

聚焦·端午档

# “史上最拥挤”端午档冷清收场：大片缺席 院线经理直呼“排片难”

■本报记者 陈炜 谢若琳

这边厢，上海国际电影节拉开帷幕，各项展映活动如火如荼；那边厢，超16部影片扎堆上线的“史上最拥挤”端午档，却难改低迷态势，冷清收场。

灯塔专业版数据显示，截至6月14日20时，今年端午档累计票房为4.48亿元。对比来看，除去受疫情影响无数据统计的2020年，这一成绩已是2015年以来的最低水平。

“影片很多，但可选择性很小。”一位不愿具名的北京地区院线经理在接受《证券日报》记者采访时表示，“关键在于影片质量一般，没有黑马出现。档期内影片扎堆上线，其实让影迷很受伤。”

“很多影片之所以倾向于选择档期，还是希望档期的观众潮能贡献更多的票房。”济南百丽影城经理董文欣向记者表示，但这次端午档用事实证明，不是档期带动电影，而是电影带动档期。

## 大片缺席 观众直言“没兴趣”

“影片的确不少，但想看的一部都没有。”谈到今年端午档，资深影迷段薇（化名）向《证券日报》记者表示，“主要是没兴趣，没有能吸引我的大片。”

对于3天假期，端午档配置的片单显得有些“超标”。据记者不完全统计，今年端午档在映影片超过16部，远超往年。其中，仅在6月11日（端午假期前一天），就有包括《比得兔2：逃跑计划》《阳光姐妹淘》《你好世界》等在内的10部影片扎堆上线。从题材来看，涵盖喜剧、动画、悬疑、爱情、惊悚、动作等多个类型；

从背后出品发行公司来看，华谊兄弟、中国电影、环娱影业、北京文化、光线传媒等均在列。

但影片的集中上线，却并未带动票房显著增长。灯塔专业版数据显示，截至6月14日20时，端午档总票房为4.48亿元。对比来看，在有数据统计的2014年-2019年，国内端午档总票房分别为4.39亿元、6.05亿元、8.46亿元、7.6亿元、9.12亿元、7.85亿元。

“一夜回到七年前。”在董文欣看来，今年端午档的影片质量还可以，但没有头部商业大片，缺少话题性和关注度。“以往的端午档都有好莱坞大片支撑，但今年没有，我们自身的大片制造能力不足。”

综合来看，截至6月14日20时，排在端午档票房前三位的是《超越》《比得兔2：逃跑计划》《热带往事》，累计票房分别为8565.79万元、6975.30万元、5093.19万元。截至当日20时记者截稿，今年端午档暂未出现票房过亿元的影片。

而往前回溯，据记者统计，2019年端午档票房过亿元的影片有4部，票房合计占比超85%，其中《X战警：黑凤凰》的档期内票房超2亿元；2018年，《侏罗纪世界2》凭借超7亿元的票房成绩位居端午档首位，仅一部影片就贡献了档期内近80%的票房；2017年，则有《加勒比海盗5：降魔吧！爸爸》等影片带动端午档大盘，票房合计占比约82%，前者档期内票房逼近5亿元。

“虽然今年端午档从影片数量上打破了历史纪录，但数量不等于票房，过多的影片扎堆上线，反而会分散观众的注意力。”有不愿具名的业内人士私下向记者表示，片海战术不可取，电影行业“二八定律”明显，档期大盘表现如何，很大程度上



还是依赖头部影片的带动。

## 影片扎堆 档期缘何受偏爱

事实上，今年以来，除了春节档这样的热门档期外，情人节档、清明档、五一档、六一档等也都受到片方青睐。

“我感觉很多影片就是想蹭一下档期的热度，觉得每逢假期观众增多，票房就会有保障，风险就低。”段薇向记者表示。

“今年前几个档期都比以往火爆，这也给大家一种错觉，觉得只要往档期扎堆就能有好的票房表现。”悦东文化创始人师焱东向《证券日报》记者表示，从今年端午档的情况

来看，“档期等于票房”的逻辑不是必然成立的，影片还是要有质量来做支撑才行。

“影片扎堆是今年的一个普遍现象，在档期集中上映，有种捆绑销售的既视感。”前述北京地区院线经理向记者表示，“甚至这也造成非档期日子里的片荒。”

以端午假期前一天的市场表现来看，多个工作日的单日票房在4000万元以下，排在单日票房榜首的还是上映近20天的《速度与激情9》。“今年去影院的次数明显下降，主要是感觉‘无片可看’。”段薇向记者直言，“特别是在平常周末，想去看电影的时候却发现没有可选择的影片。”

