

猫眼娱乐 2020 年中期业绩报告：强化布局，助力行业

8 月 17 日，猫眼娱乐发布 2020 年上半年财报。猫眼娱乐 2020 年上半年实现收益 2.03 亿元；期内亏损净额为人民币 4.3 亿元，经调整 EBITDA 为人民币-2.8 亿元，在国内电影市场、现场娱乐市场受到疫情冲击的情况下，体现出了较好的风险抵抗能力。

在疫情期间，猫眼作为中国全文娱行业的重要参与者，积极采取抗疫行动、践行社会责任，与行业伙伴携手互助、共克时艰。同时，猫眼持续强化线上线下综合布局，在平台服务能力、优质内容储备、新模式探索等方面，深耕服务、打磨精品，进一步沉淀和释放猫眼在全文娱领域的聚合价值。

携手行业共同抗疫 春节档 3 天退票 500 万余张

2020 年春节期间影片撤档后，猫眼第一时间宣布为全体猫眼用户无条件退票，并先行垫付了大量退票款，仅 3 天时间完成春节档影片全部退票工作，累计退票 500 万余张，金额超过人民币 2 亿元。同时利用自身平台资源优势，协助影院上线美团平台，以外卖方式帮助影院消化春节前大量储备的卖品库存，缓解库存压力。

此外，猫眼利用自身数据优势，在疫情期间共享行业数据，猫眼研究院发布了数十份数据及行业研究报告和榜单，为行业伙伴提供了多场免费在线培训和业务交流，并与中国电影家协会、巨量引擎、爱奇艺等行业伙伴合作，陆续发布一系列行业研究报告，通过多种方式帮助行业从业者理性分析趋势、准备对策。

猫眼采取一系列措施协助影院和演出场馆快速实现复工，包括升级影院服务解决方案；上线安全距离售票功能，支持隔排隔座；加强实名认证，尽量降低疫情期间观影活动的风险；通过猫眼平台推出“安心”标签，为全面消毒、全员检测、佩戴口罩等符合防控措施的影院、演出场馆显示“安心影院”、“安心看”等标识，帮助观众安全观影、安全观演。持续提供供应链金融等服务，缓解影院等行业伙伴的资金压力。

持续建设平台能力，行业服务全面升级

2020 年上半年，猫眼持续加强平台能力建设，夯实平台服务。

宣发层面，猫眼持续拓展宣发目标品类，整合策略制定、宣传执行、渠道推广、智能发行等宣发全链路、全流程服务，并加强一站式、高效率的线上线下整合营销服务。疫情期间，猫眼陆续推出了“猫眼云聊”、“极速 24 小时”、《电影背后的故事：大咖请回答》等宣发产品，并于 2020 年 7 月在猫眼专业版正式上线“智能宣发”板块，全面展示和提供数据咨询、智能宣发、精准营销、发行助手等共计八类 33 项宣发产品和服务。

产品及数据层面，猫眼持续建设数据平台，不断拓宽数据来源，以更强大的底层建设，助力文娱行业发展。2020 年 4 月，猫眼专业版在行业首次上线抖音影剧综热榜，用户可以在猫眼专业版一站式查看影视项目的多平台热度数据，有效提升影视宣发效率。2020 年 6 月，猫眼专业版正式接入腾讯视频的网络电影分账票房数据，成为首家集齐腾讯视频、爱奇艺、

优酷三家网络电影分账数据的平台。2020年7月，猫眼专业版上线腾讯音乐娱乐集团旗下“由你音乐榜”，汇集电影MV榜、电影音乐榜、剧集MV榜、剧集音乐榜以及综艺音乐榜等信息，帮助行业伙伴提供音乐物料营销的监测依据，这也是“腾猫联盟”所涉数据资源战略合作的重要组成部分。

此外，猫眼也在持续推进映前广告和线下娱乐广告合作，整合娱乐消费市场的“电影+演出+其他娱乐消费场景”的全文娱广告营销，实现广告呈现从用户购票环节、到线下取票、到观影的映前广告的全流程闭环。2020年上半年，猫眼已经和上千家影院及多个品牌广告主达成业务合作，锁定优质合作资源。随着影院的有序复工，猫眼将持续拓展和推动。

