

2023年中国电影票房已突破百亿元 80余部影片排队候场中

■本报记者 谢若琳

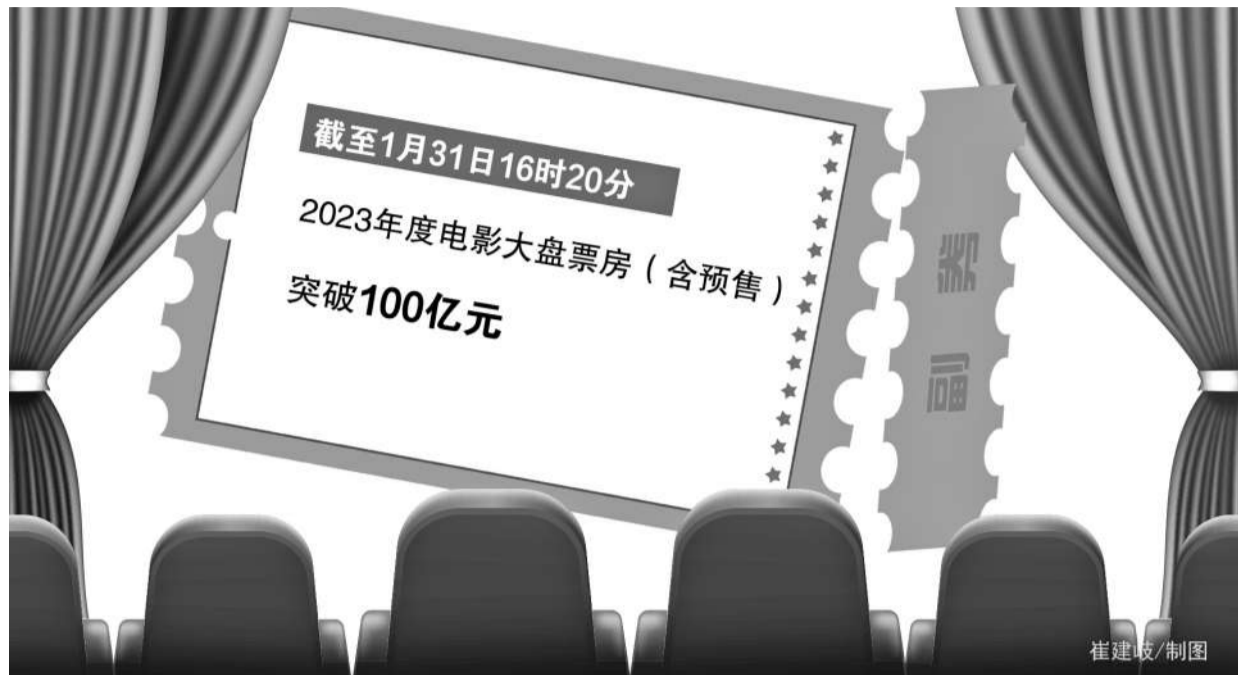
电影市场强势复苏。截至1月31日16时20分,2023年度中国电影大盘票房(含预售)突破100亿元。
“这不仅刷新新中国电影市场票房最快破百亿元纪录,同时也创下了影史1月份票房最高纪录。”灯塔专业版运营负责人王舒对《证券日报》记者表示,这其中春节档功不可没,今年总票房中春节档新片票房占比接近九成,中国电影市场迎来开门红。

上市公司深度参与

具体来看,目前票房前三名分别为《满江红》《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》,票房收入分别为34.08亿元、27.72亿元、10.29亿元,均为春节期间上映的新片。

票房盛宴离不开多家上市公司的推动。资料显示,欢喜传媒、光线传媒、中国电影等为《满江红》出品方,中国电影亦是《流浪地球2》出品方及发行方,同时还参与《熊出没·伴我“熊芯”》《中国乒乓之绝地反击》的出品及联合发行。光线传媒主投发行《深海》,还参投《满江红》《交换人生》《中国乒乓之绝地反击》等3部影片。

“过去三年受疫情影响,电影行业的日子并不好过,从最近几天披露的业绩预告来看,2022年大多数电影行业上市公司是预亏的。但没有一个冬天不能逾越,2023年预期全面好转。”一位不愿具名的券商分析师对《证券日报》记者表示,电影本身属于创意产业,一部优质的头部作品就能撑起一家公司的报表。“因此上市公司对春节档格外重视,如果春节档收益不俗,那么当年的



