

证券代码：002905

证券简称：金逸影视

## 广州金逸影视传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-001

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 checked="" 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）
参与单位名称及人员姓名	<u>线上参与公司2025年度网上业绩说明会的投资者</u>
时间	2026年04月28日（周二） 下午16:00-17:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）
形式	公司通过价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）采用网络互动的方式
上市公司接待人员姓名	1.董事、总经理：李晓东先生 2.董事、副总经理、董事会秘书：许斌彪先生 3.独立董事：修宗峰先生 4.财务总监：曾凡清先生
交流内容及具体问答记录	<b>投资者提出的问题及公司回复情况</b>  公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： <b>Q1、2025 年公司营收增长、实现扭亏，2026 一季度平稳开局，请问主业盈利改善的核心逻辑与持续性？</b>

**A: 尊敬的投资者，您好！**

2025年公司实现营收增长和扭亏为盈的核心逻辑主要体现在以下几个方面：

1. 行业复苏：2025年电影行业春节档、暑期档、贺岁档梯次发力，推动行业整体向好，全年总票房达 518.32 亿元（含服务费，下同），同比增长 21.95%；观影人次 12.38 亿，同比增长 22.57%，行业的整体向好带来公司营收的提升，公司2025年实现营业收入11.50亿元，同比增长13.56%；归属于上市公司股东的净利润2952.36万元，较2024年实现扭亏为盈。

2. 非票业务成为增长引擎：公司深挖非票业务潜力，卖品收入同比增长26.30%，阵地广告收入同比增长67.92%。通过新品研发、广告资源整合及融合营销模式，非票业务成为营收增长的核心抓手。

3. 电商矩阵与营销升级：公司持续升级“金逸电影”自营电商矩阵，深化与抖音、快手等短视频平台的合作，2025年开展抖音直播346场，场均观看人次5000人，自营电商其他品类销售收入同比增长37.35%，有效提升流量转化效率。

4. 成本优化与降本增效：公司持续推进租金减免谈判，优化影城能耗、维保、人力等重点成本管控，2025年差旅费、人力成本分别同比下降25.67%、20.85%，成本结构持续优化。

2026年，公司将继续延续“稳健经营、创新发展、降本增效、产业协同”的经营思路，从优化影院网络、深挖非票业务、升级电商营销、深化“影院+”业态创新、强化特色影厅布局、完善会员生态体系、加大优质影视投资、持续降本增效等八方面挖掘潜力，推动公司经营业绩改善。

感谢您对公司的关注。

**Q2、结合一季报表现，管理层如何看待 2026 年电影行**

业景气度，对全年营收与利润有何展望？

**A:** 尊敬的投资者，您好！

1.根据猫眼专业版数据，2026 年第一季度内地电影总票房为118.79 亿元（含服务费），同比下降51.29%；总人次为2.7 亿，同比下降48.08%。

2.公司尚未披露一季报，2026的具体经营情况请以公司后续披露的定期报告为准。

感谢您对公司的关注。祝您生活愉快，投资顺利！

**Q3、公司推进“稳健拓新 + 存量升级 + 低效关停”策略，请问 2026 年影院数量、结构优化及单店效能提升目标？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

根据公司2026年经营计划，在影院网络优化方面将实施以下措施：

1. 数量与结构优化：2026年拟新增影城1-3家，重点布局一、二线城市核心商圈及潜力三四线城市优质商圈，优先选择租赁成本低、商业配套完善的物业；同时加速存量影院升级改造，对设备陈旧但潜力佳的影院进行硬件与服务升级，并对无发展潜力的低效影院有序关停。

2. 单店效能提升：

（1）特色影厅布局：强化床厅、IMAX厅、CINITY厅等差异化影厅运营，制定针对性排片策略，提升票房贡献；

（2）非票业务挖潜：通过卖品新品研发、广告资源整合及“影院+”业态创新（如电竞赛事、轻餐融合），激活影院空间多元价值；

（3）数字化营销：升级自营电商平台与短视频合作，提升线上流量转化效率，推动票房与非票收入协同增长。

具体目标以提升存量影院盈利能力和优质影院份额为核心，相关进展将通过定期报告披露。

感谢您对公司的关注！

**Q4、行业票房头部效应加剧，公司在影片排片、差异化运营方面有哪些举措提升市场竞争力？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

公司在影片排片和差异化运营方面采取以下举措提升市场竞争力：

1. 特色影厅布局：持续强化床厅、情侣厅、儿童影厅、IMAX厅、CINITY厅等差异化影厅建设，2025年新增6家核心城市影院升级，截至年末拥有23个床厅、52个IMAX厅等特色厅，适配新片种与技术需求，并制定差异化排片策略。

2. 非票业务与业态创新：深化“影院+”模式，拓展电竞赛事、音乐会等非影内容，推动“影院+潮玩”“影院+轻餐”跨界合作，提升非票收入占比；同步优化卖品研发与广告资源整合，增强盈利结构韧性。

3. 精准排片与会员运营：结合头部影片效应，优化档期排片权重，重点布局春节档、暑期档等高产出时段；完善会员分层体系，通过积分权益、异业合作提升会员复购率。

4. 产业链协同：加大优质影视投资，参与联合出品项目，强化“投资+发行+放映”闭环，提升票房转化效率。

感谢您对公司的关注！

**Q5、非票业务是增长核心抓手，2025年卖品、广告收入表现如何？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

1.根据2025年年度报告，公司从卖品产品研发、广告资

源整合两大维度推进非票业务升级，实现卖品收入同比增长26.30%、阵地广告收入同比增长 67.92%，盈利结构持续优化；

2.2026年公司将从产品、运营、管理三方面持续挖潜：继续推进卖品新品研发和推广，结合市场趋势与观影需求，开发更多网红特调饮品、特色轻食产品，打造自有卖品品牌，同时加强卖品采购管理，提高库存周转率，提升卖品毛利率；进一步整合影城广告资源，以规模优势吸引优质广告主，全力提升广告业务智能化、自动化管理水平，规范广告发布管理，实现映前广告与阵地广告的联动营销，提升广告资源变现效率；探索卖品与广告的融合营销模式，实现非票业务协同增长。