打磨优质内容，构建多形态精品内容储备

2020年上半年，猫眼持续加强对影视作品内容的深耕和打磨，目前已拥有丰富的内容储备。

院线电影方面，猫眼参与了数十部影片的出品或发行工作，例如自主开发的《风平浪静》、《起跑》、《平原上的摩西》及《天才游戏》等影片，均正在拍摄或已完成拍摄，将陆续推向市场；猫眼参与出品或发行的《紧急救援》《反贪风暴5》《一秒钟》《涉过愤怒的海》及《明日战记》等影片，也将择机上映。

剧集方面，猫眼一方面继续加强对所参与剧集的内容把控和打磨，参与出品了诸多优质剧集，例如《局中人》《什刹海》《老酒馆》等剧集，还与腾讯视频等平台合作定制了《乌鸦小姐与蜥蜴先生》、《通天塔》等项目；另一方面，猫眼也加大对自制剧的投入，积极推进多部剧集的开发与筹备工作，如《庭外辩护》、《天才棋士》等。此外，猫眼也在2020年加大了对网络电影等在线内容领域的投入，目前已经参与了若干部网络电影的出品及发行，题材遍布动作、悬疑、古装、惊悚、科幻等。

同时，猫眼也积极为疫情后的新娱乐场景做准备，如增加旅游演艺等品类的票务合作，以及持续增强演出项目的合作储备，例如，猫眼已经签署了若干头部艺人大型线下演唱会项目的投资及票务合作，后续将陆续与观众见面。此外，猫眼也在持续探索在线演唱会等新业务模式和方向。例如，猫眼为腾讯视频高人气女团“火箭少女101”演唱会直播活动提供独家全方位的票务代理和宣发合作；猫眼作为独家票务总代理的“2020王者荣耀世界杯总决赛”已定于2020年8月举办。

此外，随着在内容出品领域的不断深耕以及资源沉淀和产业能力溢出，2020年上半年，猫眼首次布局影视音乐产业链，联动国内顶尖音乐制作人和音乐人共同开发影视剧原声带，并与腾讯音乐娱乐集团(TME)在影视音乐板块形成更好的有机结合。例如，7月10日在央视一套、腾讯视频、爱奇艺、优酷同步播出的剧集《什刹海》所涉OST，即由猫眼独家发行，并已与腾讯音乐达成独家版权合作。

行业复苏持续推进，短期影响未改长期逻辑

2020年7月20日中国影院开始有序复工，猫眼专业版数据显示，影院复工后市场反馈积极，截止目前全国复工影院数接近8500家，连续两周的周票房突破2亿元，重映票房破亿影片

出现了 2 部；猫眼研究院调研结果显示，七成以上观众去影院观影的意愿比疫情之前增强。与此同时，线下娱乐演出也已陆续恢复，观众需求旺盛，行业信心不断加强。疫情虽在短期内带来了冲击，并且为行业带来了一些新变化，但是，观众对有优质内容的需求依然旺盛，行业长期发展的根本驱动因素没有发生变化。

猫眼在疫情期间积极应对，强化了平台能力、内容能力、新业务等方面的布局，同时积极助力行业抗疫，充分展现了企业社会责任。长期来看，公司秉承“猫眼全文娱”战略，坚持深耕全文娱行业，以票务、数据、产品、营销、资金等平台能力为核心，服务于全文娱各个领域和环节，为好内容匹配适合的观众，其创造长期价值的协同效应和竞争优势没有发生改变。

猫眼娱乐 CEO 郑志昊表示：“没有一个冬天不会过去，没有一个春天不会到来。作为国内领先的全文娱观众入口、主流宣发平台和数据及产品平台服务，我们将和行业伙伴站在一起，互帮互助，共同创造行业美好的明天。最后，衷心感谢所有同事、股东及行业伙伴们的支持和帮助，让我们一起砥砺前行，为行业创造更多价值！”