

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

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"/> 投资者交流电话会议
参与单位名称及人员姓名	Morgan Stanley Gary Yu, Ansel Lin JP Morgan Michelle Wei Deutch Bank Tallan Zhou UBS 刘智景, 胡昶 Och-Ziff Management Key Yin Norges Bank 王欢 Value Partner 柴伟 Pacific Eagle Aaron Hou Binyuan Capital Allen Xu 惠理集团 Renee Hung 国泰人寿 Tom Hung Kiara Alan Deng 国泰人寿 Frank Lin 天风证券 文浩, 张爽 方正证券 姚蕾, 方博云 招商证券 顾佳, 朱珺 广发证券 旷实, 杨艾莉 海通证券 郝艳辉, 吴尹 国盛证券 林起贤, 吴珺 长江证券 王傲野、徐润 中泰证券 康雅雯, 朱骏楠 国元证券 李典, 崔文彬 申万宏源 周建华、顾晟、汪澄、梁艺 中邮证券 杨勇, 冯爱萍 国盛证券 陈凌宇 国金证券 姜姝 国信传媒 侯帅楠 东兴证券 姚天航 华泰证券 周钊 中银国际 刘昊涯 国金证券 姜姝 银河证券 杨晓彤 国开证券 王小丽 国元证券 李典 新时代证券 马笑 浙商证券 颜沁 西部证券 李艳丽

光大证券	魏天野
东方财富证券	高思雅
太平洋传媒	倪爽
兴业基金	王倩
山楂树资产	岳璐璐
东吴基金	朱冰兵
君禾资本	陈宫
天治基金	尹维国
浦银安盛	范军
中融基金	汤琪
兴银基金	乐琪
博道投资	高笑潇
长江资管	吴畏
前海联合基金	熊钰
中银基金	杨雷
兴业自营	吴玉林
浙商资管	姜捷
鑫元基金	李彪
中金资管	于剑
中银资管	李娜
壹玖资产	蒋俊国
正享投资	徐文广
国泰基金	邓时锋, 饶玉涵, 谷超
东证资管	王延飞, 黄天潇, 赵君妍
工银瑞信	单文
鹏华基金	贺宁
人寿资管	杨子霄
财通基金	傅一帆
上投摩根基金	章韧
神农投资	赵晚嘉
融湖投资	邓小珊
华宝信托	裘亮
从容资产	王越
晨燕资产	詹凌燕
集体智慧	王霄
申万宏源	顾晟
易坤投资	郑婷
韩国投信	薛海东
域秀资本	冯轶舟
国海富兰克林基金	高燕芸, 杜飞
鲍尔太平	刘新正
建发集团	黄思婷
农银汇理	张亚楠
永赢基金	王浩聿
民生加银	王亮
兴证资管	张凯帆
建信基金	付竹云
兴证资管	张英娟
长安基金	崔甲子
博时基金	张鑫
金鹰基金	何颖淳
鲍尔太平	姚威
民森投资	王超
东方基金	郭瑞
华夏久盈	胡朝凤

建信基金	孙晟
瑞民投资	龙红捷
兴银基金	雷楚珊
东吴基金	胡启聪
信诚基金	阎志刚
英大资管	王京乐
国泰基金	曾彪
毕盛资产	刘宏
圆信永丰	蒋莹诗
长盛基金	周思聪
红土创新	张倩倩
招商基金	杨熙
宝盈基金	杨思亮
少数派	王瑞
西域投资	李苏林
盘京资产	董常晨子
华夏未来	褚天
中乾景隆基金	裴力
南华基金	刘斐
招商基金	周宗舟
嘉合基金	张丽荣
江信基金	江磊
晟盟资产	李媛媛
工商银行	白雪
易正朗投资	贺建忠
文多资产	范虎城
万泰华瑞	王海刚
深圳橡谷投资	詹秋实
江苏汇鸿资产	康思齐
富邦基金	郑兆伦
深圳明达资产	苏燕妮
长江养老	朱勇胜
中金基金	侯明威
新华基金	张雷
广发基金	王小松
中泰资管	夏淑兰
汇添富	谭志强
工银瑞信	单文
睿远基金	金宇
施罗德基金	张晓莹
九泰基金	黄皓
华商基金	李海宝
前海人寿	陈志新
泰达宏利基金	周琦凯
银华基金	王翔
长城基金	张捷
中投资管	冷星星
华安基金	张杰伟
广发基金	印培
国寿安保基金	严堃
长盛基金	纪虹韵
宝盈基金	陈卓苗
汇丰晋信基金	陈平
中荷人寿	尹西龙
中华联合保险	谢璐