唯档期论显然不是一种良性的

发展状态。“在扎堆上映的情况下，某些有潜力的影片反而会失去表现的机会。”上述分析人士表示，“很多影片宁愿去档期里当炮灰，也不想常规时间上映，这也给影院带来很大压力。”

“排片排得我抓狂了。”对于今年端午档的排片，董文欣颇有些无奈地向《证券日报》记者表示。

上述分析人士解释说，从院线角度来看，影片上映前，需要根据影片的质量和口碑，进行合理排片，以实现票房最大化，一般来讲，往往只有头部的两部影片可以获得更大比例的排片。“但就今年端午档排片来说，实在是太难了，主要是影片过于密集，而且没有明显的头部种子选手。”

# 电影上映莫执着于“大档期”

■谢若琳

“想看的电影没排期，有排期的却不想看。”这似乎成为今年端午档不少观众的心声。

三天的端午节档期中，容纳了超过16部电影，这在中国电影史上是头一遭。这个数字意味着什么？在一家影院的有效营业时间里，按顺序将上述16部电影从头到尾播放一遍需要两天。而事实上，随着部分头部电影的重复排片，也注定了这个档期内半数电影会出现缺少排片的情况。

扎堆上映的现象，在今年格外

明显。

以一年之中最重要的电影档期——春节档为例，2018年、2019年、2021年（2020年由于疫情原因没有春节档）三年，春节假期七天中，总排片量分别为6部、8部、7部。相比之下，今年清明档集中上映了10部电影，五一档上映了12部，甚至连六一档都上映了8部。在这种背景下，日常上映影片数量则少的可怜。

电影上映是赶集吗，为什么要扎堆？

根本原因在于行业洗牌。重磅电影在假期上映，是业内默认的最佳选择。以往几大电影公司会衡量利

弊，避免出现过分拥堵，将主推内容定在不同假期，此外中小公司往往会“自觉”避开热门档期，以免成为“炮灰”。

但近年来，传统五大电影公司话语权下降，原本的排片默契不复存在，华谊兄弟从去年开始就不断缺席重要档期。对应的是新势力崛起，以宁浩、徐峥为代表的欢喜传媒，以沈腾为标志性符号的开心麻花，土豆网前CEO王微二次创业的追光动画，以及互联网平台淘票票、猫眼的介入，对电影行业次序进行了重构。新旧文化碰撞的电影江湖，就像是缺少了武林盟主的混战

时期，群雄割据，心思各异，谁也不想放过每一个“大档期”。

过去十年中，中国电影总票房完成了从100亿元到640亿元的跃进，国产片票房成绩从57亿元跨越至411亿元。2019年，全国银幕总数达到69787块，全年观影人次达17亿。这值得每一个电影人骄傲，但也值得所有人反思：国产片日益辉煌的现在，为何电影行业却没有勇气放弃“大档期”？

成就一部爆款电影，从来都不是因为档期，《西游记之大圣归来》上映首日排片仅为7.8%，上映第四天以14%的排片拿下31%的票房；

《战狼2》于2017年7月27日（周四）上映，首日票房未破亿元；今年5月21日（周五）《速度与激情9》上映，首日票房2.83亿元。

好的档期固然重要，但是对于一部电影而言，内容才是1，其余因素都只是后面的0，制片公司与其费尽心思挤入“大档期”，不如静下心来脚踏实地打磨作品。因为，时间不会辜负每一个用心的人，观众也不会。



# 上海家化：通过数字化转型不断提升私域运营能力

■本报记者 郑馨悦

6月11日，《证券日报》记者参加了上海家化召开的2020年度股东大会。会上，公司管理层回顾了2020年度公司经营情况，审议并通过了《2020年度董事会工作报告》《公司2020年年度报告》等12项议案。上海家化董事长兼首席执行官潘秋生在股东大会现场围绕“123经营方针”介绍了公司2021年工作规划，并接受了包括《证券日报》记者在内的小范围媒体采访。

股东大会上，有投资者表示，“公司的品牌潜力非常不错，应该有

更好的前景，公司能否实现快速突破？”对此，潘秋生表示，请投资者相信公司的长期战略，给公司管理层时间，“我希望大家做长期投资者，看我们脚踏实地、一步一步，能够给大家带来怎样的惊喜。”

2020年，上海家化持续践行“123经营方针”，即以消费者为中心，以品牌创新与渠道进阶为两个基本点，以文化、系统与流程、数字化三个助推器”。2020年年报显示，上海家化去年实现营业收入70.3亿元，实现归母净利润4.3亿元，实现扣非后净利润3.96亿元，同比增长4.3%，实现经营性现金流6.43亿

元，同口径同比增长近20%。此外，2021年一季度，公司实现营业收入21.1亿元，同比增长27%；实现归母净利润1.69亿元，同比增长41.9%；实现扣非后归母净利润1.99亿元，同比增长53%。

