

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 2024 年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 6 月 20 日上午召开了 2024 年度业绩说明会。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 6 月 20 日（周五）上午 10:00-11:30

召开方式：视频直播、网络转播、网络文字互动

网络平台地址：

1. 上证路演中心（<https://roadshow.sseinfo.com/activityDetails/34008>）
2. 万得 3C 会议（<https://3c.wind.com.cn//DsfJ?shareUserSign=HFs>）

董事长、总经理傅若清先生，董事、董事会秘书、副总经理任月女士，董事、财务总监王蓓女士，董事、副总经理卜树升先生，独立董事李小荣先生，总工程师雷振宇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：近日，公司名称变更为中国电影产业集团股份有限公司，增加了“产业集团”，代表了公司未来怎样的定位和发展规划？

答复：增加“产业集团”这四个字，来源于两方面考虑：一是之前在投资者交流中，对电影行业不太了解的投资者，容易把公司归为制片公司或院线公司，难以直接关注到中影的全产业链属性。所以，在公司名称中点明“产业”属性，有助于社会公众、投资者对公司的认知与了解。二是“中影集团”品牌有着很深的文化积淀，不论在国内电影市场还是广大观众心目中，乃至全球电影业，都有着强大号召力。中影集团整体上市后，全部经营性主业都已进入上市公司。这次

更名，是为了贯彻国家关于央企品牌建设的指导要求，让品牌优势为业务赋能，更好地打造具有国际影响力和竞争力的知名品牌。

“产业集团”四个字，更加清晰地反映了公司的发展方向是深耕电影产业，专注于做强电影主业、繁荣电影产业，推动集团化、规模化的高质量发展。

（二）问题：请管理层介绍一下接下来的暑期档，公司有哪些影片上映？哪些是主投影片？

答复：今年暑期公司将推出一系列不同类型的影片。其中，公司主投影片《南京照相馆》（原名：《吉祥照相馆》）由申奥执导，刘昊然、高叶主演，是纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年的重点影片。公司参与出品、拟于暑期上映的影片有：由陈可辛导演、章子怡主演的悬疑片《酱园弄·悬案》；讲述东方玄幻故事的动画电影《聊斋：兰若寺》；由陈思诚监制、张小斐主演的悬疑片《恶意》；由贾冰主演的穿越题材奇幻喜剧《奇遇》；战争题材、海上国际营救大片《东极岛》等。部分影片还未最终定档，正在抓紧进行后期制作。具体上映时间请以公司正式预告为准。

欢迎各位观众多去影院观影消暑。

（三）问题：如何看待目前进口片的市场情况？

答复：进口影片是中国电影市场的重要组成部分，在优化市场结构、丰富市场供给方面发挥着不可替代的作用。

2024 年，进口新片数量、票房产出、票房占比三项数据均创下近五年来新高。尤其是在小长假、周末档期间，进口影片给观众提供了多样化的选择。如端午节档至今，《碟中谍 8》领跑市场，贡献了全市场一半以上的票房产出。后续的进口片供给也很丰富，基本每个月都有 2-3 部一线大片，3-4 部中小体量的特色影片，目前已定档的影片包括《F1：狂飙飞车》《地球特派员》《侏罗纪世界：重生》《超人》等。

公司也正在推进多项创新举措，将加大宣发力度，多维度激活市场，争取推动进口影片数量、质量与市场份额的同步提升，让进口影片成为中国市场最具活

力的一部分。

（四）问题：公司近两年分红率都超过 50%，去年还实施了中期分红在内的两次分红。这点体现了公司对股东回报的高度重视，也很受投资者欢迎。想问问，公司董事会在分红连续性方面是否有阶段性规划，如目标政策或区间指引？

答复：积极创造价值、共享发展成果，是中影一直以来的发展理念。中影上市以来，累计现金分红金额及分红率在同行业是比较高的水平。

对于分红政策的连续性，公司在每三年一期的《股东回报规划》中有明确指引。具体来说，在保障公司盈利并且满足资金需求的基础上，董事会每年制定分红方案时，都会参考历史分红水平，尽量保持分红的稳定性、连续性。

同时，为积极响应“国九条”相关要求，公司已就今年的中期分红政策申请了股东大会授权，给予投资者明确、可预期的判断指引。

（五）问题：怎么看待短剧，短视频等互联网业态对电影行业的影响？怎么看未来 5 年，电影票房的总体增长情况？

答复：短剧、短视频有很强的便利性，丰富了大众的娱乐选择，尤其是契合了当前碎片化、个性化的需求。这些触手可及的视频形态，满足了观众的差异化需求，倒逼着电影必须自我革新、重新定位。