泓德基金	胡云
广发资管	胡泽
东兴基金	高坤
九泰基金	卢凯
恒大人寿	林嘉雯
中邮基金	于淼
创天奕投资	蔡靖
领骥资本	李垠隆
鼎锋资产	杨济如
民森投资	王超
上海钉铃资产	李海
泰旻资产	彭飞
平安证券PB事业部	李峰
海通资管	刘牧忱
广州证券资管部	叶文辉
广证恒生研究所	陆韵如
大和住银	刘明
新华资产	兰宏阳
太平洋资产	郭骁勇
东方资产	刘超
鲍尔太平	姚威
太平基金	应豪
红土创新	张倩倩
中欧基金	王颖
太平洋证券资管	刘美辰
招商证券自营	胡育杰
盈峰资本	凤超
广发资管	胡泽
望正资产	李楠
广州金控资管	黄健
凯丰投资	郑倩儿
兴业证券自营	薛莉丽
三希资产	朱哲先
中合大方	杨攀
华夏基金	叶力舟
阳光资产	张伟
永赢基金	王浩聿
碧云资本	贾凡
懿坤资产	高懿
信诚投资	刘锐
泰康传媒	邹志
人寿养老	王彬彬
亚太财险	朱军宁
东吴基金	朱冰兵
信诚人寿	金炜
世城投资	邹文俊
汇丰前海证券	郭毅
中海基金	谢华
光大永明资产	岳苗
建信养老保险	陶静
华贵人寿保险	项立松
华商基金	黄润
东方证券自营	张开元
金库资本	赵璐
信诚人寿	金炜

	<p>东吴基金 朱冰兵 名禹资产 刘宝军 汇丰晋信基金 陆迪 国联人寿 孙雯雯 华宝证券 季运佳 广发基金 刘玉 英大资产管理 高兰君 红土创新基金 张倩倩 上海塔基资产管理 曹亦苹 银河资管 李冰桓 阳光保险资产 祁媛媛 云门投资 俞忠华 汇利资产 朱子 中信证券资管 罗翔 中欧基金 丁星乐 金百榕资产 刘小爽 兵工财务公司 刘宇婷 中信建投证券 崔碧玮, 刘京昭 合正普惠投资 高琦祎 星石投资 陈启腾 源阡资管 朱虹 景泰利丰资管 何少 群益金鼎 胡嘉铭 博时基金 陈雨薇 南方东英基金 张光荣 博时基金 蒋娜 民生加银基金 王晓岩 上海于翼资产 刘生 国融证券投资部 贾伟, 刘聪 朴素资本 刘宇琪 中融基金 汤祺 景林资产 王晨 兴业基金 王茜 嘉诚金信投资 李月 光大证券自营 魏天野 大摩华鑫 雷志勇 平安基金 李辻 阳光资产 祁媛媛 易正朗投资 贺建忠 文多资产 范虎城 万泰华瑞 王海刚 深圳橡谷投资 詹秋实 江苏汇鸿资产 康思齐 未来资产 史纯 深圳明达资产 苏燕妮 源乘投资 苏柳竹 谦石投资 姚梅 银华基金 杜宇 中金财富 杨秋硕 国寿安保基金 李捷 翼虎投资 董建云 中融信托 陈磊 博时基金 刘煜洲</p>
时间	2018年11月6日 15:30-16:30

