

证券代码：300251

证券简称：光线传媒

北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-02

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 checked="" 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	天风证券文浩、招商证券朱珺、海通证券郝艳辉、广发证券杨艾莉、国海证券朱珠等 138 人参与
时间	2018 年 8 月 30 日
地点	北京光线传媒股份有限公司会议室
上市公司 接待人员姓名	董事长兼总经理：王长田先生 董事兼董事会秘书：侯俊先生 财务总监：曾艳女士
投资者关系 活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">董事长王长田先生：</p> <p style="text-align: center;">一、上半年经营情况回顾总结</p> <p>上半年公司主营业务利润同比有所下降，但处于正常的经营状况中。公司主营业务都呈现良好发展的态势。</p> <p>1. 电影业务。</p> <p>2017 年上半年，公司参与投资、发行并计入报告期票房的影片是 7 部，影片总票房是 13.83 亿元；今年上半年，公司这一项数字是 48.4 亿元。如果扣除参投影片的票房，公司主投主控的影片票房也达到十几亿元。截至目前，公司今年参与投资、发行的影片总票房是 63.68 亿元，其中主投主控的影片票房是约 33.3 亿元，而去年全年主投主控影片的票房是 25 亿元，目前的数据已经超过了去年全年的水平。</p> <p>由于上半年的一些项目，公司的投资比例不高，今年主营业务利润较去年同期相比有所下降。《一出好戏》目前票房已超过 13 亿元，</p>

也是公司扶持新导演的又一个成功案例。未来公司希望继续保持我们发掘培养新导演的能力。

今年接下来的4个月，公司预计还会有11部左右影片上映，包括多部投资比例较高的作品，其影片投资比例最低是30%，个别影片也可能会调整到明年上映。过去几年公司一直致力于提升影片品质，今年的影片品质普遍都是令人满意的。随着三到五线城市票房占比提升，观众在内容偏好方面产生变化，市场对电影公司提出的挑战进一步提升。长期来看趋势可能又会发生一些改变，三到五线观众的观影习惯会更加成熟，对于内容品质的要求也会越来越高。因此电影公司还是要坚持去做品质高、价值观正确的影片，相信对此市场一定会有正向反馈。

公司现在已经在准备明年的影片，有些影片已经拍摄完成，有些尚在制作中，不少动画电影也在制作中。

2. 电视剧业务

上半年，公司电视剧业务收入和利润都有大幅提升，公司确认了《新笑傲江湖》《爱国者》的一部分收入。下半年，公司可能会确认一些电视剧、网剧的收入。其中包括纯网剧，如《我在未来等你》《无法直视》《八分钟的温暖》等，都是光线享有100%权益的；可能上映的电视剧有《风再起时》《我的健身教练》等剧集。

当前电视剧市场在发生剧烈变化，电视台购买力变弱。公司在这种市场环境下介入网络剧、电视剧，大多数投资项目都会是在制作前有销售意向、甚至签过销售合同后再进行投入，因此风险比较低。目前公司的电视剧、网剧储备有30部左右，会逐步释放。

3. 动漫业务

上半年，公司投资、发行了《熊出没·变形记》《大世界》两部动画影片，目前尚有10部左右的动画电影储备。明年计划上映的《哪吒之魔童降世》，有望成为爆款，其制作品质非常高。

目前公司投资的动漫类公司已达到21家，包括动画原创团队、生产制作团队，覆盖产业链上下游。公司组建了两个动画片制作团队，

既能满足自己的制作需求，也能承接一些外部的项目。公司投资的公司大多数是项目发起公司、项目的主导方。同时另有一个团队正在漫画方面进行前期准备工作。公司在动画电影行业的地位难以撼动。

4. 艺人经纪和项目开发业务

公司有 30 位艺人。公司主投主控的影视剧项目，大多都由自己的艺人主演、参与，公司可以为艺人提供项目资源、演出机会，同时也能有效控制成本。比如，《悲伤逆流成河》的 5 位主演，他们都已与光线签约。公司的网络剧也大都选用自己的艺人。

近年来，艺人正在成为一种资源，还可以使公司有机会投资重要的作品。公司的艺人绝大部分是新人，未来发展空间广阔，签约的条件也合适。

公司还成立了新的事业部，签约了 23 位编剧以及 5 位导演。这是为了打造我们的原创能力、强化改编能力。公司的很多项目会在第一时间寻求内部签约编剧去完成，这样能够增强公司在内容制作上的主动性、便利性，当然也不排斥外部合作。经过对编剧的精挑细选，希望到年底会有达到 40 人以上的编剧团队。公司有机会成为签约编剧最多的影视剧公司之一。

