

北京光线传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-02

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
活动参与 人员	通过“价值在线”参加公司 2024 年年度报告网上说明会的投资者
时间	2025 年 4 月 25 日
地点	公司会议室
形式	网络互动
上市公司 接待人员	董事长兼总经理王长田先生、董事会秘书侯俊先生、财务总监曾艳女士、独立董事韩梅女士
交流内容及 具体问答 记录	Q1：在 IP 创造方面，公司资源将更多地向动画电影倾斜，计划组建新的动画电影厂牌，同步持续扩充动画制作产能。能否具体介绍一下这方面的计划，谢谢。 A：1.在类型上，公司资源更多向动画电影倾斜。动画电影是我们的优势，这些年来我们一直在积累动画方面的资源、人才，也在探索组建比较完整的动画电影产业链，为接下来 IP 的拓展打下了非常好的基础。 2.在厂牌分工上，前几年我们已经在公司内部强调“全员动画公司”的概念，目前除了彩条屋和光线动画外，还有其他厂牌已经开始在做动画电影；同时，我们还计划继续组建新的动画厂牌。这样几乎所有电影厂牌都介入了动画电影业务，为我们接下来生产更多动画电影以及提高动画电影的制作标准蓄力。 3.持续扩充动画电影产能。光线动画现在分成两部分，一部分是负责项目的策划、剧本等等的项目部；另一部分是动画的制作团队，目前已

有 150 人左右，还将继续扩充，有可能在明后年扩充到 300 人以上，这样可以达到一年生产一部半到两部的高质量动画电影的生产能力。

Q2: 哪吒的海外英配版和日配版，什么时候制作完成并推出？二季度内？

A: 《哪吒之魔童闹海》英文配音版预计暑期登陆北美市场，日文配音版正在筹备中并将在日本长线放映，放映时间将长达数年。配音版上映后的新一轮票房成绩我们预计都会高于前一轮。此外，还有部分重点市场尚未上映，海外发行尚有巨大空间。

Q3: 公司在 4 月 23 日的交流会上提及要做 3A 游戏以及主题乐园，请问公司一下子要做这么多项目，如何控制投资风险，特别是主题乐园项目，公司是否要做重资产项目的主题乐园，还是有其他轻资产的模式参与？

A: 3A 游戏的预算对我们而言是完全可消化、可控的，而且会和相关动画电影的制作共享一部分资源，所以成本会低于一般的原创 3A 游戏。主题乐园方面，我们目前的设想是主要负责策划、设计和参与部分运营管理，不负责项目的投资和建设，主要采取轻资产参与的模式，所以我们认为风险也是可控的。

Q4: 2025 年 3 月 31 日，合同负债余额 4.7 亿，其主要构成？何时结转营收？谢谢。

A: 主要是剧集及电影的预收款项，后期会依据会计准则确认结转相关收入。

Q5: 公司 2025 年第一季度经营活动产生的现金流净额 45.85 亿，这 48.85 亿是否包含了还没有支付给合作方的“应付账款”？还是说全部属于上市公司的？

Q6: 第一季度公司有近 50 亿的现金流，但是第一季度营收才 29 亿，麻烦具体说明一下，谢谢

Q7: 一季报经营现金流高于 48 亿，营业收入 29.75 亿，多出来的现金流主要来自于哪里，何时能确认为收入

A (Q5、6、7): 公司 2025 年第一季度经营活动产生的现金流量净额为 48.85 亿元，其中包含需要结算给其他合作方的应付款项。

Q8: 公司花费 12.2 亿买写字楼可不可以抵消部分主营利润所产生营业所得税?

A: 公司购买的写字楼作为固定资产核算，固定资产的折旧按照税法规定可以抵扣企业所得税应纳税所得额。同时因购买固定资产，公司减少了房租支出等费用。

Q9: 之前去交子展时就听说有主题 ip 门店规划，现在是否已经有进展? 公司计划把自有门店发展成新的产业链吗?

A: 我们计划在今年建立第一家线上品牌店，在明年内建立第一家线下品牌店，但目前尚在规划阶段，后续如何发展还要根据届时的具体情况综合判断。

Q10: 国家鼓励电影消费，但票房成绩除了哪吒 2 等春节档影片外，缩水严重，如何鼓励大家重回影院，您有什么看法?

A: 电影市场的核心问题仍然是供给问题，只有好作品不断上映，才会有好的票房成绩。总的来说，有吸引力的作品数量还是偏少，体量也不够大，加上其他娱乐方式的冲击，确实有票房不稳定的风险。但随着电影行业的调整，好作品会不断增加，电影行业还是有巨大的成长空间。

Q11: 《哪吒》系列已形成超级 IP，但《哪吒 3》制作周期长达 5 年，如何平衡好作品投入与短期回报?

A: 《哪吒》系列是我们众多作品中的一个，公司仍然有其他很多项目在制作推进中，其中不乏值得期待的项目，包括真人电影和动画电影。公司近年来已经全面提高了影片的立项标准，对项目在各方面都提出了更高的要求，加上每年上映的项目众多，希望最大程度保障公司业绩稳定。与此同时，公司近期提出角色定位的转变，成为“IP 的创造者和运

营商”，在 IP 运营业务方面将会全面开拓并发力，使公司摆脱对电影票房的依赖，使公司收入结构多元化并具有持续性。

Q12: 截止 2025 年 3 月 31 日 21 时《哪吒 2》的票房是 150.78 亿，这部分收入全部纳入了公司一季报的收入和利润计算么？还是只纳入了一部分？如果只纳入了一部分，请问是多少？

Q13: 公司 2 月 5 日公告截止 2 月 4 日 48.4 亿的票房，实现营业收入 9.5 亿-10.1 亿，这 9.5-10.1 亿指的是纯票房收入还是包括票房和衍生品全部收入？一季度报告 29.75 亿收入，对应的是截止 3 月 31 日的约 150 亿票房吗？