崔建波/制图

项目部署和开机情况也会好很多。”

1月29日,光线传媒公告称,《满江红》于1月22日上映,截至2023年1月28日,公司来源于《满江红》的营业收入区间约为6300万元至7000万元。根据公司2022年业绩预告,光线传媒已储备及正在推进的项目类型丰富、题材多样、数量位居行业前列。同时,公司尚有众多其他项目在推进中,将根据市场情况及审批情况进行调整并安排合适的上映档期。

多方努力恢复电影消费

“今年电影票房收入快速突破百亿元,一方面是由于春节时间较早,春节档相对提前,优质影片集中上映;另

一方面,实施新冠病毒感染‘乙类乙管’措施落地见效,线下娱乐消费呈现出整体复苏态势。”悦东文化CEO师焯东对《证券日报》记者表示。

聚源汇创始人朱玉卿对《证券日报》记者表示,今年春节档的意义在于对电影产业链的恢复,从拍摄、宣发到后期周边全链条的复苏和提振。同时,今年春节期间,多地政府发放了电影消费券,促进电影产业蓬勃发展,多措并举之下,预计今年电影产业能恢复到疫情前70%的水平,明年有望全面复苏。

电影消费券也有效拉动了观影热情,春节期间,北京推出“新春观影惠民活动”,1000万元观影补贴覆盖全市影院直接普惠市民;上海启动“上海观影

惠民季”,2000万元精准补贴惠及观众;贵州发放了第十四批13000多张观影消费券;天津第二期“津乐购”消费券中,有100万元专门用于发放电影演出类消费券,有效促进电影和演出市场消费。

拉长时间线来看,今年多部电影蓄势待发。文联证券研报称,截至1月29日,2023年全国待映电影共计84部,其中累计想看人数超5万的电影共计26部,包含《黑豹2》、《蚁人与黄蜂女:量子狂潮》等国外大片,也有《我的初恋十八岁》、《长空之王》等优质国产电影,整体电影储备的质量和数量均较为丰富。其中,2月份共定档14部电影,包括2月14日情人节的3部及想看人数超5万的5部优质海内外电影,后续票房表现值得期待。

博纳影业去年业绩预亏 公司称“静待文娱业消费复苏”

■本报记者 殷高峰

1月31日,博纳影业披露的2022年业绩预告显示,公司预计2022年亏损3700万元至7400万元,2021年同期公司归母净利润为3.63亿元。

对于去年业绩亏损的原因,博纳影业在公告中表示,受疫情影响,去年的观影需求和影片供给均出现大幅下滑,公司整体票房较2021年有比较大的下滑,相关营业收入也大幅下降。同时,公司旗下院线在全国票房下滑和影片供给数量下降、影院暂停营业等因素影响下,相关营业收入也较2021年同期持续下滑,而影院租金、折旧、人工薪酬等固定成本和刚性支出仍需持续投入。

行业整体表现低迷

“受疫情影响,过去三年电影市场整体低迷。尤其是去年全国多地疫情

频发,给电影等消费、服务行业带来比较大的冲击。”中国电影家协会理论评论委员会副会长、西北大学文学院教授张阿利在接受《证券日报》记者采访时表示。

据国家电影局统计数据,2022年中国电影市场年度总票房仅为300.67亿元,较2021年同期减少36.4%。全国41.5%的影院暂停营业时间长达3个月以上,全国观影人次下降了4.55亿。中国电影市场年度上映影片数量也由2021年的547部,减少至2022年的325部。

比较来看,根据国家电影局数据,2019年,我国电影票房达到一个高峰,总票房为642.66亿元;但2020年受疫情影响大幅下滑到204.17亿元;2021年有所反弹,全国电影票房总收入为472.58亿元;2022年再次下跌到300.67亿元,不到2019年的一半。

据悉,去年博纳影业投资与发行的影片共5部,取得票房成绩44.87亿元,其中,《长津湖之水门桥》是2022年度全国唯一一部票房超过40亿元的影

片。但公司整体的票房收入仍较2021年下降了50.36%。

电影市场复苏在望

随着疫情防控政策优化,春节档收获满满,为行业传递了信心。据国家电影局公布的数据,2023春节档票房达67.58亿元,位列影史春节档票房第二。

“今年春节档的火爆,是几个因素共同推动的。”张阿利表示,疫情影响下,尽管有一些小的影院倒闭,但整体上全国各地的院线保持了比较好的韧性,这是电影市场的基础。而今年春节档的影片供给在质量以及类型方面都非常不错。此外还有观众的消费热情。

