

证券代码：600977

证券简称：中国电影

中国电影产业集团股份有限公司 2025 年第三季度业绩说明会交流记录

中国电影产业集团股份有限公司（简称“公司”）于 2025 年 12 月 12 日下午召开了 2025 年第三季度业绩说明会。现将有关情况公告如下。

一、业绩说明会召开情况

召开时间：2025 年 12 月 12 日（周五）下午 14:00-15:30

召开方式：网络文字互动

网络平台地址：上证路演中心（<https://roadshow.sseinfo.com>）

董事长傅若清先生，副董事长、总经理李现曾先生，董事、总会计师王蓓女士，董事、董事会秘书、副总经理卜树升先生，独立董事张树武先生出席本次业绩说明会，与投资者在线互动交流，并就投资者普遍关注的问题予以答复。

二、投资者提问及公司回复情况

本次业绩说明会中投资者提出的主要问题及公司回复情况整理如下：

（一）问题：公司后续的电影储备有哪些，哪些片子比较值得期待？

答复：您好。公司储备项目比较多，目前创作中项目近 90 个，其中原创项目近 50 个。明年是公司创作业务的生产大年，上映的主要是参投作品或中小成本影片，包括科幻冒险题材影片《星河入梦》、奇幻冒险动画电影《大圣崛起》、历史战争题材影片《澎湖海战》、谍战悬疑影片《抓特务》、犯罪剧情影片《用武之地》、现实主义题材影片《欢迎来龙餐馆》等。“中影青年电影人计划”影片《飞行家》《没问题》《呼吸》《狮子回头》《非传统浪漫关系》等项目也计划明年上映。

大体量大制作的主投影片多在 2027 年及之后上映，包括大家都很期待的《流浪地球 3》等。围绕建军百年、改革开放 50 周年等重要节点的影片项目也已进入规划。

（二）问题：当前电影呈现头部片子、头部档期分化的情况，对影视投资提出更高的要求。请教一下我们中国电影考虑影视投资的时候有没有什么可量化的投资指标？

答复：您好。艺术创作很难通过各项指标去量化。对于项目投资，公司以精品+多元为原则，提高单项目质量，增加多题材多类型覆盖。公司现有创作中的项目近 90 个，其中原创项目近 50 个，保持逐年投产、形成梯队的态势，有节奏地保持市场供应。同时，通过“中影青年电影人计划”培育新人新作，丰富中小成本影片供给。

（三）问题：今年动画电影票房已超过 200 亿元，占总票房的比例接近 50%，是近年来最高的一年。公司如何看待动画电影的市场潜力，在动画电影业务上目前有何布局和投入？

答复：您好。公司高度重视对动画电影业务的探索与创新，正在创作中的动画项目包括《消失的仙人》《大圣崛起》《水浒 1：风雪山神庙》《三国第一部：争洛阳》等。在布局方面，公司已对动画产业上下游进行考察，正在研究结合地区资源政策，进一步围绕公司 IP 开发业务线的规划。具体项目进展请关注公司定期报告与临时公告。谢谢关注。

（四）问题：请问《得闲谨制》是主投还是参投？多少票房可以回本，是否在今年业绩里？

答复：您好。《得闲谨制》是公司参投项目，今年将根据上映情况确认相关收入。单片投资收益不属于应披露信息。公司创作板块的整体财务指标，您可查阅年度报告、半年度报告中“管理层讨论与分析”章节的主营业务分板块情况分析内容。

（五）问题：贵司作为影片《得闲谨制》的出品方和发行方，是否有宣发的责任。为什么这么好的影片，拍片场次、宣发力度这么弱。只能靠人民群众自发的口口宣传。在目前的国际背景下，为什么还给一个美国动漫片这么高的排片（排片占比 50+%）。看着每天的排片第一个是疯狂动物城 2（排片占比 50+%）。第二个是得闲谨制（排片仅 20%）第三个是日本的什么动漫，心里真不是个滋味。希望接下来能够尽快做出举措扭转这一趋势。谢谢

答复：您好。《得闲谨制》是公司参投影片，公司主要参与创作出品相关工作，我们对影片的品质很有信心，而影片在 12 月初的市场淡季也取得了国产片的较好成绩。影片的市场表现受多重因素影响，但是总体来说，中国电影市场目前呈现出更加开放、多元的面貌，希望国产片与进口片一起发力，共同做大做强电影市场。我们也将积极配合影片后续宣发工作，努力获得更好的票房表现。