地点	万达电影总部会议室
上市公司接待 人员姓名	董事、总裁曾茂军 副总裁、董秘王会武 证券事务代表彭涛
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>一、此次资产注入后，万达电影对于自身未来的业务定位如何有什么规划？</p> <p>公司未来的整体定位是要打造电影生态圈。</p> <p>1) 将持续投入影院建设，把线下的院线优势扩大；</p> <p>2) 加强生态圈中内容方面的建设。近几年来，万达影视的利润来源已从过去单一的电影业务，拓展至电影+电视剧。其中，万达影视目前在投拍的电视剧已达到 12 部之多。电影板块将持续打造一些系列影片，如《唐人街探案》系列、《快把我哥带走》系列、《寻龙诀》系列。此外，公司还拥有一些较大的 IP，以确保公司在内容产业方面的优势。</p> <p>3) 公司将借助平台优势打通线上和线下。万达电影拥有排名靠前的自有线上平台，优势也在进一步扩大。公司未来会围绕内容产业和线下影院优势，创造更多的电影衍生品。公司衍生品销售有机会超过 3 亿人民币，未来也将持续将优势放大。</p> <p>二、无论是院线还是游戏还是影视，现在都遭受了政策调整的影响，同时这些都是项目制的资产，这两者带来的影响如何解读？</p> <p>首先，重组完成后公司将达成“渠道+内容”模式，降低了项目制对公司利润的波动影响。其次，万达影视每年投资的电影和电视剧项目数量比较多，覆盖有喜剧、动作、探险等多样化的题材，影片数量的多样性和影片类型的丰富性能够分散项目制的风险。重组完成后公司将建成生态型的公司，渠道+内容，同时由于内容的多样性可以有效降低业绩的波动。</p> <p>三、万达电影如何做资源的整合，帮助这些并购资产更好地融入到公司的生态圈，并减少商誉减值的风险？</p>

公司过往并购标的既有重资产的电影院，也有轻资产的公司，整合效果较好。比如万达传媒在并购后每年的广告收入从 2 亿多成长为 12 亿左右规模，整合效应明显。时光网在并购之后扭亏为盈，盈利能力也大幅提升。总体来说商誉的减值风险较小。

四、如何评价现有电影行业的趋势？

电影的特点是内容决定票房的高低，今年十一档电影内容差一些，单月下滑是正常的，不能从某个月的票房下跌来判断全局。

从长远的来看，预计未来票房有望保持 10%-15% 的增速。随着行业趋于理性，末位的公司会被淘汰，有利于龙头公司的整合。行业在未来几年内会快速洗牌，无论是院线还是内容公司，都会发生变化，龙头公司会越来越强大。

五、公司在渠道方面的扩张计划是什么？

未来几年公司会保持每年 80-100 家的拓展速度。公司的首要目标是确保在市占率的优势。公司选择了一些品牌好的、规模较大的、整建制的影院加盟，包括 CGV、博纳、耀莱等，以增强万达院线在渠道端的优势。影院分布方面，大约 50% 的影城会布局在新一线和二线城市，同时关注四五线城市的发展机会。

六、公司三季度广告收入的下滑如何解读？

广告业务和票房规模高度相关的。三季度广告收入下滑是因为票房规模下滑，广告的投放是根据单个影片来走的。随着 11 月进口片的增加以及贺岁档的开启，影院广告业务也得到了广告主的重新重视。广告的趋势是没有变的，宏观经济也是在好转。

七、公司未来影城自建和并购计划如何？

最近这一两年会以自建影城为主，随着行业的发展，会选择合适的时机来进行并购。公司未来几年内每年都会保持 80-100 家左右的扩张数量，其中，万达物业的影城约在 40-50 家之间。公司也做了大量的项目储备，加强了与其他开发商的合作。

八、怎么看待票补在产业中的变化？

从长远的趋势来讲，票补会逐渐退出历史舞台。票补取消后，

电影票价可能会略有提升，大概每年会保持 3%-5%的提升，这个趋势应该会跟北美一样，北美每年票价的增幅大概是在 2%-5%之间。票补取消对电影行业长远来看是有利的，可以降低上游用于影片宣传的营销费用，控制好影片整体投入的成本。

九、 游戏版号政策对于我们游戏发行业务的影响有多大？

第一、游戏版号的政策，目前对今年的收入还没有造成太大的影响。因为互爱互动这家发行公司，过去也有很多的储备，另外也有比较多的经典项目，特别是体育类的项目，像中超的游戏，它的长尾效应非常明显。

第二，从去年开始布局海外游戏发行，今年有很多款游戏走向了海外，取得了不错的成绩。

从长期来讲不会有多大的影响，因为互爱互动本身是一个游戏发行公司，同时今年开始加大了对线下电竞类游戏的布局，跟线下场景的结合。这样我们既有海外的发行，也新增加了线下场景游戏的发行，就会去抵销一部分因为政策带来的影响。

