

证券代码: 002739

证券简称: 万达电影

公告编号: 2020-017

万达电影股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文, 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划, 投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外, 其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利, 不送红股, 不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	万达电影	股票代码	002739
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王会武	彭涛	
办公地址	北京市朝阳区建国路 93 号万达广场 B 座 11 层	北京市朝阳区建国路 93 号万达广场 B 座 11 层	
电话	010-85587602	010-85587602	
电子信箱	wandafilm-ir@wanda.com.cn	wandafilm-ir@wanda.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

2019年5月, 公司重大资产重组实施完成, 万达影视成为公司控股子公司, 公司业务范围进一步拓展, 由主要集中于电影行业产业链下游放映业务向上延伸至电影投资、制作和发行, 全面覆盖全产业链。报告期内公司的主营业务为影院投资建设, 电影投资制作、发行、放映及相关衍生业务, 电视剧制作及发行, 游戏发行等。公司借助中国电影市场蓬勃发展的契机, 打造“万达院线”、“万达电影”品牌, 成为行业龙头并拥有较高的市场声誉。

公司的主要产品或服务为:

(1) 院线电影放映。公司是国内领先的影院投资及运营商，票房、观影人次、市场份额已连续十一年位居国内首位。通过各电影发行公司引进影片，根据市场情况向下属影院下达排映指导。公司对影院影片放映实行科学、规范、标准的管理，全面采用世界水准的放映工艺标准，为观众提供一流的观影体验。

(2) 销售卖品。卖品品相主要分为两大类，分别为电影衍生产品和餐饮类产品。电影衍生产品指与影片角色、剧情、道具相关的主题类纪念商品，餐饮类产品指观影时观众选择食用的商品，主要包括食品类和饮料类。

(3) 发布广告。公司所经营的广告业务主要包括屏幕广告和阵地广告。屏幕广告指在电影正片前搭载的商业广告，在电影放映前播出；阵地广告指在实体影院相关媒介上播放、陈列的产品广告，主要包括异形立牌、灯箱广告（含LED、LCD电子屏）、喷绘广告等。

(4) 电影制作及发行。公司主要通过投资、制作电影，取得影片的票房分账收益和衍生收入，并获得利润。公司根据投资发行策略、影片特点、题材和定位等因素对影片剧本进行开发或选择，并通过独家投资、主投或参投的方式参与影片制作。

(5) 电视剧制作及发行。公司主要通过投资、制作电视剧，向电视台及新媒体平台销售电视剧版权取得版权销售收入及发行收入，并获得利润。

(6) 游戏发行。公司主要通过发行、运营网络游戏以获得游戏分成收入及利润，具体游戏类型包括网页游戏和移动网络游戏。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

单位：元

	2019 年	2018 年		本年比上年增减 调整后	2017 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	15,435,362,985.83	14,088,133,742.05	16,287,423,771.15	-5.23%	13,229,380,320.49	15,237,021,202.92
归属于上市公司股东的净利润	-4,728,585,957.39	1,294,631,485.14	2,102,772,174.81	-324.87%	1,515,675,163.63	2,084,196,274.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-4,846,692,179.05	1,128,748,210.04	1,129,408,778.88	-529.14%	1,239,732,389.94	1,237,744,612.94
经营活动产生的现金流量净额	1,858,832,299.51	1,752,063,655.23	2,150,353,276.24	-13.56%	1,988,083,198.62	944,730,895.77
基本每股收益（元/股）	-2.2751	0.7350	1.0117	-324.88%	0.8605	1.0028
稀释每股收益（元/股）	-2.2751	0.7350	1.0117	-324.88%	0.8605	1.0028
加权平均净资产收益率	-29.23%	10.64%	11.74%	-40.97%	13.73%	13.34%

	2019 年末	2018 年末		本年末比上年末增减	2017 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
资产总额	26,488,081,327.87	23,108,469,595.55	31,137,356,837.70	-14.93%	23,142,124,806.01	30,413,031,608.07
归属于上市公司股东的净资产	13,832,144,010.59	12,582,517,654.14	18,740,017,143.57	-26.19%	11,670,447,669.66	17,016,079,419.72

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	4,198,400,635.35	3,366,035,434.31	4,029,705,769.91	3,841,221,146.26
归属于上市公司股东的净利润	400,612,900.41	123,659,212.66	305,200,254.13	-5,558,058,324.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	418,092,567.27	85,772,748.64	267,843,948.58	-5,618,401,443.54
经营活动产生的现金流量净额	391,842,178.94	533,614,659.95	118,364,653.08	815,010,807.54

