

【新聞稿】



貓眼娛樂首次盈利，經調整淨利 3.8 億元

業務取得多項突破 全文娛戰略初見成效

香港，2019 年 8 月 15 日 – 貓眼娛樂（「貓眼」或「本公司」，HKEx：1896）今日發佈財報，2019 年上半年經調整溢利淨額¹為 3.804 億元人民幣，成功實現首次盈利；公司整體收入結構持續優化，全文娛戰略初見成效。

財報顯示，截至 2019 年 6 月 30 日，貓眼經調整淨利為 3.804 億元人民幣，淨利潤 2.574 億元人民幣，成功實現首次盈利。貓眼上半年總收入 19.846 億元，其中，娛樂內容服務上半年收入 6.657 億元人民幣，同比增長 18.7%；廣告業務收入 1.564 億元人民幣，同比大幅增加 78.1%。此外，公司的銷售及營銷開支同比減少 46.7%。

收入結構持續優化 全文娛戰略初見成效

2019 年上半年，貓眼收入結構持續優化，娛樂內容服務和廣告服務收入的佔比明顯提升。期內，公司娛樂內容服務所得收益達人民幣 6.657 億元，同比增加 18.7%，佔公司總收益由去年同期的 29.6% 增加至 33.5%。貓眼的廣告服務及其他收入比去年同期大幅增長 78.1% 至人民幣 1.564 億元，佔公司總收益由去年同期的 4.6% 增加至 7.9%。

貓眼的電影線上票務市場份額繼續保持第一，不僅穩居 60% 以上且仍有提升，同時，現場娛樂線上票務的 GMV 增長高達 40.5%。在公司整體收入中，線上票務業務佔比由 2018 年同期的 60.6% 下降至 54.6%。

業內分析認為，整體而言，貓眼收入結構持續多元化，在線娛樂票務在整體收益佔比進一步降低，而娛樂內容服務、廣告服務及其他業務的比重則穩步提升，標誌著貓眼全文娛戰略初見成效。

¹ 於 2018 年及 2019 年上半年，貓眼將經調整溢利/（虧損）淨額界定為六個月內經加回以股份為基礎的報酬、可轉換債券及按公允價值計入損益的金融負債虧損淨額、上市開支、因業務合併產生的無形資產攤銷及因業務合併產生商譽的減值撥備而調整的溢利/（虧損）淨額。

業務發展取得多項突破

娛樂內容服務表現亮眼 全力打造全文娛產業鏈

過去六個月，貓眼的發行、宣傳、出品能力取得了階段性的突破，報告期內，貓眼主控發行的影片票房達到 41 億人民幣。其中，《來電狂響》為元旦檔票房冠軍，《白蛇：緣起》為上半年貓眼評分影史第一的國產動畫電影，《飛馳人生》為春節檔票房探花，《反貪風暴 4》為清明檔票房冠軍，《老師·好》為 2019 上半年最大的黑馬影片。除此之外，由貓眼聯合發行的《熊出沒·原始時代》為春節檔動畫電影冠軍，《最好的我們》為端午檔票房冠軍。貓眼參與投資的《流浪地球》為 2019 上半年票房冠軍。

除了電影，貓眼也積極拓展劇集業務，由貓眼聯合出品的《長安十二時辰》是 2019 年上半年熱度最高的網生劇集之一，同時貓眼還聯合出品了《老中醫》《逆流而上的你》等優秀的電視劇作品。貓眼還進一步向產業源頭發力，通過投資歡喜傳媒、耳東影業等知名影視公司，深化與著名青年電影人平台 FIRST 青年電影展的合作，加強了與內容創作者的連接，助力行業夥伴創造出優秀的影視作品。

此外，「貓眼專業版」向全文娛行業延展，為產業鏈上下游的從業者提供專業的行業數據及資訊，月活躍用戶數比去年同期增長 26.6%。「貓眼研究院」已成為行業領先的影視數據分析平台，與 IMAX、索尼、騰訊影業等影視公司建立了戰略合作關係，並為百餘部影視作品提供了數據分析服務。貓眼還推出了全文娛智慧工具化平台「貓眼通」，為行業夥伴提供覆蓋概念、製作、宣發、上映等階段的智慧化工具，幫助他們實現影視全流程一站式管理，並已為 120 多個影視項目提供專業服務。

