

# 全国消费复苏调查： 影院营业率重回80% 商场客流恢复明显

■本报记者 王君 见习记者 贺王娟

连日来，全国复工复产按下“加速键”。《证券日报》记者走访发现，作为线下消费载体，近日北京各大商场客流量恢复明显，甚至有的商场餐饮门店已经排起了长龙。

全国其他地方，在发放消费券等多重利好消息的提振下，线下影院、餐饮、酒店旅游、剧本杀等消费场景的客流也在逐步回暖。

从二级市场表现来看，12月份以来多个消费板块涨幅明显。东方财富数据显示，12月1日至12月20日，食品饮料、旅游酒店、航空机场行业板块以及免税概念板块涨幅明显，多个行业指数区间最高涨幅超10%。

## 北京商场客流逐步回暖

12月16日上映的《阿凡达2》带热了沉寂已久的电影市场，也带动了商场客流的回升。

“周末有不少人来看电影，一间可容纳230人的杜比影院观影人数可达160人左右。”12月19日，《证券日报》记者在丽泽天街万象影城观察到，即便是工作日也有不少消费者在排队等待电影开场。该影城工作人员告诉记者，自《阿凡达2》上映以来，影院的人流就逐渐多了起来。

值得一提的是，据猫眼专业版数据显示，12月16日《阿凡达2》上映首日，全国影院营业率为83.20%，营业影院10398家，是继今年10月5日之后，时隔71天影院营业率重回80%。截至12月19日，全国影院的营业率仍维持在80%左右。

记者在走访中发现，北京多家商场客流恢复明显，有部分餐饮类上市公司的门店也出现消费小高峰。12月18日，记者在西红门荟聚商场看到久违的排队消费场景，一楼的Manner门店更是出现了“爆单”的情况，忙碌的服务员甚至因为忙不过来停止了接单。

“朝阳大悦城、新奥购物中心、石



摄影/贺王娟

景山万达等门店迎来‘新十条’后首个周末消费小高峰，燕郊、保定、邯郸等城市门店客流也在恢复。”“呷哺集团相关负责人表示对《证券日报》记者表示。

“虽然仍未恢复至疫情前水平，但是周末两天迎来消费小高峰，晚餐时段出现少量排队情况。”海底捞北京一家门店工作人员告诉《证券日报》记者。

与此同时，不少剧本杀店12月19日也开始陆续恢复营业。“这两天门店都在做消杀，消费者最早可预约本周四的场次。”北京中关村一家剧本杀店工作人员告诉《证券日报》记者，圣诞节来临之际，目前，24日下午的场次已基本被预订出去。

## 消费预期回归可期

市场人士认为，从内部来看，我国拥有超大规模市场优势，未来消费、投

资发展潜力仍然巨大。扩大内需是实现高质量发展、更高效促进经济循环的关键支撑。

同样，近期旅游市场快速恢复。据OTA平台飞猪12月14日发布的《飞猪2023年元旦出游风向标》显示，近一周，元旦、跨年等相关产品搜索量环比上周增长超6倍，元旦出行的机票预订量环比上周增长超3倍，元旦前赴海南、云南、广东等气候温暖目的地的商品预订量近一周翻倍增长。

“除温泉外，滑雪、游乐园、湖游、露营、围炉煮茶、酒店剧本杀、漫游古镇、看烟花、登山等是今年元旦的十大热门玩法。”飞猪方面相关负责人对《证券日报》记者表示，最近几天，消费者在今年“双11”期间囤的酒店玩乐套餐迎来了预订入住小高峰。

除了元旦旅游预订迎来高峰，随着东北、华北等地的滑雪场陆续“开板”，冬季冰雪旅游逐渐升温。同程旅

行大数据显示，南方室内滑雪场近半个月的订单量环比上涨1倍。

近期多地发放消费券提振市场消费信心，上市公司也通过现金券拉动业绩增长。

“近三年来，各地政府相继开展了发放消费券助力消费复苏的活动，消费券已成为拉动业绩增长的举措之一。”呷哺集团相关负责人表示，本次公司计划投放共计5亿元储值赠送的现金代金券，希望通过自己的能力和渠道助力消费复苏，为餐饮行业增强更多的活力。

“消费行业的预期将在明年3月份、4月份逐渐恢复。”信达证券研究所副所长刘嘉仁对《证券日报》记者表示，这其中，消费情绪改善是消费恢复的重要因素。不过，单靠消费券很难撬动消费者手中更多的金钱，更多的是要提升消费者的收入及消费乐观情绪。”

