

10部新片4亿预售 春节档能否扛住变数

2020年第一个重磅电影档期——春节档,即将拉开帷幕。单片预售票房破2亿元、春节档整体预售票房近4亿元的数字,证明了市场对于春节档的期待。国内大大小小上百家电影公司,藏在10部新片的身后,联动各方资源推动影片的整体票房,也试图为自身谋得更多收益。然而,此时一场突如其来的疫情成了今年春节档的“黑天鹅”事件,在新型冠状病毒的影响下,部分观众也对走进影院产生了犹豫。

黑天鹅突袭

《唐人街探案3》《妈》《夺冠》……10部新片已蓄势待发,等待春节档的正式到来。多部新片的集中亮相也让春节档的热度逐渐高涨,并在预售开启的17小时后,便实现预售票房破亿元。

据猫眼专业版显示,截至1月21日17时,春节档预售总票房已达3.98亿元,其中仅在大年初一(1月25日),预售票房便达到3.3亿元,此外更有单部影片预售票房超2亿元,显现出较强的市场号召力。

然而,正当业内对春节档信心倍增之时,市场却出现了一个“意外”——“尽量避免去人群密集的公共场所”成为防控疫情的关键信息,这也使得部分观众对在春节期间去相对密闭的影院望而却步。

记者在微博及票务平台上注意到,部分

已购买春节档预售电影票的观众纷纷留言表示担忧。此外,有部分观众减少了去影院的频次,这在无形中加剧了春节档的竞争。

百家公司竞技

突发疫情难免给春节档的预期浇一盆冷水,更给前仆后继涌入该档期的上百家电影公司收入带来了不确定性。

北京商报记者不完全统计,虽然春节档仅有10部新片上映,但背后却汇聚了111家公司,既有春节档的老玩家,如博纳影业、光线传媒、万达影视、腾讯影业等,也有近年来因推出多部高票房影片而受到瞩目的欢喜传媒、彩条屋影业,此外出身于院线、票务平台、电视剧等领域的公司也纷纷进入春节档,试图分得一杯羹。面对春节档的激烈竞争以及新型冠状病毒带来的冲击,入局的上百家公司也集结出旗下的资源及优势,展开各种花



式营销,从而让自身参与的影片能够获得更大的市场竞争力。

举行路演,释出海报、预告片、特辑、主题曲等物料,早已是电影市场较为常见的宣传营销手段,还有片方则选择联动旗下其他作品。以动画电影《姜子牙》为例,该片现已联动此前获得较高票房的《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》的角色形象,共同助推《姜子牙》。

除此以外,不少影片也纷纷将短视频增加到重要的宣传阵地,包括《唐人街探案3》

《妈》《夺冠》在内的作品,均开设了抖音账号,借助各式各样的短视频博得一众粉丝的关注,也推动了影片屡屡登上热搜。

而为了能够挤出重围,还有部分片方选择让作品临时提档。1月20日,原定于大年初一上映的《妈》《夺冠》和《熊出没·狂野大陆》均发布消息称,影片提前一天至大年三十全国公映,改变了原本8部新片集中在同一日上映的情形。影评人刘贺表示,档期的选择对于一部影片的市场表现具有一定影响,此次三部影片提前上映或是为了想要摆脱集体竞争、先

发制人,但大年三十又恰逢阖家团聚或在回家的路上,因此并不一定能得到预期效果。

冲击百亿元变数大

值得注意的是,在半个月前,业内还曾不时传出2020年春节档有望总票房冲击百亿元的声音。

“不可否认的是,今年春节档有多部重磅影片上映,能够进一步带动电影市场的热度,并较往年实现进一步增长,从而被称为‘史上最强春节档’。但若真正达到百亿元票房,增长的幅度可不是一星半点。”影视传媒行业分析师曾荣如是说。

数据显示,2019年春节档全国电影票房超过58亿元,创造新的票房纪录,但从增长幅度来看,仅较2018年同比提升不足2%。而2020年春节档若要实现百亿元票房目标,意味着需要在去年的基础上,再同比增长约七成才可实现。

现阶段,人们对于票房表现则显得较为理智。华创证券在研报中指出,根据对2020年春节档票房测算,中性情况下达到68亿元,增幅15%。此外,西南证券也在研报中提到,受新型冠状病毒的影响,公共场所人流量或受影响,春节档票房或不及预期。

