

聚光灯下

北京55家电影院复工：平均每家单日票房收入仅1万元

■本报记者 谢若琳 实习生 曹清

7月24日，北京电影院终于重新开业了。“180多天，就像是一个世纪那么久。”一位北京地区的影院经理告诉《证券日报》记者。

截至7月24日18时，北京市开业的影院有55家，当日票房收入55万元。换句话说，平均每家电影院单日收入仅1万元，只有去年同期的5%。

7月24日，《证券日报》记者在首都电影院(西单店)蹲守了一上午，发现确实有不少铁杆粉丝早早就达电影院，甚至有工薪族为了看“头一波”电影而休年假。但是在现场，记者的数量远比观众多得多。

只要观众能回来 票价、票房收入都不重要

7月21日，北京市电影局宣布，全市低风险地区电影院可于7月24日有序恢复开放营业。次日下午14时43分48秒，北京市影院复工后的第一张电影票售出，这张票是首都电影院(西单店)计划于7月24日早上10时30分上映的《第一次离别》。

7月24日9时，《证券日报》记者前往首都电影院(西单店)，彼时距离上述电影开场还有90分钟，影院所在的商场还没有开门，但已有观众守候在商场大门口。据了解，在开业前一天这场电影的座位已售罄。

在商场于10时开门后，经历了查看健康码、测量体温等环节，记者随观众一起进入影院。零食摊位空无一人，没有爆米花的电影院似乎缺少了“灵魂”。

而在放映厅外的售票大厅，有多家媒体陆续赶来。据《证券日报》记者粗略统计，到场的记者比看电影的观众人数还要多，大家将首都电影院副

总经理于超团团围住，现场俨然变成了“影院复工首日新闻发布会”。

“对于当下而言，只要观众能回来，票价、票房收入都不重要。”于超表示，“无论是管理层还是一线的服务人员，收入都相比正常营业时有所下滑。”

他告诉《证券日报》记者，从1月24日起，影院就在做开业准备，大家始终处于停业但未完全停工的状态，“我们有183天的时间充分做好防疫工作，包括物资储备、清洁消毒、放映设备与空调管道的维护和清洗，在停业期间这些工作从来没有停过”。

同时，首都电影院(西单店)也在尝试非接触检票的功能，观众可以对着扫描枪扫描电影票上的二维码，检票的工作人员可以从扫描枪的屏幕上看到电影票的相关信息，有效减少了检票环节的人员接触。

“现在影院一天的总场次不超过原来的50%，原来一天能放80场左右，现在排片控制在30场左右，每个厅的上座率不超过30%。每一场的间隔也相应拉长，原来场间时长是10分钟至15分钟，现在要留出充分的时间来消毒和清洁，最短也要半个小时。影厅里的座位是以交叉隔座的形式进行售票，员工会在影片放映过程中进行巡视，检查观众是不是全程佩戴口罩，是不是存在私换座位的情况。”于超表示，在观影过程中，不允许吃零食或者喝饮料。

中午时分，该影院的第一场电影放映结束，一位观众对《证券日报》记者表示：“感觉很好，过两天还会再来电影院。”

“现在坚持看电影的，主要是靠情怀。而影院开业，也有情怀的因素在，

开业“真的不赚钱” 大量影院仍在观望

“真的不赚钱。”一位北京地区的影院经理在接受《证券日报》记者采访时表示。

截至电影行业停业前的最后一天(2020年1月22日)，北京地区共有电影院239家，而在7月24日复工首日开业的数量仅为55家，以此计算，目前的开业率为23%。换句话说，有近八成影院仍在观望。

上述影院经理表示：“停工期间，很多影院裁员降薪，现在的状态并不具备复工的条件，一方面，就目前对排片率和上座率的规定，开业就是赔本赚吆喝；另一方面，人员配备不够。”

根据中国电影发行放映协会发布的《电影放映场所恢复开放疫情防控指南》，未戴口罩和体温37.3度以上者不得进入；全部采取网络实名预约、无接



首都电影院7月24日的第一个观众，获得了全年免费观影券 曹清/摄

触方式售票；实行交叉隔座售票，保证陌生观众间距1米以上；每场上座率不得超过30%。此外，电影放映场所减少放映场次，日排片减至正常时期的一半，每场不超过两个小时。

“换句话说，影院要先锁定一部分座位，只开放30%的位置。一部电影最好的上座率表现是30%，但大部分时间的上座率肯定是达不到这个标准的，因为电影是不能看单一场次的，平时工作日、周六日上午的上座率本身就不高。工作日晚上和周六日下午属于观影热门时段，有望达到这一标准。平均下来，上座率能达到10%就很好了。”上述影院经理表示，影迷的新鲜劲过去后，如果没有新片持续供给，就很容易出现空档期，开业后的成本却一点也没有少。