以前，中等质量的影片能拿到上亿票房，但现在可能就收不回成本。与此同时，高品质的影片由于其稀缺性，可能获得超过以往的票房回报。因此，现在电影市场呈现出冰火两重天的态势。

为此，公司正在通过多种努力推动行业转型升级，既有创作上的提升，也有科技上的创新，让电影的“好看性”与短视频拉开差距，也就找到了新的发展空间。

当前从宏观经济到行业模式都在快速变革，展望这么长时间，有点难。我们觉得可以从三方面看这个问题：

- 一是电影人努力的目标，首先是守住基本盘，不要在趋势性变化上反复；
- 二是在此基础上，行业内持之不懈地推动改革、创新模式，这些努力也会逐

步体现在增量上；

三是在票房外，已经有越来越多的“电影+”经济脱颖而出，包括影院里的多元内容放映，包括辐射面越来越广的 IP 授权和衍生品，都将成为电影产业的一部分。

综上，电影产业的产值必然是增长趋势，但内在结构是不断变化和丰富的。

（六）问题：在前不久举办的大阪世博会、深圳文博会上，中影的相关发展成果，尤其是 **CINITY LED** 等高新技术得到了充分展示。可否介绍一下，中影在科技创新、电影工业发展上，有哪些最新的成果，接下来有怎样的发展规划？

答复：电影科技一直是公司的重要战略发展方向。今年深圳文博会，聚焦主题是文化与科技相融合，而公司的核心技术产品作为这个领域最具代表性的前沿应用，确实受到了各界的广泛关注和认可。

一是 10 米规格的中影 **CINITY LED** 放映系统成功获得数字电影倡导组织 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。该款产品成为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。此前，我们已有 4 款产品通过了 DCI CTP1.3.3 认证，包括 7 米、14 米、16 米、20 米等规格。这 5 款产品已基本可以满足当前国内影厅升级的主要需求。

二是继中国科技馆、深圳科技馆之后，上海科技馆已启动 **CINITY science** 影厅改造，是全球首个在科技馆巨幕影厅应用 LED 电影系统的项目。目前各地科技馆都很感兴趣，积极洽谈合作中。虽然科技馆的银幕规格较为特殊，但中影非常愿意在这个方向上多付出努力，定制打造适用于不同需求的 **CINITY science** 银幕。

三是今年初，**CINITY LED** 海外制版中心在美国建成投产，标志着在北京、洛杉矶形成双制版中心，不仅可为国产影片提供专属制版，还将为好莱坞乃至全球影片提供在地专属制版服务。

四是公司去年成立人工智能研究院以来，已在多个领域取得研发进展。我们与天山电影制片厂合作成立少数民族语 AI 译制联合实验室，研发了支持多语言

的 AI 配音译制技术。还有导演视觉创意与角色预览系统等项目。

中影在科技创新领域的发展计划是持续创新打造“核心技术自主化、产业链条国产化、技术指标国际化”高格式电影产业链，具体计划包括：

持续创新完善 CINITY LED 在多应用领域进行开发，包括：开发国际领先透声 LED 电影放映系统，推出 20 米、23 米、26 米等 CINITY LED 透声放映产品，扩大 CINITY 影院产品线及 CINITY Science 应用领域。并基于 CINITY LED 高新技术格式电影标准的研发成果，深度开发并推出面向多样化商业场景的电影 LED 放映产品。

开发原生支持 4K、120 帧、12 比特 Raw 且有 CINITY 专属条件的 CINITY 摄影机，CINITY 摄影机将实现全国产化且技术指标国际领先，计划于 2025 年实现产品化并投入大型电影拍摄，同时，不断完善人工智能在高格式电影制作领域应用，在 48 帧，60 帧基础上，开发人工智能升帧至 120 帧。在此基础上制定高格式电影拍摄制作标准。高格式电影技术将覆盖拍摄、制作和放映环节，形成完整知识产权、自主可控、技术标准国际领先的高格式电影产业链。

（七）问题：今年电影市场两级分化，一方面哪吒刷新票房记录，另一方面淡季日票房不断下探。中影作为我国电影行业的领头人，怎么看待国内电影市场的大盘走势？对于档期排布不均衡的情况，有什么举措或建议吗？

答复：中国电影的市场体系建成的比较早，但发展至今，面对环境和需求的变化，越来越凸显出供需结构性矛盾。

一是建议在政策工具中继续加大对电影消费的支持力度。这点政府部门已经充分考虑，调动多方资源予以支持。

二是深化电影发行放映机制改革，提升供给体系对观众需求的适配性。包括主管部门一直在大力推动的周末档、分线分区发行等。核心是让市场运作从粗放化走向精细化。

对此，中影一直推动创新：如上个月的厦门交易会上，中影宣布将对 5 部进口影片，探索实施分线发行；如 6 月-8 月期间，推广“漫游暑假”预约放映活动，以《天空之城》等 6 部经典动画影片，丰富青少年的观影选择。同时，公司还推出话剧、音乐会、NBA、电竞等多种活动进影院，让影院热闹起来，人气更