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异
 是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	102,858	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	102,362	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
北京万达投资有限公司	境内非国有法人	45.46%	944,922,275	51,946,496			
杭州臻希投资管理有限公司	境内非国有法人	6.50%	135,000,000	0			
莘县融智兴业管理咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.17%	45,084,337	45,084,337			
北京万达文化产业集团有限公司	境内非国有法人	2.12%	44,165,316	0			
互爱（北京）科技股份有限公司	境内非国有法人	2.03%	42,168,675	42,168,675			
孙喜双	境内自然人	1.68%	34,894,738	0	质押	34,894,732	
泛海股权投资管理有限公司	境内非国有法人	1.53%	31,865,497	31,865,497	质押	31,865,497	
北京弘创投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.35%	28,041,637	28,041,637			
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	1.03%	21,397,765	0			
宿迁清远影视传媒合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.00%	20,854,383	20,854,383			

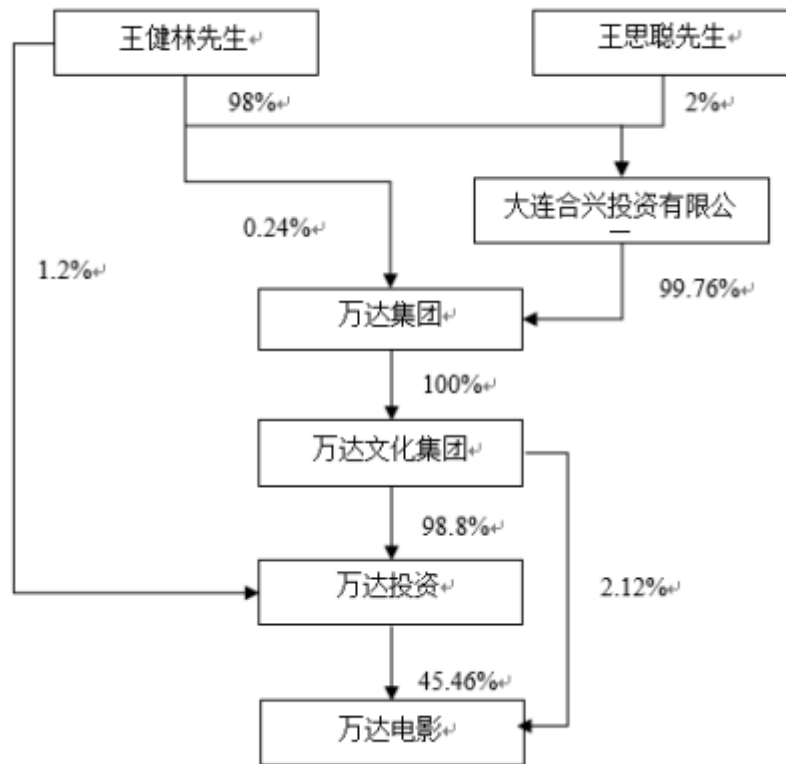
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京万达文化产业集团为北京万达投资有限公司的控股股东，莘县融智兴业管理咨询中心（有限合伙）为万达集团影视板块核心人员的持股平台，与万达投资、万达文化产业集团为一致行动人。除此之外其余股东不存在关联关系，也不属于法律法规规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(一) 2019年电影市场回顾

1、电影票房增长放缓，观影人次保持稳定

2019年，中国电影总票房再创新高，但增速进一步放缓，全年实现总票房642.66亿元，同比增长5.4%（剔除服务费为593.55亿元，同比增长4.89%，以下内容如无特别注明，票房均为剔除服务费口径），城市院线观影人次17.27亿，同比增长0.5%，全国银幕总数69,787块，同比增长16.2%。2019年，中国电影在复杂多变的外界环境和宏观经济影响下保持了票房和观影人次的稳定增长，同时中国电影也正在经历新一轮的结构性调整，走高质量发展道路已经成为全行业共识。

2、电影市场继续扩容，影院行业竞争激烈

2019年，中国新增银幕9,708块，银幕总数达69,787块，截至2019年底，全国可统计影院共12,408家，同比增长13.26%。目前国内银幕总数已居世界首位，但在票房增速放缓及同业竞争加剧的压力下，银幕增速已经连续5年下降。由于目前银幕增速仍然明显高于票房增速和观影人次增速，单银幕产出继续下滑，院线和影院竞争激烈，经营压力依然较大，行业整合加速。

