

北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-01

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	董事长兼总经理王长田先生、董事会秘书侯俊先生； 通过进门财经参与公司本次交流活动的投资者。
时间	2023年5月5日
地点	公司会议室
形式	以线上会议方式召开
交流内容及 具体问答 记录	<p>Q1：公司动画电影佳作频出，请问公司新动画电影厂牌光线动画目前团队建设情况？“中国神话宇宙”未来体系化、系列化开发的具体规划如何？预计未来动画电影每年产出数量？</p> <p>A：光线动画是公司去年成立的一个全资的动画电影厂牌，主要由两部分人员构成，一部分是创意和开发人员，他们在过去几年的时间里，梳理了各种神话传说故事、文学作品、人物等等，构建了一个中国神话宇宙的世界观，正在开发一系列的动画电影；另一部分是制作人员，预计团队组建完成后会成为一个每年生产 1~2 部动画电影的动画制作团队，这是完全在公司内部的团队，目前正在协助中国神话宇宙的开发和制作。</p> <p>Q2：《深海》在周边、绘本等衍生品开发上卓有成效，公司目前在 IP 衍生开发方面的规划如何？未来如何进一步最大化优质 IP 价值？</p> <p>A：公司以往对动画电影的衍生品开发并没有特别激进的推进，主要还是想保护这些 IP，目前还不到大规模开发衍生品的时机。整个市场以及衍生品市场也有待于成熟，目前的市场规模还不是很大。我们相信，随着中国动画电影和动画剧集的制作、新 IP 的不断涌现、原有 IP 的不</p>

断拓展，市场逐渐会被带热，但是需要一点时间。

目前《大鱼海棠 2》《姜子牙 2》《哪吒之魔童闹海》《相思》《朔风》《红孩儿》《西游记之大圣闹天宫》《去你的岛》等项目的开发都在有条不紊的推进之中。其中，《哪吒之魔童闹海》《小倩》预计将于明年上映，未来每年约有 2~3 部动画电影能够上映，除了原有 IP 之外，也有新开发的 IP，除了神话系列，现在也有奇幻、动画科幻电影的规划。公司的动画电影从生产数量以及票房来看，在动画电影领域处于领先地位。

Q3: 请问生成式 AI 技术将在影片中起到哪些作用，制作周期有望缩短到什么程度？谢谢！

A: 将 AI 用于动画电影的制作，现在还处在一个探索和实验阶段，所以我们还不能够准确的评估 AI 给动画电影制作带来的效率提升。等技术成熟以及使用熟练之后，可能能够带来 50% 的效率提升。AI 在动画电影前期的内容收集和整理、形象设计，在中期制作的某些环节，还有在声音、灯光、故事、背景以及一些不那么重要的角色中都可能会有比较好的应用前景，但是动画电影核心的人物、故事还需要人工来完成，所以也不能把 AI 想象的无所不能，它不能够代替人的智慧和劳动，但会提高效率。未来会用 AI 的人会取代不会用 AI 的人，AI 本身并不能够替代人工。当然公司希望能够在 AI 的潮流里成为一个先行者，我们现在已经把 AI 植入到了动画制作的一些流程里，相信只有通过进入到流程里，而不是一个随意的可有可无的尝试，才能够真正推动 AI 的应用。但同时我们也是比较小心的，不能够忽略人的创造性和智慧，不能用偷懒的方式来使用 AI。

Q4: 今年电影行业的恢复情况良好，对于全年的市场表现公司怎么看？行业产能恢复节奏方面的预期？

A: 2019 年中国电影票房达到了 642.66 亿元的历史新高，预估今年可能有机会恢复到 80% 左右。中国电影市场正在快速恢复，春节期间已经展露了市场潜力，五一档也取得了不错的票房成绩。随着重磅影片的不断上映，市场会有一个更大的恢复性增长。现在有很多有竞争力的影片在等待上映，市场内容供给比较丰富。公司在这样一个市场的恢复周

期里也有比较充分的准备，我们已经在春节档上映了 4 部影片；现在正在上映《这么多年》，已经取得了超过 2.5 亿元的票房；《我经过风暴》将于 5 月 26 日上映，《透明侠侣》将于 6 月 30 日上映，《茶啊二中》将于 7 月 14 日上映，《大雨》计划在暑期上映，接下来还有《坚如磐石》《扫黑·拨云见日》《草木人间》《本色》《她的小梨涡》都具备上映的条件。今年公司还会有 10 部左右影片上映，这个上映数量在历史上是比较高的，期待今年能够取得比较好的票房成绩，继续保持我们的行业领先地位。