# 《阿凡达2》热映掀起票房小高潮 影视业上市公司开启“春耕”迎复苏

■本报记者 何文英

随着《阿凡达：水之道》(下称《阿凡达2》)上映票房大卖，影视业的寒冬正式画上句号。据猫眼专业版数据显示，电影《阿凡达2》上映4天，内地总票房突破4亿元。同时，12月16日至18日，全国影院营业数已经连续3天突破1万家。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端在接受《证券日报》记者采访时表示，“随着疫情影响的变化，人们对影视体验的需求逐渐释放，虽然短期内受多重因素影响有些波动，但影视业的复苏轨迹已经明确。”

影视业上市公司对行业复苏先知先觉，纷纷开启相关战略布局。

## 影院营业数连续三天破万

随着《阿凡达2》的上映，全国营业影院数以及票房都掀起了一个小高潮。猫眼专业版数据显示，12月16日至18日，全国营业影院数分别为10542

家、10514家、10378家，总出票数分别为235.6万张、261.7万张、175.9万张。

随着这三天营业影院数和总出票数达到最近的峰值，票房也相应水涨船高。数据显示，12月16日至18日，全国总票房分别为1.29亿元、1.46亿元和9796万元。从排片量来看，《阿凡达2》贡献了绝大部分的票房。在此期间，《阿凡达2》的排片量均在75%以上。

不过，营业影院数以及票房数在热映三天后均有所下滑。陈端认为，这跟当前各地疫情形势有关，多地目前正处于感染高峰期，一些想观影的人群正处于休养期或观望期，相信随着这波高峰过后，营业影院数和票房数均会重拾升势。

陈端表示，《阿凡达2》作为开启3D划时代的开山之作，打造了良好的IP基础和口碑，《阿凡达2》上映后取得较好反响，对影视信心的提振和引领行业复苏都有积极作用。

## 影视业上市公司提前布局

为迎接影视业即将到来的春

天，相关上市公司亦开启了忙碌的“春耕”。

芒果超媒董秘吴俊在接受《证券日报》记者采访时表示，“基于对2022年经济形势的整体判断，公司的影视资本开支有意控制了节奏，但公司内部团队和战略合作仍在有序推进，就是为了影视行业复苏做准备。”

12月15日至16日，湖南卫视、芒果TV以直播形式举办了内容IP分享会，并发布了2023年综艺及大剧片单。音综方面，2023年《乘风破浪4》《披荆斩棘3》《声生不息·宝岛季》《时光音乐会2》四大王牌IP将持续写行业音综赛道经典；慢综艺及热血综艺方面，《向往的生活》《中餐厅》口碑综N代续集继续，《再见爱人》也将推出第三季，《你好星期六》将全面升级焕新而来；大型晚会方面，《跨年晚会》《小年夜春晚》《华人春晚》《元宵晚会》将融入全新VR、XR等先锋尝试，为用户带来视觉听觉新体验。

在影视业复苏趋势逐渐明朗的背景下，手握资金和内容双重优势的

芒果超媒已然占据了制高点。吴俊表示，“这些年市场淘汰了很多影视制作公司，目前跟我们合作的都是通过市场优选出来的实力派，此外公司定增储备的资金也为公司厚积薄发提供了坚实的基础。”

同为影视湘军中坚力量的中广天择也为迎接行业复苏展开了相关布局。中广天择董秘周智在接受《证券日报》记者采访时表示，近期明显感受到了影视行业复苏的气息。“我们年内计划推出的节目因为疫情受到了一些影响，但仍加大了对综艺和影视剧作品的投入，之前全网大火的《守护解放西》也会继续出新。”

对于影视行业的疫后修复，多家券商给予了客观的预判。天风证券认为，在消费端和生产端的逐步复苏下，电影市场热度有望回暖。

国金证券认为，随着疫情修复，影视业供给和需求均有望迎来回升，线下场景修复的弹性相对较大，但复苏节奏及幅度有待持续关注。

# 第二类限制性股票 成科创板创业板公司股权激励主流工具

■本报记者 侯捷宁  
见习记者 毛艺融

12月19日，中熔电气公告称，拟推331.3871万股的2022年限制性股票激励计划。近年来，股权激励政策不断优化，带来科创板、创业板股权激励热潮。据同花顺iFinD数据，今年以来截至12月20日，按预案日并剔除未通过与停止实施案例，科创板、创业板公司累计推出396单股权激励计划，同比增长15%。其中，312单采用第二类限制性股票工具，占比达79%。