此外北京商报记者观察发现,临时提档的影片也在业内引起一定争议,并有影院工作人员称大年三十原本安排提前结束营业,但现在却只能临时调整工作,准备的放映场次数量也并不多。在刘贺看来,从新片的储备情况以及现阶段观众对于以上影片的反响来看,2020年春节档实现票房增长应不成问题,但究竟增长幅度能达到多少,还存在着一定的变数。

北京商报记者 郑蕊

北京明年将出台民宿评价标准

去年底,北京为民宿发出了“合法身份”后,相关政策也进入到快车道。1月21日,北京商报记者从北京市文旅局获悉,今年上半年,北京市《关于促进乡村民宿发展的指导意见》(以下简称《意见》)的实施细则将会出台,具体将由各区根据实际情况敲定民宿的安全登记、消防、餐饮、卫生等各项标准,以及各类鼓励扶持政策。值得注意的是,在指导意见、细则接连落地后,北京将于明年出台全市统一的民宿评价标准体系,而各区可在全市统一标准的基础上“拔高”,对区内民宿供给确定一套属于自己的评价体系。

敲定游戏规则

去年底,随着《意见》的出台,北京的民宿正式迈上合规之路,一个为北京民宿业确定合法身份的政策框架也随之落地。在此基础上,多位民宿业主表示,在拿到身份证这颗“定心丸”后,自己和同行对于具体政策如何操作、如何实施,也有了更多的期待。

据上述市文旅局相关负责人介绍,在《意见》出台后,各区会根据当地的规划、实际情况对政策进行细化,涵盖乡村民宿建设、经营过程中具体涉及的安全登记、消防、餐饮、卫生等各项标准。与此同时,实施细则还会覆盖相应的鼓励办法,部分区还会按照自己的规划制定特殊的奖励政策,比如设立产业发展基金,对进行特色设计的民宿给予一定的设计费补助;或者按照自己的评价体系对优质民宿进行奖励等;相关工作部署近期将会启动,上半年,各区的细则就会陆续出台。该负责人表示,细则由各区出台,意味着北京把对于乡村民宿的管理权责在一定程度上放到了区级层面,这将更大地激发各区在发展这种新兴业态上的积极性。

值得注意的是,这位负责人还向北京商报记者透露,真正要将民宿和农家乐等业态区分开来,引导各方参与建设精品民宿,确定统一的评价体系也是重要一步。因此,明年北京要重新制定全市统一的民宿评价标准,并根据标准确定不同的奖励政策,而各区可能还会在此基础上进行“拔高”,根据实际情况确定一套属于自己的评价体系。”该负责人表示。

适度“留白”成关键

在北京旅游学会会长安金明看来,民宿虽然强调主人文化,但却并不是“非标住宿”,因为这种业态中的洗漱用品、住宿设施、休息设施设备等等都需要有一套标准化的规范,如果业态定位不清,民宿的合法经营和监管也会随之产生诸多困惑。

另一方面,程大军等多位民宿经营者告诉北京商报记者,在细则和评价标准制定的过程中,业者都希望相关部门和政策能涉及一些“前瞻性”的内容,给民宿的建立和集聚打好基础,并且在标准化的规范中,给特色经营留出一定的“自由发挥”空间,这才是目前供给端最需要的支持措施。

有同样在京郊经营民宿的负责人直言,近两年,自家民宿周边至少增加了10多家民宿,建设成本和经营难度相比4-5年前增长十分明显。该负责人介绍,2015年时,自己投资30万-40万元就可以改造一个院子成为精品民宿,每年人力、维护支出也仅需要1.5万-2万元,每年经营1/3的时间就可以实现盈利,而现在,硬件设施投资上百万元已不稀奇,而且人力、平台佣金等各项成本也在大幅增加,比如招待一组顾客,需要支出的服务人员费用普遍在300-600元,加上毛利15%左右的平台方佣金抽成,最后民宿主能拿到的净利润只有15%左右,长此以往很难维持一个良性的经营状态。

“更为重要的是,很多民宿在建设初期,要面对乡村基础设施普遍薄弱的情况,而且在投资整建的过程中,往往需要对接多个职能部门,这些困难,有时会让部分投资人打退堂鼓,甚至‘半途而废’。”上述负责人表示,在此背景下,民宿主大多希望通过更有特色的餐饮、活动等增加产品附加值,因此,希望政策可以给予经营者一定的“留白”或弹性空间,让民宿主可以在合法合规的情况下,包装一些基于民宿的特色休闲度假产品。

