

貓眼娛樂 2020 年中期業績報告：強化佈局，助力行業

8 月 17 日，貓眼娛樂發佈 2020 年上半年財報。貓眼娛樂 2020 年上半年實現收益 2.03 億元；期內虧損淨額為人民幣 4.3 億元，經調整 EBITDA 為人民幣-2.8 億元，在國內電影市場、現場娛樂市場受到疫情衝擊的情況下，體現出了較好的風險抵抗能力。

在疫情期間，貓眼作為中國全文娛行業的重要參與者，積極採取抗疫行動、踐行社會責任，與行業夥伴攜手互助、共克時艱。同時，貓眼持續強化線上線下綜合佈局，在平臺服務能力、優質內容儲備、新模式探索等方面，深耕服務、打磨精品，進一步沉澱和釋放貓眼在全文娛領域的聚合價值。

攜手行業共同抗疫 春節檔 3 天退票 500 萬余張

2020 年春節期間影片撤檔後，貓眼第一時間宣佈為全體貓眼用戶無條件退票，並先行墊付了大量退票款，僅 3 天時間完成春節檔影片全部退票工作，累計退票 500 萬余張，金額超過人民幣 2 億元。同時利用自身平臺資源優勢，協助影院上線美團平臺，以外賣方式幫助影院消化春節前大量儲備的賣品庫存，緩解庫存壓力。

此外，貓眼利用自身數據優勢，在疫情期間共享行業數據，貓眼研究院發佈了數十份數據調研及行業研究報告和榜單，為行業夥伴提供了多場免費線上培訓和業務交流，並與中國電影家協會、巨量引擎、愛奇藝等行業夥伴合作，陸續發佈一系列行業研究報告，通過多種方式協助行業從業者理性分析趨勢、準備對策。

貓眼採取一系列措施協助影院和演出場館快速實現復工，包括升級影院服務解決方案；上線安全距離售票功能，支援隔排隔座；加強實名認證，儘量降低疫情期間觀影活動的風險；通

過貓眼平臺推出「安心」標籤，為全面消毒、全員檢測、佩戴口罩等符合防控措施影院、演出場館顯示「安心影院」、「安心看」等標識，說明觀眾安全觀影、安全觀演。持續提供供應鏈金融等服務，緩解影院等行業夥伴的資金壓力。

持續建設平臺能力，行業服務全面升級

2020 年上半年，貓眼持續加強平臺能力建設，夯實平臺服務。

宣發層面，貓眼持續拓展宣發目標品類，整合策略制定、宣傳執行、渠道推廣、智能發行等宣發全鏈路、全流程服務，並加強一站式、高效率的線上線下整合營銷服務。疫情期間，貓眼陸續推出了「貓眼雲聊」、「極速 24 小時」、《電影背後的故事：大咖請回答》等宣發產品，並於 2020 年 7 月在貓眼專業版正式上線「智慧宣發」板塊，全面展示和提供數據諮詢、智慧宣發、精準營銷、發行助手等共計八類 33 項宣發產品和服務。

產品及數據層面，貓眼持續建設數據平臺，不斷拓寬數據來源，以更強大的底層建設，助力文娛行業發展。2020 年 4 月，貓眼專業版在行業首次上線抖音影劇綜熱榜，用戶可以在貓眼專業版一站式查看影視專案的多平臺熱度資料，有效提升影視宣發效率。2020 年 6 月，貓眼專業版正式接入騰訊視頻的網路電影分賬票房數據，成為首家集齊騰訊視頻、愛奇藝、優酷三家網路電影分賬數據的平臺。2020 年 7 月，貓眼專業版上線騰訊音樂娛樂集團旗下「由你音樂榜」，彙集電影 MV 榜、電影音樂榜、劇集 MV 榜、劇集音樂榜以及綜藝音樂榜等資訊，為行業夥伴提供音樂物料行銷的監測依據，這也是「騰貓聯盟」所涉數據資源戰略合作的重要組成部分。

