

# 剧组全面停摆 数十万集滞销剧收获春天?

## 去库存迎来好时机

2月1日晚间,中国广播电视台组织联合会电视制片委员会和中国广播电视台社会组织联合会演员委员会对外发布《关于新冠疫情期间停止影视剧拍摄工作的通知》,并要求疫情防控期间,所有影视制片公司、影视剧组及影视演员,应按照国家有关规定,暂停影视剧拍摄工作。新时代证券分析师胡皓表示,剧组停拍、影视城停工,势必会在一定程度上影响今年影视剧的产量,现阶段已有声音称,今年影视剧拍摄数量或减少1/4。

然而,在新剧拍摄滞缓的同时,此前一直难以露头的滞销剧似乎迎来了“出头”的契机。中国广播电视台组织联合会电视制片委员会秘书长李刚在接受媒体采访时表示,不会担忧剧荒情况的出现;即便产量减少,我们还有很多库存剧,这会给他们带来新一轮的播出机会”。

某影视公司发行经理王先生向北京商报记者表示,现阶段公司已暂停原计划春节后开拍的新作,并重新对旗下储备的影视项目进行规划,全力推动此前已制作完成却一直未能发行的影视作品的发行;就在这个春节假期,我们公司已经有两部电视剧成功售出,但因还处于与播出平台的敲定合同细节及金额的过程中,具体信息尚不便对外公布”。

与此同时,北京商报记者注意到,近段时间新上线的多部影视剧中,也不乏两三年前便已杀青的“老剧”。以电视剧《热血同行》为例,该剧最早于2016年便已立项,并在2017年开拍,2018年杀青,最初曾在2019年初定档于当年1月底播出,但此后却撤档,直至今年1



月20日正式上线。此外《绝代双骄》大主宰》等当下热播的影视剧,也均是在2018年杀青,直至近期才播出。

## IP+明星仍是首选条件

近年来,尽管国内影视剧产量相对有所下降,但2018年我国备案的电视剧数量仍达到1163部、45731集,此外据《中国电视剧风向标报告2019》显示,2019年1月-9月,全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目共646部、24597集。除此以外,公开数据显示,2018年新剧上市的数量仅有194部,是十年来的最低水平,而在2019年上半年,生产完成并获准发行的国产电视剧则为108部。

资深制片人李轼强调:“目前新剧的停拍

虽然影响到后续项目的流程,但影视公司内部或多或少均有此前未能实现播出的库存,面对播出平台的内容需求以及新剧产量的减少,将在一定程度上推动库存作品的销售。”

“影视剧产量较高,但从播出情况来看,真正实现销售的作品有两个特点,或是热度较高的明星出演,或是基于IP改编。”李轼如是说。

据猫眼全网热度榜显示,近段时间市场热度较高的影视剧分别为《大主宰》、《下一站

是幸福》、《爱情公寓5》、《三生三世枕上书》、《锦衣之下》,以上作品或由具有一定热度的明星出演,或具备IP背景,或两个因素均涵盖在内,并在现阶段屡屡带起热门话题。

在业内人士看来,流量明星的出演意味着流量,而IP背景则代表着受众基础,在多种娱乐产品均在争夺注意力的过程中,以上影视作品更容易获得较高的关注度和市场影响力,且相对于其他既没有流量明星也没有IP的影视作品而言,拥有流量明星或IP的作品

也能在一定程度降低市场风险,并赢得广告商的青睐,因此更受平台或渠道方的认可。

## 多渠道打通加速项目消化

据鹰眼ins数据监测系统的资料显示,2017年、2018年和2019年1-7月,以上三个时间段的杀青剧库存率分别约为35.96%、55.52%和96.84%,若平均计算,库存率大约在六成左右。

为了降低库存,影视公司其实早已行动起来,将相关作品推向市场。华策影视在2019年业绩预报中指出,为应对新的市场环境和需求,公司快速调整了市场策略和存量业务,与平台通力沟通合作、调整播出,加速消化待播项目,优先确保项目排播和现金回笼。

随着此次新剧停拍,影视公司若能借此机会将滞销剧销售并播出,既是降低存货对自身的束缚,也能在一定程度上稳定公司运营,带来一定收入。且观察当下观众的反馈可以发现,包括《狼殿下》、《我在北京等你》在内已杀青却尚未播出的剧集,已令不少观众呼吁尽快定档播出。

影视传媒行业分析师曾荣表示,此时滞销剧在尝试发行销售时也需要灵活多变,不要将自身限制于某一平台或渠道,而是需要开拓市场,虽然现阶段滞销剧能获得较过去更多的销售机会,但市场并非是对所有滞销剧照单全收。无论是观众还是平台,都对内容有较高的要求与标准,即使是新作制作滞缓,制作质量不高的老作品也仍无法得到市场的认可,同时近年来人们的生活以及社会发展变化较大,一些已脱离当下的滞销剧也难以重新获得市场。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