北京商报记者 蒋梦惟

预计全年亏损 恺英网络阴霾难消

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 伍碧怡)1月20日晚间,恺英网络股份有限公司(以下简称“恺英网络”)发布的2019年度业绩预告显示,预计2019年全年亏损18亿-23亿元,去年同期盈利1.74亿元。

对于业绩变动的原因,恺英网络坦言是收到“传奇IP”纠纷的影响。公告指出,控股子公司浙江九翎网络科技有限公司(以下简称“浙江九翎”)收到Chuanqi IP Co., Ltd.(即传奇IP株式会社;“传奇IP”)分别在新加坡、韩国发起的两个仲裁案件,合计约80亿美元的国际仲裁主张,目前已进入开庭审理阶段。为进一步了解具体诉讼进展,北京商报记者向恺英网络发去采访函,但截至发稿未收到回复。

恺英网络在公告中表示,传奇IP上述主张涉嫌恶意仲裁,虽然传奇IP的全部诉求不一定得到仲裁庭的支持,但是即使小比例的赔偿额也很可能超过浙江九翎2019年末的净资产额。浙江九翎是公司的非全资控股子公司,公司以出资额为限对浙江九翎承担有限责任,未来浙江九翎的经营状况不会影响到公司的正常经营。

因此,浙江九翎2019年末计提的预计负债预计导致公司归母净利润减少约0.65亿元-1亿元。在浙江九翎面临巨额索赔的情况下,公司按照不可持续经营的方式对浙江九翎进行初步测算,预计将全额计提商誉减值9.5亿元。

业内人士认为,天价索赔已远超恺英网络自身市值,恺英网络涉及的诉讼背后亦是韩国娱美德公司与世纪华通子公司盛趣游戏围绕传奇IP纷争的缩影。而根据此前2019年恺英网络公布的半年报,恺英网络面临的诉讼纠纷有20多起。

此外,对于恺英网络来说,除了深陷诉讼纠纷,2019年公司高管也麻烦不断。公开资料显示,2019年3月以来,恺英网络多位高管遭到刑事拘留,包括控股股东、实际控制人王悦。去年10月8日,恺英网络对外公告称,因公司涉嫌信息披露违法违规,中国证券监督管理委员会决定对公司立案调查。其后在去年10月25日,恺英网络确认称

董事长金锋因涉嫌内幕交易罪被上海市公安局逮捕。

“管理层的糟糕处境对于公司的运营一定会有不少影响,而恺英网络在主营业务上的表现也值得让人关注。”游戏行业分析师梁声指出,以往为恺英网络带来不菲收入的《全民奇迹》《蓝月传奇》等核心游戏产品的生命周期已到后期,而受公司研发创新能力受限、版号审批趋严等大环境影响,新爆款仍未出现。在此等内忧外患夹击下,恺英网络的发展之路略显艰难。

此前在2019年的三季度报告中,数据显示2019年前三季度恺英网络实现营业收入约15.03亿元,同比下降13.31%,归属于上市公司股东的净利润约7134万元,同比下降85.51%。而对此恺英网络也曾表示,主要原因是部分老游戏逐渐进入生命周期末期,游戏营收降低,同时部分新产品上线延迟。

恺英网络也在1月20日公告中指出,受中国移动游戏市场增速放缓、行业监管环境趋严、产品上线不达预期等综合因素的影响,被投资公司浙江盛和网络科技有限公司(以下简称“浙江盛和”)2019年度营业收入及利润均出现较大幅度的下滑,估值预测下降,公司根据《企业会计准则》的相关规定,对前期收购浙江盛和形成的商誉进行了初步减值测试,根据初步测试结果,公司预计计提商誉减值准备9.5亿元至11.5亿元。

在1月10日的恺英网络年度盛典上,恺英网络代理总经理申亮表示,聚焦IP战略、打造精品大作、整合发行资源、拓展海外市场成为恺英下一阶段的业务战略方向。《魔神英雄传》《刀剑神域黑剑士:王牌》等知名IP授权产品正在精研打磨中,将于2020年陆续上线。

业内人士认为,尽管知名IP游戏能带来巨大收益,但IP版权纠纷亦为恺英网络带来不少负面影响。而如今游戏市场增速放缓,监管趋严,游戏产品多样化、精品化是游戏厂商立足的关键。极度依赖单款游戏的流水并不可靠,而为了流水而过度产出低质量游戏也绝不讨好,一旦出现新老产品青黄不接的局面,将成为硬伤。