今年春节档的7部电影,背后都有上市公司的身影。其中,影片《无名》就由博纳影业主投主控。“截至1月31日10时,该影片已经斩获6.2亿元票房。”博纳影业相关负责人对《证券日报》记者表示。

“春节档作为重要档期,对全年的票房具有参考意义。”张阿利表示,目前来看,2023年春节档票房表现仅优于2019年春节档,今年电影市场复苏在望,但复苏程度如何,关键还要看优秀影片的供给情况。

中金公司认为,展望2023年,随着疫情防控优化、定档常态化,行业经历三年蛰伏期后或加速恢复进程,春节档作为开年重要档期对全年票房恢复、内容常态化进程而言具有重要参考意义。

“近年来,公司的电影产品坚持商业性与艺术性并重,取得了良好的社会效益和经济效益,公司将坚持文化电影主旋律,静待文娱业消费复苏。”上述负责人表示。

公开资料显示,博纳影业目前累计出品影片超过250部,其中有16部影片票房超过10亿元,75部影片票房超过1亿元,累计总票房超过600亿元,在中国电影历史票房榜前五名中占有四席,《长津湖》更是勇夺中国电影票房冠军。

东阿阿胶预计去年净利润同比增超73% 中式滋补市场回暖助力业务增长

■本报记者 王佳

1月31日,东阿阿胶披露2022年业绩预告,预计2022年实现归属于上市公司股东的净利润7.6亿元至8.1亿元,同比增长73%至84%。在经历了2019年的亏损阵痛,以及2020年、2021年持续去库存、数字化营销、多产品线推陈出新等转型“组合拳”后,东阿阿胶这家大健康行业的老字号,业绩终于回归良性增长。

“东阿阿胶的业绩回归,是人们更加重视个人健康以及消费升级之下的结果。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,逐步回暖的中式滋补市场,会给包括东阿阿胶在内的企业带来较好的市场氛围与业绩增长预期。

在2022年业绩预告中,东阿阿胶多次提及“重塑”。

往前回溯,2019年,东阿阿胶业绩首次出现下滑并呈现亏损状态。业绩触底后,公司积极调整营销策略,控制发货、全面压缩渠道库存数量,经过三年多的努力,公司存货减值风险基本出清,库存

回归合理水平,资金利用率逐渐增强。

公司方面对《证券日报》记者表示,近几年公司以数字化转型推进“重塑”进程:一方面,持续品牌唤醒和焕新,构建了“药品+健康消费品”双轮驱动增长模式,强化营销数字化能力,以研发创新助力产品拓展;另一方面,聚焦重点省份中心城市,进行有效资源配置,营销显著提升,同时重构营销作战组织架构,激发组织活力。

在一系列“重塑”工程下,公司业绩走出低迷,多项指标逐步回升。2020年公司净利润实现扭亏为盈,2021年公司实现净利润4.4亿元。此次公司预计2022年度实现净利润7.6亿元至8.1亿元,也宣告公司整体经营恢复稳定增长。同时,公司的毛利率、净利率也在持续提升。

柏文喜认为,东阿阿胶的业绩回归除了外部市场环境的变化,也和其自身提升运营水平以及不断强化营销,迎合市场需求有关。

数据显示,2020年至2021年,东阿阿胶的销售费用率回归至24%至27%,与去库存前的水平相当。2022年,公司

继续加大营销投入,前三季度销售费用率升至37.58%。天风证券分析认为,预计加大的销售力度将在后期显现效果,提升收入增速。

以东阿阿胶为代表的中式滋补保健行业,正在政策支持下加速驶入发展“快车道”。

天风证券分析认为,“十四五”时期国家着力推动中医药振兴发展,一系列中医药监管政策的出台,严厉打击了假冒伪劣等违法行为,为阿胶放量塑造了良好的市场环境。同时,疫情背景下,中医药在治未病、重大疾病治疗、疾病康复中发挥重要作用,居民对中医药认可度进一步提升,为阿胶市场的持续增长奠定坚实基础。