据介绍，在“123经营方针”的指导下，公司通过调整业务结构，不断优化费率，基本面向持续向好发展。

今年3月份，上海家化携手天猫创新中心（TMIC），以数字化赋能新品开发，推出更多符合消费者需求和心智的新品、爆品；品牌创新方面，公司围绕美肌和健康概念推出多种新品，如玉泽安润洋修护眼

霜、铜肽精华液在天猫潮日GMV破1000万；渠道进阶方面，公司积极拥抱新零售，初步发力抖音平台，赋能“抖音闭环+天猫旗舰店”双平台销售。

对于数字化转型进程，潘秋生表示，品牌层面，公司将打造多维度内容矩阵，构建品牌壁垒；渠道层面，公司通过多渠道招募新用户，搭建口碑裂变的私域生态圈。公司正通过数字化转型不断提升私域运营能力，盘活新用户。

对于上海家化一年来的经营业绩，九德定位咨询公司创始人徐雄俊对《证券日报》记者表示：“上海家

化进行的一系列改革是其业绩增长的主因，建议公司紧抓国潮机会，集中精力打造核心爆品，做出全国性领导品牌。”

在此次股东大会上，潘秋生表示，2021年是上海家化上市20周年，站在新的历史起点上，公司已经做好准备再次出发。未来，上海家化将继续以消费者为中心，在“123经营方针”指导下持续落实推进各项工作，努力为消费者、员工、股东和社会创造最大价值。公司致力于成为中国美妆日化行业领导者，在更为广阔和丰富的层面上满足人们对于美好生活的向往。

# 年内885家A股公司发布1097单并购计划

医药生物、化工和机械设备三行业数量居前

(上接A1版)

记者据上市公司公告不完全统计，今年以来截至6月11日，至少有57家上市公司发布公告，调整了并购重组中业绩承诺方的承诺事项安排，包括延长标的资产业绩承诺期、适当调整承诺内容、降低承诺业绩等。

华闻集团6月8日发布公告称，将原协议中标的公司的业绩承诺期由2018年至2022年调整为2018年、2019年、2021年、2022年及2023年五个会计年度，2020年业绩不在合并计算范围之内，但承诺合计净利润保持不变。哈工智能则下调了标的资产的

承诺业绩。5月份公司公告称，由于2020年疫情影响，标的公司海外业务实施受阻，导致其整体经营受到影响，因此，将业绩承诺中期的公司2018年度至2021年度共计四个会计年度合计经审计净利润2.08亿元调整为不低于1.78亿元。

去年5月份，证监会对上市公司并购重组标的资产受疫情影响等情况做出安排，提出原则上可延长标的资产业绩承诺期或适当调整承诺内容，调整事项应当在2020年业绩数据确定后进行。

完成情况一般。”陈雳表示，但证监会已充分考虑到相应情况，其在去年5月份表示，对于尚处于业绩承诺期的已实施并购重组项目，标的资产确实受疫情影响导致业绩收入、利润等难以完成的，上市公司应及时披露标的资产业绩受疫情影响的具体情况，分阶段充分揭示标的资产可能无法完成业绩目标的风险。

商誉减值风险缓释

近日，浙江某上市公司因溢价62460.69%收购事项收到上交所问询

函。上交所就交易必要性、标的资产评估作价合理性等问题发出问询。

近年来，随着监管层重点关注并购重组中的“三高”现象，上市公司并购重组估值回归合理，商誉减值风险缓释。

《证券日报》记者据Wind资讯数据统计，2020年上市公司商誉减值准备新增额为733.1亿元，同比下降69.09%，2019年新增额为1239.58亿元。2020年上市公司商誉减值损失为1209.06亿元，同比下降21.53%。

“总体来看，2020年全年商誉减值新增规模较2019年有所下降。”陈

雳表示，前几年多家上市公司因大额商誉减值导致业绩不及预期。2018年证监会发布《会计监管风险提示第8号——商誉减值》，加强对商誉减值的会计监管，规范上市公司商誉减值的会计处理及信息披露。近两年，上市公司商誉减值风险有所缓释。

张雷表示，上市公司高商誉主要来自高价并购。近年来，上市公司实施的并购重组项目，资产估值比较正常。若溢价过高，监管层会重点关注，对评估作价的合理性进行问询。



# 紧抓注册制改革“牛鼻子” 提升辖区上市公司质量

——专访北京证监局局长贾文勤

■本报记者 苏诗钰

见习记者 杨洁

今年是中国共产党成立100周年，也是“十四五”开局之年，新形势下提高上市公司质量已成为资本市场发展的重中之重。那么，“十四五”时期，北京证监局要如何服务北京“四个中心”及“两区”建设？如何支持更多优质企业在资本市场融资？怎样进一步提高辖区上市公司的质量？近日，《证券日报》记者带着这些问题对北京证监局局长贾文勤进行专访。