3、国产片占比持续提升，题材多样性迎来突破

2019年国产影片精品迭出，类型丰富，引领各重点档期，创造了显著的社会效益和经济效益。全年上映的427部国产电影贡献总票房411.75亿元，同比增长8.65%，票房占比64.07%。而年度票房前10名的影片中有8部为国产影片，有4部影片进入中国影史前10名。春节档《流浪地球》开启了中国科幻电影元年，暑期档《哪吒之魔童降世》实现了国产动画电影的新突破，国庆档《我和我的祖国》《中国机长》等主旋律电影获得了观众的高度认可，而《少年的你》《误杀》等影片充分体现出国产电影创作的多样性和丰富性。

4、高口碑电影贡献加大，头部及腰部效应提升

2019年，观众口碑对电影票房的影响较以往更加明显，一批优秀的影片在良好口碑的推动下，票房不断走高。2019年全年上映影片556部，票房过亿影片88部，票房5亿以上影片共计28部。2019年TOP10影片票房占比44.6%，TOP50影片票房占比82.53%，可见高口碑电影的票房贡献度不断提升，同时单影片票房的天花板也在不断提高，头部效应愈加凸显，票房两极化加速。

5、影视行业规范竞争，更加聚焦内容创作

2019年，《关于深化影视业综合改革促进我国影视业健康发展的意见》正式出台，为影视行业的规范发展指明了方向。天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税等问题得到进一步有效治理；票房统计体系更加完善，对偷漏瞒报行为的遏制力度持续加大。这些措施的有效执行，提振了行业信心，维护了市场秩序，为中国电影高质量发展提供了强有力的保障。而随着影视文化产业的规范发展，行业从制造竞争阶段向规范竞争阶段过渡，资源将向头部企业聚集，行业格局趋于稳定，一些小而散的企业生存空间将被不断压缩。这代表着行业将越来越多的精力集中于内容创作，市场优胜劣汰机制的作用将越来越明显。

（二）2019年公司经营情况回顾

2019年5月，公司重大资产重组事项实施完成，主营业务由院线电影放映业务向上延伸至电影投资、制作和发行，成为覆盖电影投资、制作、发行、放映全产业链的电影公司，不断完善电影生态圈，进一步巩固了在国内电影市场的领先地位。

2019年，受宏观经济下行、电影市场增速整体放缓、影院竞争持续加剧和行业政策变化等因素影响，

公司经营业绩出现一定下滑。报告期内，公司实现营业收入154.35亿元，同比减少5.23%，归属于上市公司股东的净利润-47.29亿元，主要原因为公司2019年度计提了商誉减值准备。公司自上市以来通过外延发展和内生增长不断扩大经营规模，提高市场竞争力，在通过战略并购丰富业务布局过程中形成了较大商誉。出于审慎性考虑，公司计提商誉等资产减值准备59.09亿元。扣除计提资产减值准备影响，公司实现归属于上市公司股东的净利润11.41亿元。截至报告期末，公司总资产264.88亿元，归属于上市公司股东的净资产138.32亿元。

面对多变的电影市场环境带来的经营压力和挑战，公司全体员工在董事会和管理层的带领下，坚定执行年度经营计划，积极整合各业务板块，不断寻求创新和增长，努力完成经营目标。

公司总体经营情况如下：

1、院线电影放映业务

(1) 票房收入小幅增长，市场占有率保持稳定

2019年，在行业竞争激烈的形势下，公司经过努力经营，全年实现票房98.6亿元，同比增长3.06%，观影人次2.3亿，同比增长1.57%，其中国内票房83.2亿元，观影人次2.1亿，境外票房约15.4亿元，观影人次约2,058万。截至2019年12月31日，公司自营影城累计票房市场占有率为13.3%，票房、观影人次、市场占有率等核心指标连续11年位列全国第一，单银幕产出、平均上座率等指标均占据行业领先地位。2019年，公司下属55家影院跻身我国电影票房200强，145家影院进入我国影院票房500强。公司荣获“2019中国地产风尚大奖·中国年度影响力电影院线品牌”、“2019年中国年度影响力电影院线运营商”等多个奖项。

2019年，公司不断提升自有渠道票房和人次占比，其中自有渠道线上票房占比同比增长约35%，人次同比增长约40%，会员粘性不断增加，公司自有渠道注册会员数同比增长近一倍。2019年7月，万达电影会员体系3.0正式上线，进一步提升了会员精准营销能力，持续推动万达电影品牌口碑、票房收入和观影人次健康发展。