Q5：目前国内动画电影和国外的动画电影在制作水平上的差距是？未来如何提升动画电影的整体水平？

A：动画电影目前分成三维动画和二维动画两种形式。在三维动画方面，我们跟国际水平没有太大差距，甚至在有些方面超过国际水平，比如《深海》的某些技术表现形式，在国际上都处在领先水平。在二维动画方面，我们跟日本的二维动画还有一定的差距，因为日本重点发展的是二维动画，他们经过长时间的发展，各方面的领先程度还是相当明显的，但是中国的二维动画也正在迅速赶上而且具备了自己的特点，比如像我们的《大鱼海棠》，它的制作水准其实已经达到了国际水平。总体来讲，中国的动画电影纯粹从制作水平上并不差于国际上的动画电影，但是质量可能有点参差不齐。接下来公司制作的动画电影，争取在制作水平上总体能够接近或者达到国际水平，在某些局部领域可能会超过国际水平。

Q6：参考漫威的各个系列电影之间的紧密呼应，公司在打造中国神话宇宙系列作品时会如何布局影片之间的串联？

A：这个问题对我们来讲还为时尚早，但事实上我们在做中国神话宇宙系列规划的时候，这是研究的重点之一。中国神话宇宙在初期更多的是像漫威一样打造一些单个的英雄形象，每一个英雄都需要一系列的动画电影为其做铺垫，很难用一部电影就能完成。然后走到第二步的时候，才会有这些英雄的集结。后年公司中国神话宇宙的第一个作品有可能上映，将来也有一些相关的新英雄人物，包括我们现在正在做的哪吒、姜子牙等 IP，未来可能成为联盟的一部分。我们新开发的人物需要一点时

间，可能在有三四个英雄的时候，才有集结的可能性。总而言之，应该去做的这些准备工作，我们都不会落下。

Q7: 请教一下领导，目前阶段，您认为 AI 技术的引入，是更多的带给头部企业优先享受大幅降低成本、提高效率的受益；还是更多的降低了行业门槛，一些小的公司一旦有好的剧本也能自己独立做出好的动画电影，使得未来行业竞争加剧。

A: 这两种可能性都是存在的，一些大公司可能会利用 AI 来提高效率，甚至在一定程度上代替人工的部分环节和劳动。另一方面，也给了小型新创公司一些发展机会，但是这些在目前情况下都还替代不了人的智慧和创造性。对行业来讲不是一个威胁，反而是一种机会。行业需要这种冲劲和创新精神，新公司利用 AI 技术，可以进入到一些以往很难进入的领域或环节，对行业有很大的帮助。

Q8: 请问怎么看待电影票房的长期空间？未来市场的扩大和份额的集中哪个会是主要趋势？

A: 这两种趋势可能同时进行。首先是票房空间还会继续扩大，虽然目前受到短视频还有其他娱乐方式的影响，使电影观众产生了一定的分化，但是随着电影行业内容质量的提高，观众的热情可能会重新被吸引过来，所以票房仍有扩大的空间，但是速度可能比原来预想的要慢一些。另一方面，原来的电影市场处在发展早期，每年生产出了很多品质不够高、竞争力不够强的电影，这是在电影市场发展早期阶段经常会出现的现象。随着市场的成熟、公司的成长、行业竞争的加剧，市场份额肯定是会向大公司、向有竞争力的公司、有创新性的公司集中。而一些没有竞争力的公司和电影项目，下一步会面临更大的困难。在过去几年的时间里，公司的市场份额基本保持稳定，在有些年份达到了相当高的市场份额，也是在验证这样的发展趋势。

Q9: 目前进口片差不多恢复正常，公司怎么看待有可能对国内电影行业带来的影响？

A: 在过去的几年时间里，进口影片对中国电影市场的影响在逐渐减弱。但从今年开始，进口影片尤其是好莱坞影片，跟中国市场同步上映，

影片自身品质也有所提高，对中国电影市场的影响会比以往更大。与此同时，中国电影公司的电影项目相比过去也有了较大的提升，一般情况下国产影片的市场份额会远远大于进口影片。一方面，更多的进口影片会提高观众对电影的热情，观众会有更多的选择；另一方面，国产电影也在快速发展。两方面都会获得比较大的空间，这可能是一个更好的局面。

Q10: 请问公司对于电影的工业化和项目品质之间的平衡是怎么看的？

A: 电影是很难真正实现工业化生产的，工业化生产出来的东西缺乏个性，过于快餐化、程式化，缺乏创新和独特风格，这一类的电影在市场上的竞争力并不强。工业化可能更多的是体现在电影的制作过程中。提高电影制作的工业化标准、制作技术、制作效率等等，在制作环节可能会体现的更加明显，不能把工业化当成整个电影项目追求的目标。在公司内部，项目的发起、创意、剧本、主创人员的选择等节点我们还是要坚持自己的风格和判断，充分发挥人的主观能动性；进入制作环节后要不断提高制作标准，利用最新的技术包括 AI 技术等来提升电影的观影感受。所以电影生产的工业化是有限的，是制作环节的工业化，而不是整体的工业化。