（六）问题：请问公司在进口影片方面是拥有独家发行权么？进口影片方面公司的分账比例是怎样的呢？

答复：您好。公司是进口影片发行方之一，具体进口业务分账比例情况，可查阅公司招股说明书相关说明。

（七）问题：请问公司短期的重心是偏向进口电影还是国产电影？可以举例说明一下 26 年初的展望么？

答复：您好。中影是全产业链布局，国产片创作与进口影片发行都是我们的重要业务板块，对公司经营都很重要。今年电影市场同比去年有大幅增长，国产影片成绩屡创新高，进口影片再次破纪录，证明观众对电影的需要与喜爱。因此，2026 年对于电影行业、对于中影来讲，都会是稳步向好的一年。具体的年度规划以及下一个五年计划，我们将在明年初董事会研究确定后向市场公告。谢谢关注。

（八）问题：中影发行的《疯狂动物城 2》上映以来，点燃了贺岁档市场。接下来中影出品、发行的电影作品还有《得闲谨制》《无名之辈：意义非凡》《匿杀》《阿凡达：火与烬》《控方证人》《猎杀游戏》《赛德克巴莱》上下部等等，都将在 12 月公映。您如何预测 2025 年最终的电影市场表现？这些影片对年终冲刺起到了怎样的助推作用？

答复：您好。截至目前，全国电影票房同比去年有 12% 的增幅，市场回暖态势明显。公司发行的进口影片《疯狂动物城 2》单日票房破 7 亿，成为中国影史进口动画票房冠军，与国产影片《得闲谨制》等一起成为冬季电影市场的“提振剂”，点燃了观众热情，也让电影行业士气鼓舞，冲刺 500 亿元票房大关。

根据目前趋势，这个周末全年票房突破 500 亿元是比较确定的。后面两周多时间里，还有很多精彩影片。如现象级巨制《阿凡达 3》本周已在海南 CINITY 影厅举办中国首映，观影效果让业界惊叹，将于 12 月 17 日开始独家点映，以 4K、3D、48 帧版本正式登陆 CINITY 及 CINITY LED 影院，跨年档还有国产影片《用武之地》、进口影片《魔法坏女巫 2》等种子选手，已拉满观众期待。相信 2025 年不仅有“史上最强春节档”，更有持续发力、持续沸腾的强劲走势与丰收成果，以精彩开局为开启“十五五”新征程注入动力与活力。

（九）问题：难得今年有《疯狂动物城 2》这样的大爆款，公司后面还有没有类似的进口片？

答复：您好。现象级巨制《阿凡达 3》将于 12 月 17 日开始独家点映，以 4K、3D、48 帧版本登陆 CINITY 及 CINITY LED 影院，跨年档还有《魔法坏女巫 2》《海绵宝宝：深海大冒险》等进口影片。从目前了解到的海外上映计划来看，明年的进口影片也很值得期待，可望为广大观众提供更加丰富多彩的观影选择。

（十）问题：25 年进口片票房占比有所回暖，26 年重点进口分账片和引进片展望？谢谢

答复：您好，谢谢对进口影片特别是明年进口片的关注。目前，动画电影《海绵宝宝：深海大冒险》已定档于明年 1 月 1 日上映。从目前掌握的情况看，明年海外计划上映影片很丰富，比如经典 IP 影片《复仇者联盟：毁灭之日》《蜘蛛侠：

《崭新之日》《沙丘 3》《曼达洛人与古古》《穿普拉达的女王 2》，诺兰导演的《奥德赛》，以及《迈克尔·杰克逊：巨星之路》《玩具总动员 5》（以上片名为暂译）等，都非常值得期待。具体引进和上映安排，需根据项目进展情况而定。

（十一）问题：想问下相较于今年海外引进电影比例，明年 2026 年引进会不会有所增加计划？比如蜘蛛侠 4 爱情抓马 等电影

答复：您好。为观众提供多样化、高品质的海外优秀电影，始终是我们的努力目标。目前，市场每年引进近百部进口影片，部数、优质片源总体都较为充足。明年海外计划上映影片很丰富，从目前情况看，包括经典 IP 影片《复仇者联盟：毁灭之日》《蜘蛛侠：崭新之日》《沙丘 3》《曼达洛人与古古》《穿普拉达的女王 2》《奥德赛》等，都非常值得期待。