旺。

当然，优质影片供给是促进市场发展的核心。相信随着暑期档大量精彩影片的陆续投放，业内更加重视良性健康的市场机制，电影市场将供需两旺、更好发展。

（八）问题：关注到公司近期召开的股东会已通过关于修订公司章程的议案，由董事会审计委承接监事会职责。请问公司审计委领导，有哪些具体举措和规划，更好发挥在公司治理中的关键作用。

答复：谢谢你的提问。这次审计委承接监事会职责，是公司治理的重要变革。接下来我们将从这几方面发力：

一是强化财务监督，加强财务报告与内外审计机构协作，监督外部审计工作，指导内部审计，推动审计意见落实；二是密切关注董事和高管履职，从监督角度为重大决策提供专业意见建议；三是完善治理机制，参与公司治理制度制定完善，与股东会、董事会、管理层保持沟通，及时反馈问题；四是提升专业能力，持续关注监管动态与行业风险，在董事会决策中提供客观独立的判断，尤其对重大事项提供专业意见。

（九）问题：公司今年更名和做了新的片头，请问有没有机会做一次全新的品牌发布会呢？

答复：您好。公司更名已经股东大会批准，正在办理变更登记手续，完成后将按规发布进展公告。相应的品牌焕新正在筹备中，将在法定程序完成后适时推出。具体信息您可关注公司公众号。谢谢。

（十）问题：阿里、万达都做了新品牌战略发布，看到公司也在更名，后续会发布新战略吗？

答复：您好。公司更名已经股东大会批准，正在办理变更登记手续，相应的品牌焕新正在筹备中，将在法定程序完成后适时推出。公司战略以五年为周期，2021-2025 年规划将于今年底实施完毕，我们正在研究下一个五年规划，成熟后将履行程序并发布。

（十一）问题：公司有计划在抖音、微博等社交平台建设官方品牌号的计划吗？目前同行业都做了很多矩阵账号，虽然咱们中影业务主要内容有差异，但是还是缺少一个大体量的品牌形象号，希望公司积极考虑。

答复：您好。传播矩阵的排布主要基于公司经营模式而定。产业链不同环节面向的受众各有不同，需要差异化的传播方式，所以公司不同业务板块的传播策略不同。对于上市公司层面的宣传或回应渠道，我们会研究，选择有关平台、开设企业品牌账号。

（十二）问题：在经济及行业下行压力下，未来贵公司如何持续的保持原有公司竞争优势呢？特别是进口片票房下滑比较大，这一块与 19 年之前相比有较大的差距，这一块进口片得下滑我们如何应对？

答复：您好。公司将持续专注于做好自身主营业务来提高经营业绩。对于进口影片，我们正在推进多项创新举措，将加大宣发力度，多维度激活市场，争取推动进口影片数量、质量与市场份额的同步提升。

（十三）问题：预约放映能否增加一个功能，根据用户的需求点映一些过去的电影，达到一定比例就放映，通过网络传输过去，就省的发盘了，这种模式可以增加社交属性，也能挖掘影片的价值，把大荧幕的作用多发挥一些。

答复：中影预约放映一直致力于为 C 端提供个性化的观影需求和差异化影院社交娱乐体验。您所提到的问题，中影今年已开始为全国影院铺设专用中影网络，后续观众和粉丝可通过预约放映平台进行许愿下单，成功后中影将实时分发影片内容 DCP 和密钥完成放映。功能升级完成后，我们将在用户端上线。

（十四）问题：如何看待分线发行目前对电影市场的影响？是否有值得分享的案例？

答复：您好。分线发行的核心在于精准匹配影片与目标受众，帮助中小成本影片创造新的市场空间。同时，分线发行也有助于节省宣发投入，使更多票房收益回归创作端，支撑创作生产。去年末，公司通过分线发行模式，推动“哈利·波

特”全系列 8 部影片复映，全国有 3 千多家影城参与，取得合计 2.7 亿元票房。如《哈利·波特与魔法石》复映首日，以仅 6.3%排片产出多达 22.4%的票房，成为通过精细化运作，在有限资源中取得最大化市场效果的经验样本。今年，公司还将精选部分国产与进口影片探索实施分线发行。目前正在筹备中的包括《三个火枪手：达达尼昂》《三个火枪手：米莱迪》《奇迹女孩》等。