“中式滋补保健行业迎来新一轮发展机遇,市场逐步回暖。2023年,东阿阿胶等滋补保健品企业销量有望大幅提升。”海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东对《证券日报》记者说。

东阿阿胶方面也对《证券日报》记者表示,未来,公司将持续聚焦“药品”“健康消费品”双轮驱动,系统优化品类布局,全

面科学产品规划。其中,公司“十四五”规划中重点的战略突破品种复方阿胶浆,作为“药品”“健康消费品”的双轮品种,被多家机构看好,随着公司重启医疗市场,实现医疗、零售双渠道协同发力,复方阿胶浆有望成为推动东阿阿胶快速增长的重要动力。此外,后续还将把目光投放到更为广阔的滋补健康消费品、饮品等领域,有望培育新的业务增长点。

近年来,公司持续推进数字化营销,也成为公司品牌焕新的利器。数据显示,2017年至2021年,东阿阿胶线上销售额由4.06亿元升至7.87亿元,复合增长率达18%。公司方面向记者表示,未来公司将加快推进数字化运营和商业模式创新,实现“线上+线下”协同发力,持续带动销售增量,并将持续构建面向未来的、数字化的、敏捷的运营体系,通过创新发展稳固公司的龙头地位。

对此,柏文喜对《证券日报》记者表示,加速数字化营销转型,不仅强化了老字号品牌的品牌渗透能力和市场推广能力,更有利于弘扬和延续老字号品牌的文化和市场影响力。

耗资超16亿元 海信视像成乾照光电控股股东

■本报记者 李春莲
见习记者 刘钊

1月31日晚间,海信视像发布公告表示,公司已取得乾照光电的控制权并成为其控股股东。截至1月31日,海信视像已累计持有乾照光电2.07亿股人民币普通股股份,占乾照光电总股本的22.88%,累计投资金额16.05亿元。

从2022年3月份海信视像首次收购乾照光电股份开始,历时10个多月,海信视像终于将乾照光电收入麾下,实现了公司在上游产业进行资本布局的阶段性目标。

海信视像相关负责人表示:“取得乾照光电控制权的目的,在于进一步强化海信视像在显示产业链的战略布局,加快Mini LED、Micro LED等新技术的研发和产品推广,建立未来在市场、供应链上的资源优势,夯实公司在显示行业的领先地位。”

对于控股股东发生变更,乾照光电表示,“海信视像基于对公司未来发展的信心增持公司股票,并由此成为公司控股股东,有利于优化公司治理,保障长期发展战略的实现,符合公司和全体股东的利益。同时,对外传达积极信号,将有效增强投资者持股信心,进一步提升公司内部凝聚力。”

海信视像主要从事智能显示终端及新型显示产品的研发、生产、销售等业务。而乾照光电则主要从事半导体光电产品的研发、生产和销售业务,主要产品为全色系LED外延片和芯片及砷化镓太阳能电池外延

片和芯片,为LED产业链上游企业。目前,乾照光电整体产能已进入国内第一梯队。海信视像与乾照光电处于产业链的不同环节。

当前,海信视像正在加快从电视向大显示产业转型,积极布局Micro LED、激光显示等下一代显示技术。通过对乾照光电的注资和控制,将进一步强化其与乾照光电的协同效应,从而进一步提升芯片生产能力,加快实现其大显示战略的步伐。

此外,根据1月30日晚间海信视像发布的公告,公司同意将对乾照光电的投资额度调整至不超过23亿元。减去海信视像已完成对乾照光电投资的16.05亿元,意味着海信视像仍将对乾照光电投资近7亿元。

业内人士认为,借助海信视像及其背后的技术、资金以及平台等优势,助力乾照光电进一步强化LED市场地位,乾照光电在Mini&Micro LED的基础和优势较为突出,海信视像也将以乾照光电为平台,通过导入资金和技术为Mini&Micro LED提供创新应用,实现双方的协同发展。

IPG中国首席经济学家柏文喜向《证券日报》记者表示:“海信视像成为乾照光电控股股东,首先在于依托上下游协同作用来强化自身的供应链和对上游资源的控制力,另外也有布局显示领域、培育新业务增长点 and 第二增长曲线的用意,同时也有助于提升投资者对于海信视像未来发展的信心,从而起到推升自身股价的作用。”