（十二）问题：想问下暂停上映的进口日本（动画）电影，是否对公司业绩端造成一定影响？公司未来进口电影是否有相应标的？品类？等细分要求等？

答复：您好。中影是全产业链布局，涵盖创作、发行、放映、科技、服务等多个业务板块。在进口影片发行业务方面，始终统筹考虑影片的品质、市场潜力、观众喜好等多种因素，致力于更好服务于观众多样化、多国别、高品质的观影需求。

（十三）问题：请问阿凡达 3，中国电影的股权比例是多少？票房达到多少才能盈亏平衡？

答复：您好。《阿凡达 3》系进口分账片，公司是该片国内市场联合发行方，未参与影片拍摄制作。

（十四）问题：《阿凡达 3》应该按照前两部一样应该是 3D 电影吧？如何在 LED 屏幕上呈现呢？是裸眼 3D 吗？

答复：您好。《阿凡达 3》作为高规格 3D 影片，在 CINITY LED 放映系统通过配套主动式 3D 眼镜实现立体视觉效果。

一是公司同步推出新一代自主研发主动式 3D 眼镜，采用独家定制液晶面板，

具备业内最高光效与最低串扰率，确保画面更明亮、色彩更纯净。超大镜片设计与轻量化机身，可显著改善长时间佩戴的舒适度，让观众更沉浸地体验潘多拉星球的视觉奇境。

二是 LED 的主动发光特性带来的超高对比度与更高亮度，能有效弥补传统 3D 放映因偏振光衰减导致的亮度不足问题，提升观影舒适度与画面清晰度。

三是影片通过 CINITY LED 专属制版工艺进行优化，确保 3D 景深效果与 LED 屏幕特性精准匹配。

（十五）问题：《阿凡达 3》中国首映已确定采用公司自主研发的 CINITY LED 系统，卡梅隆导演评价其为天生一对，且公司刚新设进口电影发行分公司。请问 CINITY 技术合作将为公司带来哪些直接商业回报？这款重磅进口片能否助力公司冲刺年终业绩，同时推动进口片市场份额的提升？

答复：您好。CINITY 与 CINITY LED 影院放映系统为《阿凡达 3》中国首映提供技术支持，最重要的商业价值在于 CINITY 品牌的全球化推广。一是卡梅隆导演作为电影技术的全球引领者，评价 CINITY 为“新黄金标准”，《阿凡达》与 CINITY LED“天生一对”，正是基于 CINITY 系统能把高帧率的视觉效果完整释放，让电影的技术与艺术实现最极致的结合。二是《阿凡达》系列作为最具影响力的国际 IP，此次合作将促进海外院线、海外观众进一步了解 CINITY 品牌，推动中国自主知识产权技术设备的“出海”进程。11 月以来，多部进口影片票房破纪录，助推全年票房冲击 500 亿。《阿凡达 3》作为现象级巨制，早有很多影迷翘首以待，相信上映后也将取得不错的票房成绩。公司作为进口影片的主要发行方，进口影片受欢迎，对全国市场、对公司都是好事。公司很重视进口影片业务，专门设立的中影进口发行分公司将加大力度，推动进口影片票房份额的持续提升，尤其是让观众有更丰富的选择。

（十六）问题：《阿凡达 3》即将在中国内地公映，导演詹姆斯·卡梅隆特别盛赞了 CINITY LED 的呈现效果。这次 4K、3D、48 帧的版本将给观众带来怎样的视觉体验？

答复：您好。中影 CINITY 为《阿凡达 3》推出了 CINITY 独家 4K 3D 48

帧版本，也是第一部 CINITY LED 专属制版的 3D 高帧率好莱坞进口影片。通过 4K 高分辨率、3D、高帧率、高亮度、高动态范围、广色域以及沉浸式音效七大前沿技术，将潘多拉的瑰丽世界以最纯粹、最震撼的方式呈现给观众。卡梅隆导演在观看 CINITY LED 专属制版的 4K、3D、48 帧《阿凡达 3》后，称赞：“CINITY LED 3D 版本既卓越非凡，又具备令人震撼的视觉冲击力，堪称未来影院放映格式的一项变革性技术突破。并给予“阿凡达系列影片与 CINITY 堪称绝配”的高度评价。欢迎您到当地的 CINITY 影厅亲身体验。

(十七)问题:看公司宣传《疯狂动物城 2》首映用的是全透声 CINITY LED, 这种屏幕比不透声的高级在什么地方? 在哪些影院有? 售票平台看不出来。

答复: CINITY LED 透声屏采用精密开孔工艺, 实现 25% 的穿孔率, 厚度 2mm, 是目前全球最薄、穿孔率最高、声音性能最好的 LED 全屏透声放映系统。能够让观众精准感受到发声位置, 实现真正的沉浸式音效体验。

目前 CINITY LED 透声屏已落地在北京、上海、抚州、益阳、长沙等 15 个城市共 18 个影厅, 另有 12 个影厅正在改造或安装中。影厅信息您可关注 CINITY 官方账号。

(十八)问题: 请问 CINITY LED 目前的销售情况。相较其他 LED 放映品牌的优势?