感谢您对公司的关注！

**Q6、公司推进卖品自研与品牌化，整合广告资源提升变现效率，请问相关业务落地进展与增长潜力？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

1.根据公司2025年年度报告：

（1）卖品业务：2025 年，公司根据季节和市场流行元素自研开发网红特调系列产品（如柠檬茶、奶茶、养生茶、冰沙等）及丰富轻食品类（蒸煮烤炸物等），实现卖品收入同比增长26.30%。

（2）广告业务：2025年，公司继续加强整合影城屏幕、阵地等资源并加强全渠道推广，实现阵地广告收入同比增长67.92%。

2.非票业务将继续成为公司 2026 年营收增长的核心抓手，公司将从产品、运营、管理三方面持续挖潜：继续推进卖品新品研发和推广，结合市场趋势与观影需求，开发更多网红特调饮品、特色轻食产品，打造自有卖品品牌，同时加强卖品采购管理，提高库存周转率，提升卖品毛利率；进一步整合影城广

告资源，以规模优势吸引优质广告主，全力提升广告业务智能化、自动化管理水平，规范广告发布管理，实现映前广告与阵地广告的联动营销，提升广告资源变现效率；探索卖品与广告的融合营销模式，实现非票业务协同增长。

感谢您对公司的关注！

**Q7、“影院+”新业态持续探索，请问在跨界消费、场景融合等方面的创新布局与短期贡献预期？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

1.公司在“影院+”新业态的探索上已有进展：2025 年公司旗下有 6 家影城参与王者荣耀电竞赛事直播，有 24 家影城参与了英雄联盟电竞赛事直播，有 1 家影城参与了 CS电竞赛事直播，有 71 家影城参与音乐会、脱口秀、文艺演出、科学秀等线下活动，全年共举办各类非影活动超过 252 场，较 2024 年增长 8.85%。

2.2026年，公司计划进一步深化“影院+”模式创新，具体措施包括：

（1）内容多元化：在电竞赛事、音乐会、脱口秀等基础上进一步拓展新内容，实现非影内容常态化落地，提升影厅闲时利用率；

（2）场景融合：加强与潮玩、餐饮行业合作，打造“影院+潮玩”“影院+轻餐”等消费场景，优化大堂空间开发；

（3）短期贡献预期：2026年公司将继续从影院自身硬件条件出发，持续探寻“影院+”创新项目，激活影院空间多元价值，但需注意市场需求匹配与运营效率的平衡风险。

感谢您对公司的关注！

**Q8、依托院线资源，公司参与影视投资与发行，请问 2026 年内容投资策略，以及目前项目储备情况？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

1.2026年公司将充分发挥终端影院资源与院线发行渠道优势，持续加大优质影视投资力度，积极参与联合出品，抢抓重要档期、重要项目的投资机会；建立更完善的项目评估体系，提升投资项目的精准度与成功率；强化“投资+发行+放映”的产业链协同，提升影片票房转化效率与公司投资收益，打造产业链闭环。

2.2026年项目储备及进展情况，公司将根据信息披露规则要求进行披露。

感谢您对公司的关注！

**Q9、公司持续优化门店区位布局，关停低效影院、深耕核心商圈，请问存量影院提质增效的后续落地节奏？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

2025年公司已完成6家核心城市影院的改造，2026年继续加快对开业年限长、设备设施陈旧但营运能力及市场潜力佳的项目进行改造与升级，具体项目将结合经营数据动态调整，具体进展情况请以公司披露的定期报告为准。

感谢您对公司的关注！

**Q10、伴随观影消费升级，公司在会员体系运营、私域流量维护方面有哪些升级举措，进一步提升用户粘性？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！

公司的具体措施有：

1. 会员生态体系优化：公司以“提升会员粘性、实现流量闭环”为核心，全年持续优化会员生态体系。通过积分商城全面升级、差异化会员权益设计、高频刚需异业合作、限量联名礼品发放、分层参与机制搭建、多维度宣传造势等措施，提升会员荣誉感与归属感。以积分商城为枢纽，整合稀缺观影权益、

	<p>线下消费福利、异业合作资源，将会员身份转化为“高价值通行证”，实现会员从“观影消费”向“全场景消费”的延伸。2025年全年新增会员70.42万，线上会员充值同比增长24%。</p> <p>2. 公司加强“金逸电影”微信公众号、小程序、APP等自营电商矩阵的建设与升级优化，提升用户体验与线上粘性。同时深化与抖音、快手、微信视频号等短视频平台的合作，创新内容创作形式，探索更多趣味视频玩法，以电影资讯、明星路演、福利发放等内容吸引用户，扩大品牌影响力。持续优化直播带货与团购核销模式，提升直播场均观看人次与转化效率，推动线上流量向线下票房、卖品消费高效转化。</p> <p>3. 会员分层运营：公司建立会员分层运营体系，针对不同等级会员提供定制化的服务与权益，提升高价值会员的复购率。通过社交裂变、会员拉新奖励等活动，持续扩大会员规模，进一步提升会员消费占公司总营收的比重。</p> <p>4. 异业合作拓展：公司扩大异业合作范围，整合影院、餐饮、潮玩等多领域权益，将会员身份打造为“跨场景高价值通行证”，提升会员的跨场景消费体验。</p> <p>感谢您对公司的关注！</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>

活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件  
(如有,可作为附件)

无