(2) 影城规模稳步增加，调整策略提升效益

2019年12月30日，全国第600家万达影城在广州开业，标志着万达电影进入600+时代，公司经营范围已覆盖全国22个省230个城市。截至2019年12月31日，公司拥有已开业直营影城656家，5,806块银幕，其中国内影城603家、5,343块银幕，境外影院53家，463块银幕。公司旗下拥有IMAX银幕349块、已开业杜比影院45家，拥有自有高端品牌PRIME影院42家。公司始终秉承“一切以观众的观影价值和观影体验为核心”，不断在放映终端技术上深化布局，努力为观众提供高品质的观影品质和多元的观影体验。

报告期内，公司在发展优质影城、确保项目品质和收益的情况下继续加强全国影院布局，全年新建影城73家，不断增加项目储备。同时公司也根据影城实际经营情况及时调整发展策略，主抓重点项目的同时关停了11家经营业绩不达预期的影城，提高院线整体经营效率和品质。

(3) 不断创新经营模式，积极拓展利润增长点

2019年，公司不断创新经营模式，拓展利润增长点。公司先后举办“朕要看电影”、万达IMAX大片季、“万影杯”挑战赛、第三届“爆米花节”以及“百日观影节”五大活动，充分调动员工积极性，助力品牌和业绩提升；全新推出满足家庭观影需求的“起跑线”计划和满足小众群体艺术欣赏的“万达莎士比亚影像展”，拓

展观影内容，提高票房收入；2019年12月，公司首次与万达商管联合打造“美好生活电影节”，通过万达广场强大的用户联动能力，进一步提升公司的票房收益空间。此外，2019年国庆期间，公司积极开展“庆祝中华人民共和国成立70周年优秀国产新片展映”活动，10月1日当天，全国共10家万达影城参与4K高清直播国庆庆典，为祖国70华诞献礼，创造了良好的社会效益。

报告期内，公司不断提升非票房业务。公司加大电影衍生品的推广和销售，销售渠道进一步实现线上线下深度融合，与良品铺子达成战略合作，通过整合资源，探索新的卖品合作模式。除此之外，公司咖啡、自创茶饮收入、多经收入等较去年同期均有所增长。

（4）加强费用支出管控，成本优化效果显著

2019年，公司加强成本优化并取得显著成效，通过多项费用管控、减免影城租金、组织架构优化、总部集采招标等多种措施减少经营支出，节支增效。

（数据来源：国家电影局、中国电影发行放映协会、艺恩咨询、拓普数据及公司统计）

2、影视投资制作与发行业务

（1）电影投资、制作与发行

2019年，影视制作行业依然面临着巨大的挑战，市场在向更加理智有序的方向进步。公司始终围绕“做精品影片、挖掘头部项目”开展各项工作。报告期内，子公司万达影视主导或参与出品并上映的各类影片共25部，主投、主控影片包括《过春天》《人间喜剧》《绝杀慕尼黑》《沉默的证人》《小小的愿望》《误杀》等，参投影片包括《飞驰人生》《熊出没6》《烈火英雄》《我和我的祖国》《中国机长》《叶问4》等。其中电影《误杀》最终票房约12亿，并荣获年度十大评分最高华语影片，实现票房与口碑双丰收。但由于报告期内万达影视主投、主控影片数量较少、体量较低且部分票房不及预期，而去年同期主投、主控影片较多且票房表现较好，因此万达影视电影制作发行及相关业务收入和利润较去年同期下降幅度较大。

虽然未能完成年度经营目标，但报告期内万达影视重点加强了主控项目开发和储备，完善制片机制，保证主控影片品质；与中国空间技术研究院、央视动漫集团等在影视IP开发和衍生品方面达成战略合作；同时积极拓展版权经营新领域，参与出品国内首档明星素人实战经营类综艺《我想开个店》，打造“侏罗纪世界”实景娱乐项目，努力拓展收入增长点，为公司未来发展拓路前行。万达影视旗下的《唐人街探案》《斗破苍穹》《快把我哥带走》等IP荣登证券时报“2019中国超级潜力IP评选”榜单TOP3和TOP10。

（2）电视剧投资、制作与发行

2019年，公司子公司新媒诚品紧扣时代脉搏，拓展作品题材，提升品质，在影视行业整体低迷的环境下依然较好的完成了年度经营目标。2019年是中华人民共和国成立70周年，新媒诚品紧跟时代步伐，提前布局主旋律剧目，其主导或参与出品的《空降利刃》《激荡》《隐秘而伟大》《最好的我们》《大时代》5部影片入选中国国家广电总局新中国献礼优秀电视剧百日展播名单。其中《空降利刃》和《激荡》已于下半年在多个平台播出，取得较好的收视成绩，并荣获“年度优秀表彰剧目”、“年度剧集”等多个奖项，新媒诚品也获得人民日报社“优秀制作机构奖”。