答复: 您好。截至目前, 国内已开业 CINITY 影厅 221 个, 包括 46 个 CINITY LED 影厅。一是技术指标全球领先。10 米规格的 CINITY LED 获得 DCI 最新、最严格的 CTP1.4.1 认证证书, 单个像素间距已缩小至毫米级, 使电影屏实现视网膜级显示效果。是全球首款获得该认证的 LED 电影放映系统, 也是目前全球唯一 DCI 认可的 HDR LED 放映系统。20 米 CINITY LED 透声屏全球首获 DCI CTP 1.4.2 + HDR 双认证。二是独家 LED 制版工艺。CINITY LED 海外制版中心已在美国好莱坞建成投产。影片《阿凡达 3》将推出 CINITY LED 独家 4K 3D 48 帧版本。三是产品体系与场景全覆盖。公司已推出 7 米、10 米、14 米、16 米、20 米、23 米等多种规格 CINITY LED 产品, 针对差异化需求构建完整产品矩阵, 应用场景覆盖传统影院、科技馆、商业综合体等多元化空间。四是产品具有健

康护眼特性，已通过 IEC62471 蓝光检测，获得德国莱茵 TÜV“低蓝光、无频闪”认证，在提供高品质观影体验的同时，保障观影舒适度和视觉健康。

（十九）问题：AI 目前赋能电影内容生产目前处于什么阶段？未来预期会如何影响电影行业？

答复：纵观人工智能技术发展一直都在致力于提升产业效率，当前生成式人工智能技术突破，使得在降本增效能力的基础上，具备了一定的生成创作功能。这种变革对文化内容领域不仅带来了更强大的赋能，也造成了发展方式的冲击。冲击面依次从剧本、短视频、微短剧、电视剧、中低成本电影，到大制作电影。目前的 AIGC 电影由于效率和成本优势，会严重冲击中低端内容产业，造成大众艺术的同质化内卷以及千人千面的审美疲劳。但由于文化艺术与科技的发展范式不同。一个是追求个性、专业化，一个是追求共性、规模化。由于目前的 AI 还是基于经验主义的感知智能，是先验素材的再组装，与高端艺术人的原创能力尚有较大差距，对像阿凡达，流浪地球一类的极致色彩，大场景，高科技创作制作的原创顶级电影相比反而只会形成反差，不会形成替代。在经历一场洗牌和一段时期的审美疲劳之后，文化艺术还是会回归到原创、追星、求真求美和极致体验上来。

（二十）问题：25 年截至 11 月，公司中影院线票房市占大幅提升至全国第二，请问公司在院线、影院经营方面，如何持续保持优势。感谢！

答复：中影院线市占率提升，主系公司正在推进中数院线、中影院线的系统性整合，进一步提升院线业务集中度。

面对当下影院市场，公司的核心策略是推动从传统“影院投资”向现代“影院管理”的全面转型，以精细化、品牌化、科技化的运营提升综合竞争力。一是在管理上增效，构建专业化运营体系。二是在品牌上聚力，创建中影影管品牌。三是在场景上拓展，以放映为基开展多样化经营。四是在体验上升级，如高格式电影设备配备，提升观影体验等。

（二十一）问题：请问 25 年中国电影所披露的各业务收入情况，包括影院院线、影视投资（市场比较关注的进口片发行相关收入）等可否帮我们做个界定和划分？

答复：您好，感谢关注本公司板块经营情况，公司 2025 年按照创作、发行、放映、科技、服务及创新进行业务划分。2025 年半年度分板块经营情况已依照披露要求进行相关公告。如欲了解各业务板块的收入与成本等详细年度数据，敬请参阅公司后续发布的 2025 年度报告。

本次业绩说明会内容详见上证路演中心。投资者如有意见和建议，欢迎通过公司投资者电话、邮箱以及上海证券交易所互动平台沟通交流。

中国电影产业集团股份有限公司董事会

2025 年 12 月 12 日