“我们业务的几个模块是以金刚石为中心的同心圆，相互独立但又互相取长补短。”陈继锋告诉记者，“公司在‘超精密微金刚石工具’的研发能力和技术水平上，已经处于国际第一梯队，同时我们也在利用自己的技术实力研制一些新产品，以便适应新时期先进制造发展的需要。”

“在‘精密超硬工具和金刚石涂层工具’的研发能力和技术水平上，我们已经达到了国内第一梯队，个别产品达到了国际先进水平。”陈继锋透露称。

虽然已经与国际并肩，但沃德仍未止步，它还有更远的理想要走。“我们想努力抓住这一历史性发展机遇。”陈继锋对记者表示，“我们更希望科创板成就的那些伟大企业中，有一家叫沃德金刚石。”

由点到面打破国际垄断 沃德志在成就伟大企业

■本报记者 李乔宇

触摸屏、液晶面板等消费电子玻璃的超高精密切割，汽车发动机、变速箱等核心部件的高精密切割，航空航天等行业关键设备及部件的切割加工……在首批科创板上市公司北京沃德金刚石工具股份有限公司(以下简称“沃德”)大厂分公司的厂房里，一台台精密的机器正在有条不紊地运转。

曾经，中国制造业紧缺的关键性工业耗材——高精密超硬工具一直掌握在国外企业手中，而如今，中国生产的超硬工具市场占有率在不断提升。“在创业的初期，我们首先是在激光切割PCD技术方面取得了突破性的成果，然后进军高精密和超高精密超硬工具的研发和制造。”在沃德位于大厂回族自治县的一栋三层办公楼里，一位教授级高级工程师告诉《证券日报》记者，“现在我们的刀具项目已有多项产品达到国际领先或国际先进水平。”

两栋三层的办公楼，两座白色的厂房，占地面积约30亩，看起来如此低调的中型厂区，竟以十余年的时间打破了外企的技术垄断，为国内的高精密制造业和新兴产业带来了惊喜。

打破垄断绝非易事。由于欧美、日本等国家现代制造业起步较早，国内高端硬质合金、高端陶瓷和高端超硬刀具市场基本被瑞典山特维克、美国肯纳金属、日本住友、日本三星钻石等国际巨头垄断。国内企业要打破垄断，就必须经历艰苦的研发创新和开拓，一个点一个点地实现突破，然后由点到线、由线到面、由细分市场到领域大面。

“点”“线”“面”的突破

“虽然面对的是简陋的、自制的研发设备，但我们始终没有放弃自己的研发方向。”陈继锋告诉记者，创业初期自己吃饭睡觉都在机器旁边，但他始终坚信，所有的困难都只是前进过程中必须经历的。所有的“困难故事”，也都是在成功或失败之后回忆总结出来的，而不是在过程中感受到的。

从业二十余年，陈继锋始终不忘初心。

时间回溯至1992年，24岁的陈继锋从中国科学技术大学近代物理系等离子体专业毕业，并进入国家建材局人工晶体所，从事CVD金刚石领域研究工作。

“越对这个领域研究的深入，我就越想通过自己的努力来弥补国内产品的不足。”32岁的陈继锋有了这个想法就立即付诸行动，毅然走上了自主创业之路，成立了北京希波科科技发展有限公司，也就是沃德的前身。

不想受制于人，就要自主创新，陈继锋深谙这个道理。

一直以来，我国在高端刀具方面进口依赖度较高，尤其在高端超硬刀具产品领域，欧美日一直占据领先地位，能够在精度和寿命方面媲美外企的产品品牌数量甚少。“多数国内企业都会选择与本土企业相互竞争，价格渐趋白热化，产品利润也越来越低。”陈继锋对《证券日报》记者表示，“而我们则定位于全球高端应用市场，以期实现高端产品的进口替代。”

陈继锋明白，我国超硬材料刀具市场规模要想持续增长，就必须深耕材料研发。

在投身超硬材料刀具事业的过程中，陈继锋见证了沃德由“点”到“线”再到“面”的逐步成长与突破。如何做“国外有我也有”？陈继锋告诉记者，“在具体的产品规格、结构方面，我们采用了差异化的设计和创新的技术来满足用户的不同需求，做到了‘国外有我更好’。”

