

阿里影业发布 2020/21 财年业绩公告，经调整 EBITA 首次扭亏为盈

6月9日，阿里影业（港交所：01060）发布 2020/2021 财年业绩公告。在截至 2021 年 3 月 31 日的 12 个月报告期内，阿里影业收入达到 28.59 亿元（人民币，下同），经调整 EBITA 首次扭亏为盈，在报告期内实现盈利 1.18 亿元。

内容+科技的双重属性，让阿里影业在环境影响下保持业务韧性，在全品类娱乐内容、数智化平台科技以及 IP 衍生业务等赛道持续开拓，为不同领域的客户和用户创造价值。



**内容业务：电影+剧集齐头并进，毛利同比增长 220%**

2020 年影院重启后，阿里影业开始为院线市场提供助力，在报告期内出品和发行了国产片票房前 20 影片中的 15 部，贡献总票房超过 247 亿；由阿里影业主出品、主发行的《拆弹专家 2》、《刺杀小说家》、《我在时间尽头等你》等“锦橙合制计划”系列影片集中上映，总票房超过 40 亿。

在电影业务之外，阿里影业持续在多品类内容赛道布局。在剧集领域，阿里影业的专业团队已形成从 IP 发掘到内容制作开发的能力，交片的剧集涵盖青春励志、都市情感等多种题材，已播出剧集中《我凭本事单身》获得极高热度，已

杀青剧集《往后余生》和《机智的上半场》接下来即将与观众见面。

报告期内，阿里影业内容业务获得收入 14.25 亿元，同比增长 37%；获得毛利 3.44 亿元，相比过往期间增幅达 220%。电影业务对于多部爆款影片的投资产出，以及剧集业务稳定的制作能力，是内容业务取得大幅增长的主要原因。

### **科技业务：宣发闭环服务全娱乐产业，效率提升毛利增长 29%**

在科技领域，数智化产品的布局成为对抗内容不确定性、周期性影响的重要因素。阿里影业在报告期内研发和迭代升级了多个科技产品，为影剧综等全娱乐产业提供 2B 和 2C 的数智化平台服务。目前，阿里影业旗下已形成数智化宣发平台“灯塔”+全案营销设计“黑马”+内容营销机构“淘秀光影”的宣发闭环。

报告期内，灯塔的试映会不断迭代，能够针对进入制作后期以及待上映影片，通过调研分析为片方提供制作向和宣发向策略；新设立的“淘秀光影”以直播+短视频的模式，在报告期内服务超过 20 部影剧综项目。目前“淘秀光影”旗下 KOL 超 300 人，覆盖 3 亿粉丝，成为抖音 TOP20 的 MCN 机构。

此外，淘票票升级平台功能，成为支付宝小程序中重要的线下娱乐场景入口；凤凰云智在复工后帮助影院提效降本，继续保持行业出票影院数量的第一名；云尚制片在报告期内所服务的剧组数量，较去年同期增加 68%。整体科技业务在报告期内收入 11.27 亿元，受益于运营效率的提升，科技业务毛利较去年同期增长 29%。

### **IP 衍生业务：收入同比增长 39%，切入潮玩赛道创造新增量**

在内容生产和科技服务以外，阿里影业还致力于通过多种商业模式开发，来

拓展影视娱乐产业版图的边界。IP 衍生及商业化业务阿里鱼，围绕“宝可梦”、“小黄人”等世界顶级内容 IP，并依托阿里经济体内的电商平台，为商家和消费者提供了“IP2B2C”的全产业链服务。

报告期内，阿里鱼合作的重要商家数量增长 69%，180 天内复购率和新入驻商家日均成交单数，较去年同期均有所提升；众筹平台“造点新货”实现热点 IP 快速变现，打造了包括电影 IP《刺杀小说家》盲盒、《哪吒重生》BJD 手办、剧集 IP《山河令》汉服，众筹 IP 数同比增幅 148%，其中百万级众筹项目达 52 个。

2021 财年，IP 衍生及商业化业务收入 3.07 亿元，实现 39%的同比增长，经营利润 1.61 亿元，同比增长 35%，继续构成内容+科技之外第三个稳定的业绩增长点。在 2021 上半年，阿里影业新成立潮玩业务品牌“锦鲤拿趣”，所打造的《乡村爱情故事》和《山河令》潮玩先后成为全民爆款，以超 65 万只的预售量成为上半年度 IP 潮玩顶流。

根据业绩公告，未来阿里影业将持续布局全品类娱乐内容，提高电影、剧集等内容的生产能力，同时与阿里经济体深度协同，扩大科技平台服务范围、探索 IP 衍生及商业化的业务形态。“本集团将坚定地为优质内容而投资，为创新而投资，为客户价值而投资，为长期构建优质内容、新基础设施和泛娱乐生态三大核心领域而推动业务升级。”