# 缓解门店压力 酒店集团给管理费做“减法”

为了应对疫情对加盟店酒店的冲击,各家酒店集团纷纷开始“抛出新政”为加盟酒店减压。2月2日,在继华住、格林、亚朵等酒店集团进一步针对疫情期间旗下全国酒店减免加盟管理费之后,首旅如家酒店集团也推出相关举措,将加盟管理费减免政策扩大至全国。此前,由于受到疫情影响,多家酒店集团也纷纷针对湖北等地加盟酒店减免管理费。据了解,除了湖北省内部分酒店支援参与抗击新型冠状病毒肺炎“疫战”的工作,不少酒店均处于停业状态,而其他省份酒店的入住率也创下了近年来新低。业内专家表示,为了减少加盟门店的资金压力,集团通过减免加盟费是一个行之有效的办法,不过这也会影响酒店集团的总体经营能力,除了配合疫情的定点酒店,一般酒店可以通过局部开业等措施缓解资金压力。

## 给加盟业主减压

对停工期的酒店来说,加盟管理费成为了一笔庞大的开销,此时各大酒店集团也作起了“减法”,进而缓解加盟酒店业主的资金压力。

2月2日,亚朵集团宣布,对全国加盟店全面施行加盟管理费减免政策,免收2020年1月20日-2月29日的加盟管理费,同时对于3月1日-31日期间的加盟管理费进行减半,此外针对湖北区域的酒店,免收政策也提前执行,免收1月20日-3月31日期间的加盟管理费。

实际上,不仅仅是亚朵酒店集团,此前华住、格林酒店集团也纷纷针对全国范围内加盟酒店给予部分减免加盟管理费等优惠政策。除了面向全国范围的酒店减免加盟管理费,包括首旅如家等多家酒店集团,还针对湖北地区给予了减免加盟费等优惠政策,首旅如家酒店集团还表示,对于全国范围内被政府机关征用的特许加盟酒店,在征用期间一律免收特许加盟酒店品牌使用、服务支持费。

有酒店加盟商表示,对于加盟酒店来说,除了开店一次性要缴纳的费用外,每个月还需要按比例缴纳管理费、中央预订费。以一家年营业额500万元酒店来计算,每个月大约需要缴纳2万-3万元的加盟管理费,如果经营业绩不好,连酒店营业成本都难以覆盖,那这些费用也是一笔不小的开支。

## 加盟店的困境

疫情对于酒店行业的冲击显而易见。酒店工作人员坦言:“不到2%的入住率也算是创下了近年来入住率的新低”。这种情况还是在一线大城市,在疫情严重的省份,不少酒店直接歇业了。

据了解,目前湖北省内部分酒店除了支援参与抗击新型冠状病毒肺炎“疫战”的工作,不少酒店均处于停业状态。据格林酒店集团工作人员介绍,该酒店集团在武汉的酒店中,有两家免费提供给医护人员入住,还有一家酒店被相关单位征用安置火神山医院的施工组,除此以外,在湖北区域内的景区酒店,都响应号召,第一时间暂停营业了。

但停工也并不意味着堵上了亏损的“河堤”。有酒店经营者表示,随着酒店停业,高昂的租金、员工成本、大量退订订单甚至滞留的食品储备,都成为了压在酒店身上的“五指山”。

武汉某连锁酒店负责人还表示,大多数业主都不是全资投入的,很多业主还要靠营收还贷款,且酒店投资回报周期长,加之疫情的影响,大批酒店订单、年夜饭预订的取消,酒店不但不盈利,还要承担餐饮供应的损失,一些业主的经济压力非常大。

华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱认为,这样看来,似乎减免加盟费是一个行之有效的方法。不过,由于减免全国范围内

酒店的加盟费,最终也势必影响到各酒店集团的收入。

## 成本成关键

“只怕不能熬到疫情结束,酒店就要黄了。”这样的问题成为不少加盟酒店业主心头的忧虑。“面对疫情的影响,当前只能想办法控制成本。”有业内人士坦言。

赵焕焱表示,在此情况下,酒店可以缩减营业成本。例如,一些酒店先从关闭部分楼层开始,甚至只开放少数楼层,而集中管理也有助于缩减用工、控制耗材等成本支出。

除了控制成本,也有酒店开始“开源节流”。一位酒店相关负责人还介绍,酒店餐饮部此前因为过年也囤积了很多年货、食材等等,由于疫情前来用餐的人虽然少了,但是市民还是需要购买肉、蛋、蔬菜等每日所需食物,因此酒店也会将此前储备的食材拿出来平价卖给市民。