## 提高上市公司质量 夯实直接融资发展基石

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》(以下简称《纲要》)提出，“完善资本市场基础制度，健全多层次资本市场体系，大力发展机构投资者，提高直接融资特别是股权融资比重”。上市公司作为资本市场的基石，提高实体经济直接融资占比是资本市场的重要课题。

贾文勤告诉记者，2020年辖区直接融资水平再创新高，全年辖区各类企业利用多层次资本市场实现直接融资1.16万亿元，同比增长9.86%。其中，IPO公司42家，募集资金969.1亿元，创历史新高；上市公司再融资79家次，募集资金662.5亿元；新三板股权质押82家次，募集资金59.5亿元；发行公司债券(含ABS)企业209家，募集资金9689.2亿元。

从股票市场来看，科创板开板以来，北京证监局积极支持和鼓励“硬科技”企业在科创板上市，已经有众多符合国家战略，突破关键核心技术、市场认可度高的科技创新企业上市。截至4月底，辖区已有科创板上市公司40家。在辖区近400家上市公司中，三分之一以上属于软件和互联网服务、计算机、通信、电子设备制造、生物医药等科技创新属性突出的行业，资本市场促进科技、资本和产业高水平循环的枢纽作用明显增强。

从新三板市场来看，其在多层次资本市场中的承上启下功能持续增强，已成为资本市场服务中小企业的平台。截至2021年4月底，新三板挂牌公司7580家，其中北京辖区新三板挂牌公司1008家，占比13.3%。

从区域性股权市场来看，北京市区域性股权市场正在为支持中小企业发展发挥重要作用。截至2020年12月底，北京股权交易中心已累计为1885家企业提供股东名册登记托管服务，管理投资者账户44878户，办理股权转让变更登记6684笔，涉及金额818.38亿元，办理增资扩股变更登记1526笔，涉及金额344.73亿元。

从私募股权市场来看，北京证监局鼓励私募股权基金投小、投早、投科技，加速科技成果向现实生产力转化，推动更多独角兽企业、专精特新和高精尖行业优质企业做大做强。截至2021年一季度末，北京地区共有2800余家私募股权投资基金管理人，管理规模达到3万亿元，在投本金超过9000亿元，累计投资本金1.1万亿元。

贾文勤表示，北京证监局将继续与地方政府相关部门单位密切协作，优化上市辅导工作，引导企业科学把握各板块定位，“利用好丰富的金融资源，推动构建长期资金‘愿意来、留得住’的市场环境，倡导价值投资理念，充实直接融资源头活水。”她进一步强调，要督促各方归位尽责，推动上市公司提高质量，夯实直接融资发展基石，支持公司加快转型升级，做优做强，更好发挥创新领跑者和产业排头兵的示范作用，引领更多企业利用直接融资实现高质量发展。

## 有序推进注册制改革 督促市场各方归位尽责

资本市场注册制改革是党中央国务院重大战略部署，《纲要》提出，“全面实行股票发行注册制”。

贾文勤表示，北京证监局不折不扣贯彻落实党中央、国务院、证监会党委工作部署，紧抓注册制改革这个“牛鼻子”，推动各项改革举措在辖区平稳落地。主要做了以下四方面工作：

一是充分调研，科学研判，强化辅导监管工作。优化辅导工作指南，高效、便捷开展辅导考试及验收工作，推动企业抓住注册制改革契机，助推一批优质企业上市发展。

二是加强宣传培训，同步推进增量加存量改革。通过对董监高、中介机构培训等方式，传递监管要求，为上市公司及拟上市公司适应注册制改革做好政策辅导，督导中介机构形成与注册制相匹配的理念、组织和能力。

三是加强辖区市场整体生态环境建设。加强监管，强调各市场主体归位尽责，压实发行人主体责任；强化对保荐机构和会计师、律师等中介机构的监管力度，提升中介机构执业质量；加强投资者教育，提高风险意识和投资决策能力。

四是发挥合力，提升上市公司监管质效。与地方金融监管部门、国资监管部门等保持良好沟通，充分调动各方积极性，共同营造推动上市公司高质量发展的良好环境。

“注册制下，市场化法治化的监管取向进一步明确，监管模式也随之发生新的变化，更加注重事中事后监管，更加强调各类市场主体归位尽责。”贾文勤表示，下一步，北京证监局将继续按照证监会统一部署，依法履责，优化服务，做好辖区拟上市企业辅导工作，督促市场各方归位尽责，从源头推动提升辖区上市公司质量，有序推进注册制改革。(本报记者李季宇对此文亦有贡献)