A (Q12、13): 公司已按会计准则及影视剧相关合作协议约定确认 2025 年第一季度相关营业收入，其中包含《哪吒之魔童闹海》截至 2025 年 3 月 31 日 150.76 亿元票房对应的分账收入。

Q14: 一季度的业绩中哪吒票房全部计入了吗？还有多少没计入？

A: 2025 年第一季度票房发行收入已确认《哪吒之魔童闹海》截至 2025 年 3 月 31 日的票房收入。

Q15: 公司的资金非常充裕，是否有并购同行业内优质资产的计划？

A: 公司一直在观察、了解相关领域的优质公司，尤其是在 IP 运营及衍生品相关领域，并持续密切接触，不排除有投资或者并购的可能，如有相关动作会及时按照要求披露。

Q16: 今年公司在剧集方面是怎么规划的

A: 今年《山河枕》预计播出，《春日宴》在筹备拍摄中。公司仍然会在剧集方面做一定的储备，但是考虑到目前剧集的商业模式获利空间有限，目前公司没有把剧集作为内容开发重点。

Q17: 公司之前提过在内部培养 30 名制片人、20 名编剧、10 名导演的三二一计划，现在的进展情况是什么样子的？

A: 我们是最早在电影行业中提出制片人培养计划的，经过多年的努力，已经拥有了行业内规模最大的内部制片人队伍，已经有 15 个以上相

对成熟的制片人。编剧和导演计划的推出时间晚一些，目前正在成长中，现在已有数名内部编剧的剧本作品被采用，数名内部导演的作品在筹备中。

Q18: 光线靠《哪吒》衍生品板块收益暴增，但当下潮玩赛道竞争白热化，且打造电影动画 IP 周期长，光线如何构建差异化壁垒？

A: 我们是一个 IP 的创造者，用我们创造的 IP 再去开展衍生品的运营，这与其他衍生品领域公司有最大的不同。我们可以从头去规划衍生品的品类，也可以根据市场变化迅速调整，主动权在我们自己手中，适应市场的效率会更高、成本会更低，不会存在被掣肘的风险。

Q19: 在现在的市场环境下，电影制作成本上升还是下降？如果上升的话，电影公司整体是否会有更大压力？

A: 整体而言，近几年电影行业的成本确实在不断上升，如果票房不理想，电影行业的投资风险确实有所增大。但公司及同行都已经注意到这种情况，目前正在进行调整，采取系列措施来应对，预期成本有可能增速放缓甚至下降。

Q20: 公司在年报里说，“多个运营团队将以厂牌化模式运作”，短时间内能建立完成吗？是要从外面招人吗？

A: 我们会主要以内部人才为主，但也会引进外部优秀人才。公司组建 IP 运营团队的基本思路，是围绕 IP 来组建团队，每个团队负责不同 IP，这样有利于维持 IP 热度、同时开发多个 IP 及规划、协调内容与衍生业务之间的关系。

Q21: 从去年到今年，公司的艺人陆续火出圈了不少，成功背后的推动因素有哪些？

A: 艺人经纪业务正在成为公司重要的收入来源，目前我们已经成为头部艺人经纪公司，这与公司多年来的策略有关。首先是新人策略，从头培养，而且标准高，使艺人有好的发展基础；其次是作为内容公司，我们对艺人的项目选择有更多的经验和资源，为艺人提供了更好的成长平

台。公司仍然在不停发掘更多新人及不断提升现有艺人的竞争力。我们期待公司有更多的艺人进入到头部行列。

Q22: 4月23日的投资者交流会上说到一季度已经实现几个亿的衍生品收入，这部分衍生品收入有全部或者部分或者没有计入一季度收入和利润吗？

A: 2025年一季度已依据会计准则及衍生授权相关协议约定确认相关衍生品收入，目前公司衍生品业务还在持续发力中，预计一季度后会持续性产生更多的相关收入；此外，海外票房也在持续增加中，后续还会陆续产生更多的海外发行收入。随着国内上映密钥的延期，一季度后，国内票房收入也会相应增加。

Q23: 请问公司2025年一季报确认来自《哪吒二》的收入是截止到什么时间的？另外《哪吒二》的成本是否都已经在一季度确认了？如果《哪吒二》最终全球票房达到160亿，公司还能较一季报多取得多少收入？

A: 公司2025年一季报确认来自《哪吒之魔童闹海》的收入是截至2025年3月31日的；《哪吒之魔童闹海》的成本已按会计准则规定确认；一季度后新增票房发行收入将于后续按照会计准则规定确认。

Q24: 您对于成为中国“迪士尼”有多少信心？后续的封神宇宙计划跨度非常长，如何能够保持长久的竞争力和持续开发能力？

A: 我们并不是要成为中国的迪士尼，我们要借鉴优秀公司的经验，成为中国人自己的IP创造和运营公司。“中国神话宇宙”有完整的世界观和题材规划，作品会陆续推出，尽管周期比较长，但因为是整体统一规划，我们认为不太会出现项目断档、创意枯竭等无法持续的情况。目前已经有多个项目在制作或筹备中，包括《涿鹿》《二郎神》《妲己》等。

Q25: 第一季度应收账款有近8个亿，这里面是不是大部分是哪吒2票房的分账款，但是未到账？

	A: 2025 年第一季度新增应收账款，大部分为应收《哪吒之魔童闹海》款项。 （本投资者关系活动记录表中涉及的未来经营计划、预测是公司基于目前的行业、市场环境制定的公司战略发展规划及判断，并不构成业绩承诺，敬请投资者保持足够的风险意识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。）
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