廣告服務帶來增長新動力

另一方面，貓眼的廣告業務增長迅速，在廣告市場激烈的競爭中脫穎而出。由於長期從事文娛內容的宣發業務，貓眼的營銷資源和方法一開始就與娛樂消費場景緊密結合，在娛樂營銷領域有先天的優勢，從而獲得了廣告主的認可。貓眼為瑪氏 M&M's 和《蜘蛛俠：決戰千里》（內地譯名《蜘蛛俠·英雄遠征》）在中國區的聯合營銷提供服務，單個營銷案例曝光量 17.8 億次，引起了廣告營銷行業的廣泛關注。據了解，貓眼上半年為通用汽車、百勝集團、京東等多家知名品牌提供了娛樂整合營銷服務。

現場娛樂業務高速發展

現場娛樂 GMV 大幅提升 40.5%的背後，是貓眼建設了線上線下立體化宣傳能力，為藝人和內容提供宣傳服務。今年上半年，貓眼為王力宏、楊千嬅、林俊傑、莫文蔚等頭部藝人

演唱會，以及《斷金》（由張國立、王剛、張鐵林主演）、《陽台》（由陳佩斯主演）等知名話劇，在宣傳、營銷、舉辦等方面提供了創新性的服務。

五大平台全方位支持業務發展

貓眼娛樂於 7 月 9 日在北京發佈「貓眼全文娛」戰略，提出涵蓋 5 大平台的「貓爪模型」：貓眼全文娛票務平台、產品平台、數據平台、營銷平台、資金平台。在各項業務中，五大平台互相配合，發揮了重要作用。

例如，貓眼全文娛產品平台中的「貓眼通」在影片和電視劇集的投制宣發全流程各環節中均發揮了關鍵作用，「場館通」為影院、劇場、體育館從 SaaS 系統、智慧硬體兩個層面，為場館提供精細化運營和智慧升級服務。貓眼的數據平台、營銷平台在各個業務的增長中也各自扮演了不可或缺的角色。

貓眼全文娛營銷平台擁有覆蓋社交、電商、生活消費所有場景的 6 大流量入口（微信、QQ、美團、大眾點評、貓眼、格瓦拉），以及 2 億以上使用者的小程式生態；貓眼還成為了中國最頭部的文娛媒體之一，其媒體內容持續霸榜抖音、微博等主流平台，全網粉絲量接近 2 億。貓眼還與 9,500 多家影院深入合作，並在 42 個城市、130 多個核心商圈、460 多所高校擁有 100 萬個以上曝光點位。如此「線上全網覆蓋、線下超強整合」的營銷能力，為包括娛樂內容服務、廣告服務在內的多個業務增長提供了保障。

分析認為，貓眼成功實現首次盈利，說明貓眼全文娛戰略初見成效。中國文化娛樂產業擁有廣闊的市場前景，貓眼正在全文娛領域進行品類拓展，逐步實現在電影、現場娛樂、劇集、短視頻、文娛媒體、音樂、藝人/KOL 等各產業鏈的佈局，有望為全文娛行業創造更大的價值。

- 完 -

有關貓眼娛樂（HKEx：1896）

貓眼娛樂是中國提供創新互聯網賦能娛樂服務的領先平台，通過持續地能力建設，如今的貓眼娛樂不僅僅是中國最大的在線電影票務平台和第二大的現場娛樂線上票務平台，更是能夠為整個文娛行業多條產業鏈提供全方位服務的「互聯網+娛樂」平台，具體業務包括線上票務服務、娛樂內容服務、娛樂電商服務、廣告及其他業務。

2019 年 7 月，貓眼娛樂發佈貓眼全文娛戰略，並正式啟動與騰訊的戰略合作「騰貓聯盟」。貓眼全文娛戰略提出的「貓爪」模型，主要由貓眼全文娛票務平台、貓眼全文娛產品平台、貓眼全文娛數據平台、貓眼全文娛營銷平台及貓眼全文娛資金平台五大平台組成，全面服務電影、現場娛樂、劇集、視頻、短視頻、文娛媒體、音樂、藝人及 KOL 等各個領域。

媒體查詢：

匯思訊中國有限公司

陳潔儀

電話：+852 2232 3933

電郵：schan@christensenir.com