专注产品的同时，沃德更专注个性化需求。“因此，我们在国外市场的竞争中，只要获得进入用户现场测试的机会，便往往能够很快获得用户的认可，并一步步地由测试供应商、替补供应商，升级为重要供应商、主要供应商。”陈继锋解释称。

国产企业奋起直追并迅速发展，离不开一群人在背后的坚持和努力。

“不能总是讲‘国内整体技术水平较低’，我们要看到国内超硬刀具技术水平的持续、快速进步，看到国内有越来越多的超硬刀具产品达到了国际一流的水准。”陈继锋感慨道。

时至今日，沃德在国内市场替代原有进口产品的同时，逐渐进入了国际市场，与跨国巨头进行全方位竞争。

敢与国际大品牌厮杀

“成为第一批登陆科创板的上市公司，是我们极大的荣耀！”去年登陆科创板时，陈继锋在寄语中难掩激动的心情。

2019年7月22日，陈继锋第一次站在上交所敲锣现场。2020年6月19日，上交所发布上证科创板50成份指

数的公告，沃德成为首批指数成份股。

“能够成为登陆科创板的第一批企业，是对我们技术、产品、管理的认可。”一年时间过去，谈及此事，陈继锋仍心潮澎湃，“科创板作为中国资本市场的‘创新试验田’，正在充分发挥资本服务实体经济的作用。”

借助科创板上市的契机，沃德之前很多暂缓下来的事情可以马上去做了。陈继锋向《证券日报》记者举例，“例如有些储备技术和储备产品的产业化中试，因为会花钱多一些、投入期稍长一些，我们就只能暂时等等，不敢马上去做。但是现在资金充足了，就不用再等了。”

登陆资本市场只是沃德走出的第一步，如何在资本市场走得更远，获得资本市场的长期青睐成为公司之后面临的挑战。

“与国外老牌的竞争对手相比，我们在技术人才方面的积累确实不足，也正在通过各种方式引进自己需要的优秀人才，包括但不限于在行业内寻找和招揽人才，通过猎头在国内外引进成熟人才，对个别大学个别专业的博士、硕士进行高薪精准招聘等。”陈继锋坦言。

然而这些都只是一个开始，为了留住人才，陈继锋还做了更多的努力。当人才进入沃德后，公司将通过高薪、上市公司股权激励，在项目中“持股”或成立合资子公司等各种方式，激励和留住真正的人才。

上市一年以来，沃德设立了多个研发项目，更以自己的硬实力打破了外企对“中国制造”的刻板印象。

谈及当时与外国客户建立合作的经历，陈继锋不禁露出自豪，“例如北美的某业内著名企业用户，在用户提出痛点和亟待解决的需求后，我们的技术团队从初步方案到最终测试仅用了两周时间，并且保证了产品寿命的翻倍、解决了断屑等问题。我们的速度和专业不仅得到了客户的信任，而且在与其它国际刀具大品牌的惨烈厮杀中脱颖而出，再一次为‘中国制造’正名。”

赶超的机会已到来

随着国家工业制造实力的不断发



系列报道

湘企前沿

湘企“零售双雄”申请免税资质 多家上市公司加入“申免”大军

■本报记者 何文英

随着免税资质“牌照”的发放，A股加入申请免税资质大军的上市公司逐渐增加。7月23日晚间，湘企零售双雄友阿股份、步步高同时发布公告，“正在申请免税商品经营资质”。

友阿股份在接受《证券日报》记者采访时表示：“随着中国人均可支配收入增加及国内消费升级，化妆品(尤其是高端化妆品)将成为国内免税市场增长的重要推动力，同时随着国内免税政策利好释放及相关上市公司的实力增强，海外消费将持续回流国内，预计中国公民海外免税消费回流将有2.19倍-3.11倍的增长空间。”

友阿股份海外供应链 提供“申免”优势

公告显示，友阿股份于2020年7月23日收到控股股东湖南友阿波罗控股股份有限公司(以下简称“友阿控股”)关于申请免税品经营资质的告知函。友阿控股为进一步拓展集团的零售业务，增强行业竞争力，近日向政府相关部门递交了在湖南市场申请免税品经营资质的请示。

友阿股份在公告中表示，若控股股东取得免税品经营资质并交由公司落地实施，将有利于公司进入免税市场，扩大公司主营业务范围；有利于公司将免税业务与免税业务相结合，助力现有零售业务转型升级，符合公司战略发展方向。

值得关注的是，友阿股份2017年斥资1.65亿元收购宁波欧派亿奢汇国际贸易有限公司(以下简称“欧派亿奢汇”)部分股权并增资，经过几年的布局完善，公司已具备的进口奢侈品完整海外供应链或为公司免税业务的落地形成支撑与协同。