Q11: 从近几年的市场表现来看，头部内容的集中效应似乎过于夸张了，公司认为目前这种现象是完全正常的吗？

A: 票房过于向个别档期、某些影片集中，比如说春节档，几部影片可能就占据了很大份额，都不是良性的现象。理想的市场是在重点档期里可以取得好的票房，但是在平时也会有持续稳定的票房，同时可以容纳更多类型、风格、题材、不同的投资规模的多样化的影片，而不是只有少数影片盈利、绝大多数影片亏损。这些年来我们一直试图去扭转这样不良的局面，公司一直在中小成本影片、探索型、创新型影片上做自己的努力，其实也有很好的效果。市场还不够成熟，对一些探索型、有现实意义的影片的包容度还不太够，还是有待于市场的成熟，公司也愿意在这方面继续努力。

Q12: 虽然动画电影行业这几年发展很快,但涌现出来真正能够稳定生产项目的公司似乎不多,请问领导这是什么原因造成的?

A: 动画电影在制作上有几个困难,第一个困难是制作周期过长,一个高标准的动画电影的制作周期普遍是四至五年,有的影片制作周期会更长,制作周期限制了整个动画电影的产能,主要还是制作环节尤其是中期制作环节上的制作力量还不够。第二个困难是动画电影的人才处于极度短缺的状态,尤其是动画导演,在制作过程中花精力最多的是寻找合适的动画导演,因为动画电影对导演的要求非常高,所以合适的动画导演的人数非常少。在动画电影里,导演需要了解每一个环节,对每一个环节都要有自己的想法,别人很难代替,所以对动画导演人才的选择比较困难,再加上以往的动画电影尤其是成人可以观看的动画电影的数量太少,所以这些动画电影导演的锻炼机会也并不多,成长比较缓慢。第三个困难是动画电影的市场效益不够理想,对动画电影吸引投资非常不利,真正投资动画电影是最需要勇气的,需要一定的投资实力,也需要对动画电影整个的特点有深刻的了解,这些也局限了动画电影的资金来源。

Q13: 这几年,达到几十亿票房电影不断出现,但是电影的成本好像也在不断增加;另一方面您刚才说绝大部分电影仍然是亏损的,所以后面成本的不断提高是否会让市场风险更大?

A: 现在有些大投资影片的制作规模在国际上也是属于比较高的程度,这些影片有些产生了巨额的亏损,有些取得了不错的票房。与此同时,其他中小成本影片的制作成本也在全面上升。现在电影制作的各个环节的成本都在上升,电影成本的上升速度远远快于票房增长的速度,导致了大量影片的亏损,行业内可能只有不到 10%的影片是盈利的,而且这些盈利主要也集中在一些票房高或者大投资的影片上,这是一个不好的现象。一方面,我们需要控制影片成本的过快上涨;另一方面,需要努力让中小成本的影片更有竞争力,从而取得相对不错的票房,提升盈利影片的比例。此外,我们也需要提升电影在其他渠道的收入,比如版

权，以及提升 IP 授权的能力和价格，包括衍生品的开发，从更多的渠道获得收入来弥补因为票房不高而产生的亏损。

Q14: 公司怎么看待短视频、线下娱乐等等方面对电影市场的影响？

A: 现在短视频还有一些线下娱乐确实对电影票房产生了很大的冲击，而电影票房是电影行业目前最主要的收入来源。电影行业的收入结构严重不均衡，来自电影票房的收入占比太大，来自其他相关环节的收入太少，这样就在短视频和其他线下娱乐的竞争中处于不利的地位，也直接影响了这几年电影票房的增长，同时也影响了电影版权的销售价格，这是电影行业的一个不利因素。要扭转这种状况，还是要提升电影的品质，提升电影的吸引力，用电影自己的独特性重新把观众吸引过来。另一方面，也要注重开发除票房之外的其他市场，获得更多的收入来源来支撑电影行业的自身发展。从电影诞生到现在的这一百多年的时间里，电影总是会遇到各种各样的挑战，但是电影行业一直能够生存下来，就证明电影这个产品形式还是有竞争力的，也证明电影行业在不断的适应环境、改造环境、创造新的发展机会，相信整个电影行业会在目前这种竞争中找到解决这个问题的出路。

Q15: 国内现在有些游戏开始在海外市场获得巨大成功，请问动画产业的出海战略公司是怎么考虑的？

A: 现在中国真人电影和动画电影的出口还不是很理想，还需要一点时间，游戏在意识形态方面可能相对弱一些，而电影有比较强的艺术色彩，在进出口方面会面临更大的挑战。但是动画电影的话，作为相对来说更加通用的一种电影语言，有可能先于真人电影走向国际。这是一个有待开发的市场，希望在未来几年的时间里，随着我们新的动画电影的推出，能够尝试改变目前的这种状况。