北京第二外国语学院酒店管理学院院长谷慧敏还表示,在需求基本为零的当下,对于酒店业主来说,各种形式的节约成本也是“自救”的方式。例如对高级管理人员实行限薪,节约开支,是很多企业目前的做法。但她也表示,除了一味地“熬”,企业也应理性分析,在几个月需求回弹后,能否抓住需求,继续经营会不会带来更大的损失,也是酒店业主要考虑的问题。“既有被动转型,也要主动转型。”

她表示,企业在等待需求回升的几个月内,员工、品牌方、业主应该共同努力,发挥企业文化的作用,适当进行业态转变,进一步分析客户关注点,积极进行转型。

谷慧敏还谈到,目前我国酒店行业的抗风险能力和紧急情况的应对机制尚有不足,企业还没做好应对风险的准备。站在产业分析的角度看的话,也是“大浪淘沙”的过程,渡过难关的企业应当增加危机意识,建立风险管理模式和突发事件应对机制;行业协会、联盟、商会等组织也要进一步发挥作用,共克时艰。

北京商报记者 关子辰 杨卉

# 超40万家线下课堂暂停 教培机构线上急“安家”

北京商报记者(记者 刘斯文)据北京商报记者不完全统计,随着疫情变化,现阶段预计全国有超过40万家教培机构需要暂停线下授课(根据教育部截至2018年底通报的已摸排校外培训机构数量),不少头部机构纷纷开放在线课程平台给线下机构,同时开放线上平台给其他中小机构使用,帮助它们完成培训场景“搬家”至互联网。然而,“搬家”并非易事,高度依赖线下场景的早幼教、部分素质教育机构等,转战线上难度颇大。业内认为,此次疫情或将引发教培行业的新变革。

春节期间,伴随着疫情的发展,包括武汉、北京在内的多个地区相继发布通知,暂停各类校外培训机构所有线下课程和集体活动,恢复时间将根据疫情防控工作情况另行通知。据了解,全国超过40万家校外培训机构基本全部停课。国家卫健委也宣布,3岁以下婴幼儿早教机构同样暂停线下培训。据悉,新东方、好未来等众多教育企业及时调整寒假课程,将寒假班所有线下课程(面授课、双师课)全部转为线上课程,并且采用“老师不变、时间不变、课程内容不变”的形式,力求与线下授课课程内容保持一致。不仅如此,好未来还率先宣布旗下未来魔法校和乐外教启动面向双师课堂合作伙伴的“避风港”计划,并面向全国所有教培机构免费开放直播云。

虽说现在的互联网技术也可以帮助没有开发能力和运营经验的线下培训机构转型线上,然而“搬家”不容易。

在敏特教育CEO彭雷看来,线下的教培机构自2018年遭遇整改以来,加之市场整体的大环境欠佳,若3个月不能复课,打击是巨大的。同时,线下转线上短时间很难真正起效,要考虑线下教师对线上课程全流程的熟悉和把控如何,原有的线下教育内容与线上技术、教学场景是否匹配,线上服务环节能否满足用户需求等诸多因素,多少纯在线教

育企业自身都挣扎在盈利或存活边缘。那高度依赖线下场景的部分早幼教、艺术类、体育类教培机构又该如何应对?北京商报记者走访发现,多家购物中心内的包括金宝贝、EF青少儿英语、灰姑娘(舞蹈)等素质教育类培训机构全已关停。面对无法招新和消课、固定的房租和人员成本,资金链方面面临诸多压力。

“这次疫情对部分素质教育类线下培训机构的打击大于学科类培训机构。”彭雷表示,把主营业务像学科类一样的原老师、原班级、原时间翻盘到线上的可能性很小,危机的解决主要取决于疫情持续时间。在疫情尾期,或将出现一批中小机构被迫歇业。

赛伯乐投资集团教育产业基金合伙人程子婴认为,偏向于室内指导属性的知识技能型教学场景,如美术类和棋类等培训机构较容易线上化;但例如早幼教、舞蹈类和体育类培训课程的性质,决定了其互动性强,要营造的教学氛围,包括装备、场地等教学设备才能完成,便很难线上化。

业内人士认为,在这场没有硝烟的疫情战斗中,线下培训机构停课将促使在线教育渗透率再次提升,加速线下线上融合站上主流地位。对头部机构来说,通过这一次的大练兵,给未来持续扩张至低线城市储备经验;对地方性中小机构来说,多样化的教学服务方式可探索多样化的商业模式。在程子婴看来,这会是在线教育机构的一次机会,毕竟线下教培机构不能营业了,竞争对手有所减少,倒逼家长群体关注线上教育,这也是培养用户习惯的好时机。

对于在线教育是否会迎来“井喷”,二十世纪教育研究院副院长熊丙奇表示,在线下教育培训被暂停后,对在线教育培训的需求会增加,但不会“井喷”。目前,教育部门和学校已成为提供在线教育的主体,学校老师将通过网络进行同步教学,在线教育机构依然是补充角色。