一位长期跟踪友阿股份的私募人士对《证券日报》记者表示：“免税品利润比有税商品高出近一倍，加上原本公司具备的欧派亿奢汇供应链优势，若

能取得免税牌照，将对公司的利润增长做出积极贡献。此外，具备免税商品价格优势之后，公司原有会员黏性将得到进一步巩固。”

不过，友阿股份也在公告中提示：“免税品经营资质属于特许经营资质，该项工作由于尚在推进过程中，目前尚未收到任何政府部门的相关文件，最终能否取得该资质存在重大不确定性。”

步步高“申免” 积极完善细分业态

同日，步步高公告，为进一步拓展业务范畴，增强行业竞争力，拉动区域经济增长，近日公司向湖南省及湘潭市政府相关部门递交了关于支持公司申请免税商品经营资质的请示。

步步高方面表示：“近年来，公司积极发展线上线下业务，稳步拓展市场，在超市、百货、电商和投资等多方面发展，业务呈现多元化。若能成功申请免税商品资质将助力公司进一步完善细分业态，增加高毛利板块收益。”

不过，步步高在公告中也提示了相关风险。公司称：“目前相关工作仍处于申报初期阶段，公司尚未收到任何政府部门的相关文件，没有就免税商品经营事项与任何客户或合作方进行商业洽谈，也没有签署任何合同或协议。免税商品经营资质属于特许经营资质，公司最终能否取得该资质存在重大不确定性。”

据记者不完全统计，目前国内已获得资质并开展免税业务的企业有7家。其中，中免集团是占据免税市场份额较大的企业。公开信息显示，中免集团2019年总营收469.67亿元，其中免税商品销售458.18亿元，免税品毛利率率达50%。

免税商品较高的利润、政策的进一步加持以及免税品广阔的市场空间，使得诸多企业纷纷进军免税品市场。据记者不完全统计，自今年7月份以来已有9家A股上市公司宣布申请免税牌照。

湖南龙头企业“防汛+扶贫” 各逞奇能推进智慧农业

■本报记者 肖伟

7月22日下午，湖南省召开全省农业产业化暨龙头企业发展推进会。会议指出，要以龙头企业带动农业产业化发展，以农业产业化促进农业现代化，推动湖南省由农业大省向农业强省加快迈进。

《证券日报》记者了解到，近年来，湖南省各细分行业龙头企业逞奇能，在农业产业领域多点开花。种业龙头隆平高科、农机龙头中联重科、直播龙头芒果超媒等代表性企业在夏粮丰收、农机推广、精准扶贫等方面展现出一流身手。

种业龙头夺取夏粮丰收

唐启源向《证券日报》记者表示：“水稻有序抛秧机一小时可为900多个穴盘播种，大大节约人工，能精准管理农时。种粮大户不仅能轻松应对1万亩以上的连片田地，还能从农活中抽离人手从事副业和防汛。熟练掌握一种农机，就可产生多种效益。”

直播龙头助力精准扶贫

有了良种良育的方案，有了丰收在望的预期，还需要把农产品对接下游广袤的消费市场。作为直播龙头的芒果超媒携手社会各界，共同创建芒果扶贫云超市，把“产品出山的最后一公里”和“端上餐桌的最后一公里”连接起来，形成“产品出深山，线上火一片”的良好格局。

今年年初，芒果扶贫云超市工作人员来到湖南古丈县，对当地农户开展线下培训。首位入驻芒果扶贫云超市的残疾农户胡金秀率先参加培训，成为古丈县首个“直播达人”。开店仅半个月，胡金秀粉丝数量从不不足100人涨到几万人，累计销售茶叶5万多元。此后，江永县茶农刘云峰、安仁县蜂农李红芳、双牌县手艺人蒋丽萍等人也先后成为“直播达人”。目前，芒果扶贫云超市已在湖南宜章、安仁、汝城等地建立直播培训基地，超过4000人在“芒果扶贫云”超市开店，7万余人成为湖南电商扶贫小店店主。

农机龙头推进智慧农业

汛情就是命令。作为湖南农机生产龙头的中联重科连日来发布内部动员令，将水稻插秧机、收割机、拖拉机等农机推入市场，帮助农户汛期抢收，抓紧晚稻播种，同时安排技术人员前往农耕一线，为农户提供技术指导、排查故障。

除水稻这一品种之外，中联重科还大力研发针对小麦、甘蔗等主要作物的成套农机设备，并在安徽芜湖、河南开封等地设厂生产，采取就近生产、就近服务的原则，获得下游用户交口称赞。