据记者梳理，第二类限制性股票迅速发展，成为科创板、创业板公司股权激励的主流工具。同时，科创板、创业板对于研发人员的激励力度加大，绩效考核方式多元化成为显著特征。

IPG中国经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示，监管层应加强完善股权激励政策，引导和推动上市公司股权激励有序进行；上市公司应在绩效考核、激励对象等方面优化股权激励方案的设计，实现股权激励效果的精准有效。

## 第二类限制性股票 成科创板创业板公司首选

第二类限制性股票的概念于2019年在科创板首次提出，随后2020年创业板在推行注册制引入。在推出第二类限制性股票这一创新工具的同时，科创板、创业板持续优化股权激励的规则，在激励对象范围、激励数量等方面进行了实质性的突破。

具体来看，激励对象方面，增加了单独或合计持有上市公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母子女。激励数量方面，对不得超过公司股本总额10%的限定进行突破，放宽至不得超过公司股本总额的20%。

随后，科创板、创业板第二类限制性股票数量呈快速增长态势。同花顺iFinD数据显示，2019年至2021年，科创板与创业板的股权激励计划中，标的物采取第二类限制性股票工具的激励计划数量逐年递增，分别为3单、107单、283单。今年以来截至12月20日，科创板、创业板第二类限制性股票达到312单。

“政策助推是关键因素，在注册制改革推动下，政策优势促进作用持续显现。”中国银行研究院博士邱亦霖对《证券日报》记者表示，科创板、创业板股权激励政策不断优化调整，且推出第二类限制性股票，更加符合科创板、创业板的股权激励需求，具有显著优势。

业内人士认为，第二类限制性股票综合了股票期权和第一类限制性股票的优势，即兼具出资时点晚授予价格低的特点。定价方面，参照第一类限制性股票，为交易均价的50%或更低，这是股票期权不具备的优势；出资时点方面，与股票期权一致，授予时无需出资，在满足归属条件行权时再出资，较第一类限制性股票而言，减少了激励对象的出资压力。

南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者表示，从约束绑定性来看，限制性股票提供了比期权更强的员工约束性，提高了员工忠诚度；同时，第二类限制性股票在授予时无需提前出资，这也照顾到多数核心技术人员的财富状况。

考虑到出资时点等差异，上述312单激励计划中，有25单采用第一类及第二类限制性股票相结合的形式，针对不同激励对象使用不同工具。以华兰股份为例，对董监高实施一类，对中层管理人员、核心技术(业务)骨干实施二类。

对上市公司来说，第二类限制性

股票的优势体现在操作流程与资金成本方面。在操作流程方面，第一类限制性股票，当激励对象离职或者未达到归属条件时，上市公司需要回购股份注销对应股本，流程繁琐且股份发生频繁变动。第二类限制性股票规避了此种情况，当期归属条件未成就的，授予的股份无需回购，直接作废失效，便于上市公司会计操作。

在资金成本方面，第二类限制性股票授予日、行权日的股价对公司股权激励费用产生影响。开源证券研报认为，对上市公司来说，授予日股价越低，等待期内每个资产负债表日分摊费用越少，股权激励成本越低；行权日股价越高，实际支付给员工的股权激励费用，作为上市公司工资薪金支出，可抵扣税额越高。

## 业绩考核指标多元 研发人员激励力度大

据记者梳理，发行第二类限制性股票的科创板、创业板公司在激励方案设计上也不断创新，通过引入多元化的业绩考核指标，加大对研发人员的激励力度等方式进一步提升股权激励的效果。

12月16日，迪哲医药公告称，拟向2022年限制性股票激励计划的激励对象首次授予第二类限制性股票。股权激励方式为第二类限制性股票。对此，迪哲医药董事会办公室相关人员在接受《证券日报》记者采访时表示，业绩考核紧扣核心产品的上市进度、对外合作交易、营收效益以及资本市场表现等多维度指标，此举既有激励也有约束，有助于吸引并留住核心关键人才，反映了公司对未来三年的目标规划和信心以及对投资者负责的态度。

在业绩考核目标设置上，引入研发成果等多维度指标的考核，成为不少科创板、创业板公司的共识。

对研发成果的考核意味着后续需要研发成果的产出与转化，这不仅需要公司大量投入研发费用，更需要一批高质量的人才作为支撑。人才是产品研发的核心与关键因素，如何吸引、留住核心技术人员并将其转化为生产力，成为科创板、创业板公司的挑战。对于核心技术人才的急迫需求，也使得股权激励方案逐渐成为科创板、创业板公司提升人才稳定性的重要手段。