此外，貓眼也在持續推進映前廣告和線下娛樂廣告合作，整合娛樂消費市場的「電影+演出+其他娛樂消費場景」的全文娛廣告營銷，實現廣告呈現從用戶購票環節、到線下取票、到

觀影的映前廣告的全流程閉環。2020 年上半年，貓眼已經和上千家影院及多個品牌廣告主達成業務合作，鎖定優質合作資源。隨著影院的有序復工，貓眼將持續拓展和推動。

打磨優質內容，構建多形態精品內容儲備

2020 年上半年，貓眼持續加強對影視作品內容的深耕和打磨，目前已擁有豐富的內容儲備。

院線電影方面，貓眼參與了數十部影片的出品或發行工作，例如自主開發的《風平浪靜》、《起跑》、《平原上的摩西》及《天才遊戲》等影片，均正在拍攝或已完成拍攝，將陸續推向市場；貓眼參與出品或發行的《緊急救援》《反貪風暴 5》《一秒鐘》《涉過憤怒的海》及《明日戰記》等影片，也將擇機上映。

劇集方面，貓眼一方面繼續加強對所參與劇集的內容把控和打磨，參與出品了諸多優質劇集，例如《局中人》《什剎海》《老酒館》等，還與騰訊視頻等平臺合作定制了《烏鴉小姐與蜥蜴先生》、《通天塔》等項目；另一方面，貓眼也加大對自製劇的投入，積極推進多部劇集的開發與籌備工作，如《庭外辯護》、《天才棋士》等。此外，貓眼也在 2020 年加大了對網路電影等線上內容領域的投入，目前已經參與了若干部網路電影的出品及發行，題材遍佈動作、懸疑、古裝、驚悚、科幻等。

同時，貓眼也積極為疫情後的新娛樂場景做準備，如增加旅遊演藝等品類的票務合作，以及持續增強演出項目的合作儲備，例如，貓眼已經簽署了若干頭部藝人大型線下演唱會項目的投資及票務合作，後續將陸續與觀眾見面。此外，貓眼也在持續探索線上演唱會等新業務模式和方向。例如，貓眼為騰訊視頻高人氣女團「火箭少女 101」演唱會直播活動提供獨家全方位的票務代理和宣發合作；貓眼作為獨家票務總代理的「2020 王者榮耀世界冠軍杯總決賽」已定於 2020 年 8 月舉辦。

此外，隨著在內容出品領域的不斷深耕以及數據沉澱和產業能力溢出，2020 年上半年，貓眼首次佈局影視音樂產業鏈，聯動國內頂尖音樂製作人和音樂人共同開發影視劇原聲帶，並與騰訊音樂娛樂集團 (TME) 在影視音樂板塊形成更好的有機結合。例如，7 月 10 日在央視一套、騰訊視頻、愛奇藝、優酷同步播出的劇集《什剎海》所涉 OST，即由貓眼獨家發行，並已與騰訊音樂達成獨家版權合作。

行業復蘇持續推進，短期影響未改長期邏輯

2020 年 7 月 20 日中國影院開始有序復工，貓眼專業版資料顯示，影院復工後市場回饋積極，截止目前全國復工影院數接近 8500 家，連續兩周的周票房突破 2 億元，重映票房破億影片出現了 2 部；貓眼研究院調研結果顯示，七成以上觀眾去影院觀影的意願比疫情之前增強。與此同時，線下娛樂演出也已陸續恢復，觀眾需求旺盛，行業信心不斷加強。疫情雖在短期內帶來了衝擊，並且為行業帶來了一些新變化，但是，觀眾對優質內容的需求依然旺盛，行業長期發展的根本驅動因素沒有發生變化。

貓眼在疫情期間積極應對，強化了平臺能力、內容能力等方面的佈局，同時積極助力行業抗疫，充分展現了企業社會責任。長期來看，公司秉承「貓眼全文娛」戰略，堅持深耕全文娛行業，以票務、數據、產品、營銷、資金等平臺能力為核心，服務于全文娛各個領域和環節，為好內容匹配適合的觀眾，其創造長期價值的協同效應和競爭優勢沒有發生改變。

貓眼娛樂 CEO 鄭志昊表示：“沒有一個冬天不會過去，沒有一個春天不會到來。作為國內領先的全文娛觀眾入口、主流宣發平臺和數據及產品服務平臺，我們將和行業夥伴站在一起，互幫互助，共同創造行業美好的明天。最後，衷心感謝所有同事、股東及行業夥伴們的支持

和幫助，讓我們一起砥礪前行，為行業創造更多價值！”