5. 目前的主要厂牌

公司现有光线影业（重点的大项目）、青春光线（青春题材）、彩条屋（动画电影、动漫题材）、五光十色（侧重于女性题材）、小森林（和作者相关的电影、电视剧）、迷你光线（小规模的项目）。今年新设了迷彩光线，侧重于军事、动作、主旋律题材，目前有 6-7 个项目在筹划。

6. 投资业务

今年上半年，公司新投资了 8 家公司，其中影视、动漫公司各 4 家。当前公司投资公司的总数量在 70 家左右，主要是少数股权投资。

目前已经完成了投资的第一个阶段，进入第二个阶段，投资更加谨慎，上半年放缓了投资步伐。一方面，优质公司发掘难度越来越高，另一方面社会资本比较紧张。同时，公司的投资更加聚焦于内容，力

争每个投资公司都与公司有业务相关性，互利共赢，降低风险。另外，要侧重于孵化和培育，对被投公司进行孵化和甄别，不排除对于一些优秀的公司增加股权比例。在投资上，公司还关注行业的整合，不排除继续投资类似猫眼这类，需要大资金、高比例、有战略价值的公司。

公司对商誉减值控制的比较好，现在需要处理的商誉减值在可控范围内，金额较小，风险低。

出售新丽传媒的股权，为公司带来了极大的资金优势，对这笔资金公司会谨慎使用。未来公司将会与新丽传媒有更多的影视剧合作。

猫眼在线上票务市场的市占率在 50%-60%之间，大部分时间在 60%左右，市占率较去年大幅提高。市占率是猫眼各项业务的基础，卖品、营销、线下演出票务等业务也都与市占率密切相关。猫眼上半年收入增长幅度较大，经营状况较好。春节档补贴竞争激烈对猫眼的利润方面有一定影响，猫眼管理层预计下半年猫眼的状况会有所改善，同时也会考虑其他一些更长远的战略目标。

二、互动问答

Q1. 通过对行业商誉、股权质押、现金流等各方面分析，光线是非常好的防御性品种的上市公司。从行业层面，对监管政策、行业内商誉减值等现象有什么看法及预期？

A: 目前监管环境下，内容管理比之前更严格，尺度有所收紧，在短时间内可能会维持这种现状。

商誉减值将对一些上市公司的业绩产生影响。业内一些上市公司资金比较紧张，市场上影视项目、投资项目等明年可能会减少。

另一个问题就是一些影视公司在并购中的对赌问题，如果业绩无法完成会造成较大影响。

Q2. 对行业竞争格局的看法？

A: 集中度提升是一个趋势，特别是在市场困难的情况下，将推动集中度的提升。一方面，目前上市公司的融资、并购都受到一些限制，使一些上市公司出现问题，上市公司之间的并购整合可能会加快。另

一方面是新媒体公司和传统影视公司的并购，许多新媒体公司都希望进入影视行业，所以可能也会促进整合。

Q3. 公司的市场份额？

A: 未来可见时间内国产片仍然占据优势，从公司自身来讲，10 余部影片中如果有 8、9 部影片能上映，也有望贡献比较好的票房数据。

Q4. 明星片酬限制、行业税收加大将对公司产生什么影响？

A: 明星片酬是市场供给的结果，明星具有稀缺性、独特性且对影片销售有很大影响，虽然目前可能存在不合理情况，但相信市场会调节到合理范围。目前市场对明星片酬的看法仍不明确，难以设定一个合理价格，导致从业者比较困惑。但相信市场对高品质影视产品还是有需求的，需要由市场进行适当的调节。

关于税收问题，实际上绝大多数的艺人、影视行业公司税收上应该不会都有太大问题。目前市场对税收问题有些夸大，可能会对行业的税收造成一些压力，影响企业的利润。

Q5. 公司在上半年爆款较少，目前三四线城市受众逐渐成为主流受众，公司有没有倾向上的改变？

A: 爆款是可遇不可求的，偶然性比较高。今年来看，《一出好戏》具有艺术性、哲理性，虽然观赏性没那么高，但仍能取得 13 亿票房，某种意义上可以算是一个爆款。公司持续提高作品品质，出现爆款的概率自然会增加。同时未来公司也有适当的策略，例如成立的迷彩光线，项目大多是一些军事、男性题材的影片，与公司以往影片的风格有较大区别。公司之前的项目很多投资不高，但收益很好。未来也一定会有黑马影片。

