生较高的票房；第二，公司每年上映的影片数量在电影公司里名列前茅，会分散个别影片带来的市场风险，不会对个别影片产生依赖；第三，公司同时在动画电影和真人电影发力，动画电影总体成功率高于真人电影，而公司恰恰具有这种优势，动画电影产生的效益也能够让公司在真人电影方面的投资风险得到一定的平衡。</p> <p>Q9: 目前猫眼专业版显示已经有多部动画电影定档暑期档上映了，王总怎么看待今年暑期档的市场表现？</p> <p>A: 目前在暑期档上映的影片可能还没有全部公布，所以现在还不能得出准确的判断。中国电影行业在目前情况下可能会进入调整期，大家都在寻找新的方向，思考新的内容开发模式和公司运营模式，我们在这一点上可能思考及布局的相对更早，率先做了调整，接下来很多电影公司可能也会随之做出调整。调整到位后，中国电影行业可能会呈现新的风貌，但这个转变需要一些时间。</p>
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