家电零部件企业掘金新能源业务 7家公司年报预喜

■本报记者 李正

作为重点消费领域的上游,家电零部件赛道2022年的发展情况受到投资者广泛关注。东方财富Choice终端数据显示,截至1月31日晚间,在A股市场家电零部件(申万)板块中,有11家上市公司披露了年度业绩预告,其中7家预喜。

同时,多家家电零部件板块上市公司在业绩预告中表示,除传统业务外,公司的新能源业务在报告期内实现了不错的收入提升,为公司2022年全年业绩预喜提供了助力。

受益下游家电产量稳定增长

据《证券日报》记者梳理,在已披露业绩预告的家电零部件板块上市公司中,有7家预喜,以2022年归母净利润变动上限来看,东贝集团等2家公司同比增长超300%;德业股份等2家公司同比增长超100%;东方电热、三花智控等3家公司同比增幅在100%以内。

其中,秀强股份预计公司2022年内实现归母净利润1.75亿元至2.2亿元,同比增长28%至46%;预计实现扣非净利润1.77亿元至2.06亿元,同比增长56%至82%。

秀强股份方面表示,报告期公司净利润较上年同期增长,主要原因系公司主营业务稳中有增,营业收入较上年同期增长。受公司主要原材料价格下行波动影响,报告期内营业成本较上年同期下降。报告期内,公司对主营产品销售结构进行持续的战略调整和优化,增加高附加值产品的销售比重,保障产品毛利率水平的稳定。

东高科技首席策略研究员陈宇恒在接受《证券日报》记者采访时表示,家电市场2022年整体产量增长较为稳定,其对上游家电零部件产业的需求存在正向反馈,家电产量及消费量的变化将直接影响到家电零部件赛道。

“预计随着原材料价格在2023年出现松动,该赛道利润空间或进一步提升,对企业正常经营形成利好,产业未来整体增长预期较为乐观。”陈宇恒说。

国家统计局最新数据显示,2022年多个重要家电品种产量实现了同比提升。其中彩电、空调、冰箱、洗衣机2022年累计产量分别为19578.3万台、22247.3万台、8664.4万台、9106.3万台;彩电、空调、洗衣

机累计产量分别同比增长6.4%、1.8%、4.6%。四个大类中,仅冰箱累计产量同比下降3.6%。

布局新能源具备先天优势

此外,多家家电零部件板块上市公司在业绩预告中提到,得益于报告期内公司的新能源业务订单十分充足,业务收入得到了较大提升。

以东方电热为例,业绩预告显示,公司预计2022年实现归母净利润2.75亿元至3.25亿元,同比增长58.27%至87.05%。公司表示,报告期内,公司新能源装备制造业务在手订单饱满且陆续进入交货确认周期,该业务板块的营业收入大幅增长且毛利率相对较高,带动了公司全年业绩增长。同时,多晶硅价格在2022年较长时间处于历史高位,带动了该细分行业投资景气度的持续高涨。公司新能源装备制造业务的主要产品分别是多晶硅生产过程中的核心设备和关键设备,充分受益于多晶硅行业的投资景气度。

东方电热2022年中报显示,公司主营业务当中的新能源装备、新能源汽车元器件、锂电池材料业务销售收入已经分别达到了4.821亿元、0.86亿元和0.39亿元,分别占主营收入的27.85%、4.97%和2.24%。

三十三度资本基金经理程靓在接受《证券日报》记者采访时表示,家电零部件企业跨界新能源产业是具有一定先天优势的。随着国内双碳前景预期持续高涨,越来越多的家电零部件企业开始涉足新能源领域,一些已经投产的企业甚至在近两年的新能源浪潮中实现了较大收益。

陈宇恒认为,新能源行业是未来成长空间巨大的高红利赛道,叠加近些年家电行业整体增长压力持续增大,其上游家电零部件产业开展多元化业务也成为了企业发展趋势之一。家电零部件企业通过自身在资金、生产、技术等方面的积累,积极向新能源领域拓展业务。尤其在热管理和储能方面,由于与家电零部件相关技术存在共通性,空气能热泵就成为一些企业转型的典型代表产品。

“目前来看,单一的家电零部件赛道并未受到热捧,但资本比较看好能够做多元化业务的,尤其是能够叠加新能源产业方向的相关企业,这类投资标的更加值得关注。”陈宇恒说。