Q6. 未来公司电影、电视剧的收入占比情况？公司作为行业龙头，品牌效应在电视剧方面有没有什么体现？有没有与动漫平台的合作？

A: 各业务板块没有具体的占比规划，但电视剧收入占比在逐渐上升。公司在电视剧方面更多是做投资，由公司发起的项目大多是网剧。公司与各视频平台一直有很好的合作，例如《我在未来等你》就是一

个平台的定制剧。公司一直在寻找机会进入动漫平台，但目前光线还不够强大，去整合大平台有难度，但不妨碍我们从小做起、去尝试。

Q7. 作为内容公司，光线传媒是否存在能力边界？

A: 以往的内容优势和竞争力也是公司开拓出来的，很多东西是有共性的，包括题材选择、主创的选择等，军事题材对公司来讲也是一样。公司有把握去把握，并可能在更多的领域也有机会、有能力进行拓展，不会受制于边界限制。

Q8. 关于猫眼的护城河，猫眼上半年还是做了很多补贴，面对竞争，猫眼如何稳住市占率？

A: 猫眼是一个独立运作的公司，我们作为股东并不能决定猫眼的走向。猫眼实现盈利并不难，阶段性亏损主要是因为春节期间的补贴。猫眼拥有最强的用户体验、最大的用户基数，因此即使猫眼市占率短期下降也并不一定会影响其他业务的开展。并且随着猫眼的发展，相信猫眼的管理层也会更加有经验，会更加成熟的处理公司的经营战略、市占率等之间的关系。

Q9. 下一个能让公司内容业务上一个大台阶的是什么？

A: 一方面是公司核心业务的增长，公司对此很有信心，目前项目储备较多，电视剧、艺人经纪等业务都在提升。在没有爆款的情况下，公司业务希望能保持稳定增长，遇到爆款就可能迎来业绩的爆发。另外一方面是投资业务，但公司的投资业务并非只是获取投资收益，更多会考虑跟公司业务的相关性等。

Q10. 未来两年市场作品急剧减少，对资金雄厚的大企业是不是利好？

A: 是的。比如公司预计要做 30 部电视剧、网剧，只是一个大概的目标，但真正投资的时候发现可选择的机会很多，因为其他公司资金比较缺乏。

Q11. 消费降级的趋势对公司有没有影响？

A: 在宏观经济下行时，对娱乐行业是会有影响，在初始阶段可能会有同步的效应，但在第二阶段，口红效应可能会显现。

	<p>Q12. 爆款是否跟人才有关，公司对人才的吸引力如何？</p> <p>A: 爆款跟策略、品质有关，市场始终以内容为核心，踏踏实实做内容，丰富的项目储备也有助于提升做爆款的几率。对于人才，公司一直以来的方向都是注重内部培养，创意、制作、营销等人才都是内部培养。公司对人才选择比较谨慎，目标是培养 20 个顶级制片人。7 个子品牌也是为人才培养做准备。</p> <p>Q13. 公司加大对电视剧、网剧的投入的出发点和考虑？</p> <p>A: 有几个原因：首先，我们认为公司具备做电视剧、网剧的能力；其次，现在电影、电视剧有更多互动，同一个 IP 存在很多电影、电视剧同时售卖的情况；另外，考虑到给予公司旗下演员更多机会、巩固演员地位，电视剧网剧是最好方式；还有，就是考虑到公司的合作伙伴，有一些是电视剧公司，有电视剧的合作机会、需求。</p> <p>Q14. 许多互联网视频平台加大电视剧投入，未来影视制作公司是否只能承制一些定制剧？</p> <p>A: 自制剧确实是一个趋势，比如 Netflix，但是自制只能满足一部分内容，互联网视频平台需要和外部合作、向外部购买，中部产品确实可能定制合作，头部产品仍然是影视公司制作为主。</p> <p>Q15. 院线比较强势的公司在向上游整合，是否会构成竞争？在争取渠道时，会给渠道端一些让利，这方面未来的趋势如何？</p> <p>A: 渠道优势确实存在，但无法起决定性作用。票房同时还取决于上座率、排片时间等，排片率不是单一因素。现在各大院线的市场反应时间不会超过 3 天，排片率并非主要考虑是否自己投资，更多是考虑市场反应。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2018 年 8 月 30 日