十、 10月全国总的影院减少了 100家，新增影院 60家，倒推 10月单月倒闭了 160家，怎么看？

目前全国有超过 1 万多家电影院，至少有 20% 的电影院每年票房产出低于 200 万。未来每家院线为了增加盈利能力，会关闭排名非常靠后，票房产出低的电影院。

所以未来开店和关店会同时在进行的，低端的电影院会关掉，但同时也会有一些商业竞争能力比较强的购物中心建设新的电影院。但是总的电影院每年新增银幕的数量会下降，明年会首次出现新增银幕数的下降。

十一、 三季度公司销售费用、管理费用同比下降，请说明理由？

在降低成本方面，公司采取了很多的举措。今年成立了中央控制平台和技术服务公司。通过远程控制平台，减少了影院的放映人员。今年每个电影院保留一个放映员，明年影城放映人员基本上取消，只在城市区域配备技术服务人员。综合下来，今年减

少了将近一千个员工的编制。

同时今年建设了财务共享中心，把每个影城里面的财务核算功能，报帐功能集中到财务共享中心，鉴于目前 500 多家影城，整体上降低了人工成本。

十二、万达海内外影视板块目前在业务合作上有哪些？

从去年年底，万达的影视板块开始整合全球电影资源，在各公司之间实现业务合作的联动。

1) 内容方面，最近与奈飞在谈将万达影视国内的内容和传奇的内容打包，同样也将传奇在海外的中国的版权，和在中国的电影和电视内容统一跟媒体去谈，增强谈判的溢价能力。

2) 电影院方面，之前在统一采购方面有联动。今年整合更明显，比如说 IMAX 服务费和分帐比例，还有卖品的采购全球实现了统一的价格，数量上都有比较大的增量。

3) 衍生品方面，现在统一由时光网做衍生品的设计和生，建立了衍生品的海外全球供应平台。

十三、公司的会员体系的发展情况？

现在整体会员超过 1.2 亿人，每月新增超过 200 万人。2018 年开发了一套会员的精准营销系统，可以精确到每家影城和周边影城的竞争指数，直接将会员的数据应用到影院的具体经营中。同时将会员的数据和内容结合，比如说《快把我哥带走》，通过大数据分析，认为这部电影的核心用户是中学生、大学生，然后加强了与会员里面的符合特征的人群的联系，取得了 3.75 亿的票房。

十四、公司衍生品业务的发展情况？

2018 年衍生品业务同比去年有 100% 的增长。未来几年也会保持较快的增速。主要采取了两个措施：

- 1) IP 的版权管理统一到一个部门，集中与上游去谈判；
- 2) 统一管理衍生品的设计、生产、物流等，有了一个详细的规划系统和流程。在电影真正上映前，衍生品的从设计、生产

	<p>的环节就已经完成了。</p> <p>未来几年中国电影的衍生商品会发展得非常快，特别是未来电影和一些传统的零售商品的结合，比如与电子商品的结合。</p> <p>十五、公司特效影厅发展情况如何？请介绍 IMAX 合作进展以及公司自己的特效影厅发展计划。</p> <p>公司现在主流的几个特色厅品牌包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) IMAX 超过 280 块； 2) 和杜比合作的杜比影厅超过 30 个厅； 3) 打造自有品牌，之前叫 XLand，今年升级为 Prime 品牌。 <p>未来两三年的规划会超过 100 家这样的特色厅。</p> <ol style="list-style-type: none"> 4) 4D 厅，现在全国超过 100 个厅，引进了两个品牌：MX4D 和 4DX。 <p>此外，今年新增加的特色影厅，比如亲子厅、情侣厅、LED 厅，将来几乎会做到每家影城都会有特色厅。在特效厅方面，会持续进行投入，保持在放映技术方面的领先地位，持续给会员提供特色的服务，让大家持续到电影院里面观影。</p> <p>十六、中长期来讲，对未来业绩构成的规划？</p> <p>电影放映业务是目前收入的主要构成，业绩贡献在 50% 以上。</p> <p>未来，公司内容板块的收入和利润比例会持续上升。同时衍生业务，特别是授权商品的业务收入，对利润贡献的比例，也会持续的上升。</p> <p>随着我们整体收入的增加，以及重组完成了以后，整个公司利润规模的加大，单部影片对整个公司的收入和利润的影响都会逐步被弱化，所以从长期来讲，公司的收入和利润是可以有比较稳定的增长。</p> <p>在电话会议交流中，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。</p>
附件清单（如	

有)	
日期	2018年11月6日