Q16: 最近不管是国内还是国外，在内容行业内部都出现了 ai 的不同声音，请教您怎么看待？

A: 我们注意到了这些声音，有一定的道理，但可能也不需要过度的担心。事实上 AI 是一个工具，我们不能过多的去责怪一个工具，主要还是要看使用工具的人的想法、做法，在任何的生产工具、技术产生出来

后，其实都是面临着这样的质疑，但从一个更长的阶段来看，这些工具都推动了人类的进步，AI 可能比以往的技术和产品对人类进步的推动力更大，所以我们才要去拥抱它。但同时要避免 AI 带来的负面作用，要重视人类自身价值、创造性、智慧、个性、思想等层面的东西，在正确的价值观、世界观的导向下去使用这些工具。公司在运用 AI 的时候，也是采用同样的观念，相信中国大部分企业都会是类似的想法，所以大家不需要过分担心，短期的担心经过实践的检验可能也都会逐渐消除。

Q17: 刚才您提到电影来自于版权的收益比例还非常低，有巨大空间，但是目前国内的主要版权采购平台似乎没有很大的价格上涨空间，请问您怎么看？

A: 在过去几年的时间里，电影市场的供给比较短缺，上映影片数量较少，版权价格偏低。但目前情况已经有所改善，版权价格有上涨趋势。下一步，随着视频网站之间的竞争，以及新渠道的出现，都会使电影版权的价格得到提升。

Q18: 领导能否介绍一下扬州业务的最新进展，以及公司的长远规划？

A: 扬州 中国电影世界中的影视基地一期已经处在收尾阶段，预计今年下半年能够交付使用，随即二期开始准备，两期完成之后，项目将成为中国最大的以摄影棚为主的电影制作基地，摄影棚的面积处在国内领先的地位，摄影棚的高度、宽度以及配置标准都处在世界先进水平。再结合扬州良好的经济发展环境、文化基础、交通便利程度，扬州影视基地在未来可能成为中国最大的棚内电影摄制基地。扬州影视基地一期竞争优势明显，除了硬件建设外，软件方面包括一些外景服务，也包括影视公司在当地的运营服务，以及扬州当地也出台了促进影视行业发展的政策来吸引更多影视企业以扬州为基地开展影视业务，这些工作都在准备之中。长期来看，扬州影视基地除了制作基地外，也会逐渐具备发展成文旅基地的条件，不排除以影视基地来组建、拓展出影视主题公园。扬州影视基地是一个吸收了行业发展最新成果的基地，一方面我们将用

这个基地来为整个行业提供优质服务，另一方面也希望为公司未来在自身影视制作和文娱领域的发展打下基础。

Q19: 公司的艺人业务这几年很引人注目，以后会加大艺人规模吗？

A: 我们现在已经签约了 30 组左右的艺人，这些艺人共同的特点是基本上都是新人。在过去几年的时间里，我们不断推动艺人的成长，有一部分艺人已经崭露头角，有不错的表现，还有一些新人在快速成长之中。公司做艺人经纪最核心的思路不是仅仅看重艺人的收入，更重要的是希望能够打造出有影响力的艺人，使公司能够获得更多外部项目合作的机会，包括投资和发行的机会。我们已经成为国内最有影响力的新人经纪公司之一，接下来还会沿着这条路继续拓展。

Q20: 请问领导，目前的网剧行业好像利润率很有限，公司对于网剧这块业务的看法是怎样的？

A: 各平台网剧目前都是定制剧居多，这种模式的利润空间相当有限，毛利水平可以支撑中小公司生存，但支撑大型影视公司非常困难，需要大量的去做项目才能取得相对不错的总利润。公司在网剧方面的布局较为谨慎，我们不强求数量，主要是希望能够对我们的业务起到帮助作用。第一是消化 IP，有时候 IP 是电影和网剧一起购买，可以共同消化成本；第二是培养新人；第三是我们希望能够取得高于市场的利润率，我们每年可能产出一两个网剧，这些项目总体利润水平基本高于市场平均水平，同时品质也不错。接下来我们有很多 IP 改编的网剧会逐渐制作或者播出。

Q21: 公司之前说一直在考虑建设自己的视频渠道，请问公司短期内对这块会有动作吗？

A: 短期还没有什么动作，但是长期来讲一直有这样一個目标。视频网站尤其是长视频的市场竞争格局并没有彻底稳定下来，尤其是在细分领域还有新的机会，包括内容的细分和人群的细分。随着公司在行业内影响力的增加，项目竞争力的提升，以及我们投资、合作的行业内公司所生产的影视项目的增加，都能给我们接下来进入到这个领域提供一些资源。目前我们还没有找到合适的机会，对视频领域会持续保持关注。

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