（十五）问题：这几年影院的上座率始终处于低位，一些影院开始探索谷子、联名活动、沉浸式演出等多元创收方式，公司有什么计划提高影院的盈利能力？

答复：您好。影院效益的提高，有赖于优质供给，也有赖于精细化运营与创新管理。公司对于当前的市场形势做了深入分析，正在推动由影院投资到影院管理模式的转型。一是加快 CINITY 以及 CINITY LED 等高格式电影设备的铺设进度，通过提升观影体验增加自有影院竞争力。二是强化总部集中管控，提升影院管理的专业化、集约化、智能化水平。三是创建中影影管品牌，提升在观众、片方、发行方、商管方中的品牌影响力。四是丰富在地运营，扩展多样化放映活动，如暑期的体育赛事、音乐戏剧等直播放映，进口影片、预约放映的专题活动等。

（十六）问题：如今 IP、谷子经济非常火爆，甚至市场前景远超票房收入，不知我们中影在这方面有没有什么规划？

答复：您好。公司主出品影片《流浪地球》已开发了玩具、日常消费品等一系列衍生品，《射雕英雄传》也开发了相关衍生品。我们已关注当前消费趋势，正在研究开发更多 IP 相关产品，通过年轻化的方式，开拓电影消费新场景。

（十七）问题：中影“中影·神思”人工智能图像处理系统、“中影·幻境”虚拟拍摄系统、“中影电影 AI 译制”系统能否详细介绍一下，什么时候 AI 译制可以商业化？

答复：您好。“中影·神思”是基于人工智能的影视图像处理系统，可实现对影视项目的图像视频素材进行去场纹、修复、提升分辨率、增强画质等自动处理，效率及质量均优于传统处理方法，已在《我和我的祖国》等电影项目中应用。

“中影·幻境”虚拟拍摄系统集成数字虚拟资产、LED 显示、动作捕捉、空间定位、实时渲染等多项影视技术,可实现真实演员置身于虚拟场景中与虚拟角色、道具互动,已应用于京剧电影《安国夫人》等项目。电影 AI 译制系统通过原声特质保留与多语种自然转换,已在《长安三万里》项目中应用。

（十八）问题：电影局正在推广 VR、XR，要“将虚拟现实电影纳入中国电影产业体系”，据说已有 10 部拿龙标了。请教管理层对这个方向怎么看，公司有什么布局？

答复：您好。虚拟现实技术具有很好的临场感、沉浸感，为观众提供了崭新的视听体验，也为故事内容的多样化呈现提供了新载体。但基于其技术特性，需要选择合适的内容题材风格、放映场所。

公司高度关注这个领域的新政策和市场进展，正在结合自身技术储备与产业资源，研究虚拟现实技术在创作、放映、科技业务板块的应用。如有重要进展，公司将及时发布公告。

（十九）问题：中影游乐园目前的规划和进度怎么样了，能否介绍一下这个项目最新进展？

答复：您好。乐园项目目前处于可行性研究阶段。如有重要进展，公司将及时发布公告。

（二十）问题：请问公司现金充裕的情况下，有没有什么投资的计划

答复：公司高度重视资金的管理规划，在保障电影制片业务发展及票房分账结算资金需求的前提下，持续将资金投入到高技术格式电影研发的相关项目，全面提升公司创新能力与科技实力。同时，公司利用暂时闲置资金进行现金管理，实现资金的稳健增值。若发现具备良好发展前景与投资价值的优质项目，我们将严格遵循信息披露规范与流程、确保符合相关法律法规要求，及时、准确且全面地向公众进行披露。公司将在保障可持续发展的基础上，给予投资者持续、稳定的回报。谢谢您的关注和提问。

（二十一）问题：对比同行业上市公司，请问独董有什么建议对中影开辟第二增长曲线的想法？比如短剧、衍生品开发之类的新业态您觉得中影适合往这方面发展吗？

答复：主要建议：开辟第二增长曲线需要做好前期准备，做好调查研究，不仅关注国内，还需要关注国际，做好可行性分析，特别关注新经济、新业态和新心态。

（二十二）问题：请问公司为什么一直不进行增持回购，可以说说什么条件下公司会进行回购

答复：公司暂无股票增持回购计划。若未来有相关事项发生，公司将按照相关法律法规的要求及时履行信息披露义务。

本次业绩说明会直播视频回放及沟通内容详见：

1. 上证路演中心（<https://roadshow.sseinfo.com/activityDetails/34008>）
2. 万得 3C 会议（<https://3c.wind.com.cn//DsfJ?shareUserSign=HFfs>）

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 6 月 20 日