报告期内，新媒诚品继续加强系列化、品牌化开发，通过“正阳门下”系列、“亲爱的”系列、军旅系列

三部曲提升自有IP价值最大化，参与出品的中国首部火箭军题材剧《号手就位》已于年内进行拍摄；同时不断打造贴合当下年轻人价值观的《谢谢你医生》《爱情高级定制》等优秀都市题材剧以及《从前有座灵剑山》《青春创世纪》等精品网剧。2020年，新媒诚品参与投资制作的《大时代》《最好的时代》《隐秘而伟大》《一念时光》《远方的山楂树》《绿水青山带笑颜》等多部剧目预计将陆续播出。

3、网络游戏发行与运营业务

2019年，受游戏行业版号管控、头部游戏公司市场份额日益扩大等因素影响，公司子公司互爱互动全年取得新版号4款，新发行游戏5款，较往年有所减少。截至2019年12月31日，公司在线运营产品包括《绝世武林》《胡莱三国》《豪门足球风云》《中超风云》等。

面对上述压力，报告期内互爱互动多措并举，努力提高盈利能力。公司持续开拓海外市场，优化海外发行结构，提升海外游戏收入，2019年收入前10的游戏中有6款进行了全球化的海外发行实践，其中游戏《豪门足球风云》获得巴塞罗那足球俱乐部正版授权；同时公司积极调整发行策略，提高引入标准，增加重点产品投入；充分挖掘在线项目价值，延长产品生命周期，精细化运营；继续完善IP和产品储备，在经典国产动画、国漫、日漫等领域均储备了较多头部IP，如圣斗士星矢、七龙珠、葫芦兄弟、关于我转生变成史莱姆这档事、海底小纵队、西域列王纪等。

2020年，随着行业政策逐渐明朗，互爱互动获取的新版号和新发行的游戏预计将有所增加，其中重点引入和发行的游戏包括《葫芦兄弟：七子降妖》《胡莱三国3》《圣斗士星矢》《美职篮2018》等。公司将继续实施精品化战略，与核心研发商建立长期合作关系，加大海外自主研发投入和力度，发挥万达品牌价值，为用户提供更多优质的游戏产品，提升经营业绩。

4、广告与传媒业务

2019年，受宏观经济影响，中国广告市场重新进入调整期，特别是传统媒体广告市场持续下滑，公司子公司万达传媒业绩下滑较大。报告期内，公司采取多种措施积极应对，加强内部管理，降低管理费用，提高单银幕收入；抓住行业洗牌机会优胜劣汰，优化采购成本，提升资源质量，新增独家资源188家，头部城市资源份额及质量均有所提升，并荣获业内金触点“最具合作价值营销服务机构”、“娱乐营销类银奖”等多个奖项。

2020年，面对新冠疫情对宏观经济和广告行业短期造成的不利影响，万达传媒将在深化电影媒体业务的基础上不断创新拓展业务，努力提升经营业绩。公司将与丙辰科技合作，打通万达广场和影城丰富的数字媒体资源，推动商场媒体数字化媒体矩阵建设；积极布局楼宇广告，形成影院+住宅媒体矩阵；与国内领先泛娱乐红人机构愿景娱乐共同设立“印特玛特”公司，整合线上线下流量，正式启动万达传媒互联网营销中心，打造技术赋能娱乐营销平台。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
观影收入	9,122,487,258.35	8,519,193,628.55	6.61%	0.60%	4.78%	-3.72%
广告收入	1,950,360,282.54	800,272,769.43	58.97%	-22.05%	1.12%	-9.40%
商品、餐饮销售收入	1,925,731,378.74	706,096,664.92	63.33%	3.05%	-6.30%	3.66%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2019年，公司归属于上市公司普通股股东的净利润总额较上年同期减少-324.87%，主要原因是公司计提了资产减值准备590,931.56万元。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

具体内容详见公司分别于 2019 年 3 月 21 日和 2019 年 8 月 21 日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的相关公告以及《公司 2019 年年度报告》全文“第十二节 财务报告”“五、重要会计政策及会计估计”。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

2019 年度纳入合并范围子公司共计 352 家，除同一控制下企业合并取得的子公司 20 家之外，非同一控制下企业合并取得 1 家子公司，2019 年度新设子公司 8 家，注销子公司 17 家。