

证券代码：002739

证券简称：万达院线

## 万达电影院线股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	银华基金： 穆森 中信证券： 王亚男 天弘基金： 田俊维 敦和资产： 兰昆 华创证券： 谢晨、王傲野 华夏基金： 罗浩 交银康联： 陆晓菁 长城人寿： 韩小禹 华兴资本： 白洋 日信证券： 詹方旭 骑异投资： 黄永超 长信资产： 黄薇 方正证券： 李舒婕 浙商资管： 黄薇 中邮基金： 国晓雯 泰康资产： 何若梅 红土创新基金： 欧阳仕华 西部证券： 王宗凯 纵横资本： 陈科 华宝兴业基金： 光磊 中融基金： 储丽雯 博道投资： 史伟 工银瑞信： 袁芳 腾业资本： 韩昶 东方资管： 黄天潇 申万菱信： 徐远航、董哲 昆仑健康保险： 李天玉

	南方基金： 赵凤学 华创资管： 郝力芳 国泰基金： 王懿超 信诚基金： 单慧金 凯德曼资本： 段桂培 华融证券： 牟欣 鼎天投资： 李令敏 财通基金： 李姝萱 华夏基金： 王睿智 深圳骑异投资基金： 杨磊 东方富海： 张依白
<b>时间</b>	2015年10月21日 10:00-11:45
<b>地点</b>	万达索菲特大酒店七层
<b>上市公司接待人员姓名</b>	副总裁、董秘王会武 证券事务代表彭涛
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、电影市场情况：</b></p> <p>2005-2014年，中国电影票房复合增长率 31%，2015年7月单月票房 54.9 亿，2015年上半年突破 200 亿，预计全年有望达到 430 亿票房。</p> <p>2014年观影人次 8 亿，年均复合增长率 27%，2015年将突破 12 亿，其中 7 月单月 1.5 亿人次，2015年观影人次接近北美。</p> <p><b>二、公司情况：</b></p> <p>截止 9 月 30 日，公司共有 207 家影院 1849 块银幕。不含收购影城，预计年底影城达到 225 家 银幕 2000 块，布局 100 多个城市，布局均衡。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 经营情况：上半收入 34.86 亿，增长 41%，净利润 6.29 亿，增长 50%。1-9 月 票房收入 44.8 亿元，超过去年全年，增长 44%，观影人次 10688 万人次，同比增长 42%。</li> <li>● 万达经营结果：2014 年单座产出 1.54 万，单银幕产出 260 万，排名前 200 名影院数量从 60 家到 68 家。</li> <li>● 竞争情况：万达银幕数占比在下降，2015 年为 6.7%，但银幕运营效率在上升，市场份额保持 14%，未来的策略上，加大影</li> </ul>

院终端的数量和新建影院。

### 三、会员策略：

截止 2015 年 9 月底，公司会员数量超过 4600 万，会员对票房的贡献达到 80%，持卡会员年观影次数超过 6 次。公司实施会员+战略，未来计划建立会员生态体系，具体形式包括“会员+网络院线”、“会员+金融”、“会员+品牌跨界”、“会员+游戏”、“会员+电影衍生品”。

Q&A:

#### 1、万达统一排片是否会影响到各个影城排片的自主性，从而影响了内容的掌控？

A: 公司的统一排片，利用看片会对上映前影片进行评判，确定一个指导比例，允许各地影城进行动态的调整，后台同步监控。根据首日上座率，调整后续排片，每天动态调整，公司排片在业内处于领先地位。

#### 2、公司上座率还有多少提高的空间，是不是区域上有区别？新银幕有哪些计划？非票房收入怎么增加？房租的变化，房租是什么水平，是不是保持恒定？

A: 1) 上座率水平高，是因为万达积累了良好的品牌，观影品质相对来讲是很高的，观众比较信赖，未来还有提升空间。

2) 新银幕数量的计划，我们需要不断的拓展非万达物业，已经与中信地产、世茂等签署战略合作。万达影院平均 11 个月就能达到盈利期。

3) 非票房收入，卖品、衍生品收入未来趋势会提高，映前广告业务会进一步拓展。

4) 关于房租的变化，行业签署期限通常是 15 年，租金比例会有递增，但幅度不大，总体可控。

#### 3、万达院线未来的加盟策略？

A: 加盟这方面没有明确数量目标，需要跟影院投资公司洽谈，选择优质影院投资公司加盟院线，在衍生品收入，区域协同，电影

广告，会员等方面合作。

**4、幕威时尚 2014 年好莱坞影片投资比例 5%-10%，但从分账收入看起来为什么不多？**

A: 合作最多的是派拉蒙和 sony，投资从去年开始，投资有一个周期，往往在下线 3-5 个月才结算，随着结算周期的结束，相关收入会逐步反应。

**5、电影行业增速能保持多久？**

A: 未来 3-5 年这样的增速还会持续，今年到 400 多亿，后年有望超过北美，第一目标位会达到 800 亿，800 亿后会放缓，人均观影频次预计能达到 3 次。

**6、制作方和院线方的分成比例是否会有所调整？**

A: 分账比例近几年不会有大变化。

**7、幕威为什么会获得好莱坞投资权？幕威能否有持续发展能力？**

A: 幕威最初做《变现金刚》的中国区总宣发，宣发和策划非常好，获得了好莱坞片方的认可，《碟中碟 5》、《像素大战》也都有参与。国内参与好莱坞投资的竞争越来越激烈，万达会运用线下的资源和终端的优势来谈合作，收购幕威后可以增强竞争优势。

**8、海外的影院市值不大，盈利能力好像不是那么高，我们的盈利为什么比国外高？**

A: 海外市场的票房基本平稳，盈利能力也处于平稳的状态，增长情况差一些。我们对物业条件，商业条件都要求高，同时我们的管理能力也很强，万达的管理是行业公认的最好的。

**9、万达院线会员计划的畅想？**

A: 未来会员肯定是重点，提高会员的观影体验和消费频次，未来万达要领先于行业，深入挖掘会员价值，为会员提供更好地体验。

**10、怎么看待电影票房补贴的情况？**

A: 电商的补贴是其商业行为，而非片方行为，对影院来说基

	<p>本没有影响，影院有最低票价，差额由电商补贴，长期补贴肯定不可持续，难以找到盈利模式，补贴行为客户粘性低。万达院线是第一家做自有 APP，自有电商占有率保持 25-30%，要形成自有的商业模式。</p> <p>接待过程中，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，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	
日期	2015 年 10 月 21 日