据统计，截至12月20日，年内A股市场全部股权激励计划中，授予股本数占股权激励计划公告时总股本的比重平均约为2.02%，而科创板、创业板公司这一数值为1.92%，未来科创板、创业板公司在对人才的激励力度方面仍然有一定的增长空间。

进一步梳理发现，科创板、创业板公司在激励对象的数量上也实现了突破。据统计，截至12月20日，科创板、创业板公司激励对象人数覆盖8.38万人，同比增长7%。同时，年内科创板、创业板股权激励计划中有11单激励对象人数超千人，对核心技术人员的覆盖率高、激励力度大。

“加大对核心技术人才的激励力度会对公司的创新效率与业绩增长产生显著影响。”田利辉表示，在股权激励计划中，激励对象需满足公司与个人层面的双重考核要求，考核达标时可获得实际折价的股票，因而核心技术人才会加快研发进度，早日实现研发成果，扩充企业的营收渠道和提升企业竞争力。

邱亦霖认为，考虑到科创板、创业板公司自身市场价值波动以及长远发展，对研发型、科技型等核心技术人才的依赖决定了其有更强烈的意愿留住人才。同时，科创板、创业板公司集中于高新技术产业，凸显科技创新特点，以股权激励手段来提升研发人员的创新效率显得尤为重要。

# 引领示范效应显现 服务业扩大开放综合试点再增六城

(上接A1版)

## 开放创新 打造“中国服务”品牌

新增的试点地区将呈现出怎样的特色?张湧表示,服务业扩大开放综合试点涉及的11个城市均为自贸试验区或自贸港所在区域,共同特点是人口规模巨大、现代服务业发达、对外开放程度高,上海、北京、广州、天津、重庆还进

入了首批国际消费中心城市培育名单,海南作为自由贸易港更是率先公布了跨境服务贸易负面清单。

张湧建议,入围省市将服务业扩大开放综合试点放在中国式现代化的大框架、国际国内“双循环”的大格局下思考和谋划改革举措,以更好的营商环境和政策环境不断扩大服务业引进外资规模,力争早日改变我国服务贸易长期逆差的格局。

“我国服务贸易创新能力仍待提

高,服务业开放创新发展空间依然较大。”刘向东表示,增设的服务业扩大开放综合试点,可以结合自身资源配套开发出更多特色。例如,因地制宜推进服务贸易深层次改革,高水平开放、全方位创新,探索扩大研发设计、节能降碳、环境服务、医疗等服务进口;扩大旅游、运输等传统服务出口,推动知识密集型服务出口,有效发挥自由贸易试验区引领作用,打造“中国服务”品牌。

谈及还需要在哪些领域实现重点突破,付一夫认为,一方面,要引入国外竞争机制,进一步改善国内市场和要素配置,同时合理引导服务业外溢资源向高附加值新兴产业,全面提升我国服务业发展质量;另一方面,应当加快技术密集型服务业发展,促进高技术产品出口,加快技术研发成果转化,扩大服务贸易中技术产品出口,缩小服务贸易逆差,以此提高中国服务贸易的国际竞争力。

(上接A1版)

流动性的合理充裕为积极的财政政策更好落地创造了条件。央行上缴结存利润、用好政策性开发性金融工具,这些货币政策与财政政策相配合的案例,为扩大社会总需求提供了有效支撑。央行数据显示,截至10月末,两批政策性开发性金融工具合计已投放7400亿元,带动各银行累计授信额度超过3.5万亿元,为一大批新型基础设施在内的重大项目增加了资本金。这些重大项目与专项债投向的11大领域重合度较高,反映出财政政策和货币政策的协调配合正

在进一步增强。

展望明年,在中央“加强各类政策协调配合”的指引方针下,财政政策与货币政策将在更多领域、更深层次的协调配合进行探索,以期实现扩大内需战略同深化供给侧结构性改革的有机结合。

冬至阳生春又来。2023年的中国经济和资本市场值得憧憬。作为宏观政策最重要的两极,财政政策和货币政策需要精心安排,稳妥有力实施,以化解需求收缩、供给冲击、预期转弱的三重压力,激发市场主体活力,扩大投资和消费需求,发挥引领作用。