

# 28部影片“待业” 电影市场何时“开张”

“撤档”现已成为疫情期间电影市场的高频词,据北京商报记者不完全统计,自春节至今,已有28部电影陆续撤档,择期再映。且随着电影院重新营业时间一推再推,越来越多的“待业”影片也令市场积攒了诸多存货。因此,业内纷纷猜测,一旦电影院恢复营业,短时间内是否会迎来“待业”影片的密集上映潮,并掀起一场排片大战?“报复性观影”又是否会出现?抑或是蛰伏等待重量级电影掀起新一波高潮?



◇ 较受观众期待的撤档影片情况

影片名	原上映日期	猫眼想看人数
《唐人街探案3》	1月25日	212.3万人
《姜子牙》	1月25日	84.05万人
《紧急救援》	1月25日	41.94万人
《夺冠》	1月24日	35.54万人
《急先锋》	1月25日	17.57万人
《熊出没·狂野大陆》	1月24日	16.75万人
《我在时间尽头等你》	2月14日	6.8万人
《小妇人》	2月14日	5.4万人
《海兽之子》	2月14日	2.9万人
《贝肯熊2》	2月8日	2.7万人

## 尚需时间恢复

此次疫情究竟会对电影市场产生何种影响,或许可以从此前非典期间的表现得到一些启发。公开资料显示,2003年非典暴发后,不少电影院相继停业,片方也相继选择让电影撤档。尽管后续非典疫情解除,影片相继恢复上映,但确实有部分影片未能获得理想中的票房。

以在当年入围戛纳国际电影节主竞赛单元的《蝴蝶》为例,该片曾被视为种子选手,但最终仅在国内实现300万元左右的票房。而直至2003年三季度和四季度包括《手机》《天地英雄》等电影的上映,才让市场逐渐热起来,随后的2004年又迎来《功夫》《十面埋伏》《天下无贼》等经典影片的上映,令国内单片票房开启了亿元时代。这也代表着,大片的出现是市场逐步恢复的关键因素之一。

英嘉星美影城相关负责人表示,电影市场的恢复需要一个过程,但不可否认的是,需要有重量级影片的出现来带动整个市场的恢复,如果能够有大片上映,吸引观众前来观影,想必电影市场最快能在暑期期间逐渐恢复曾经的状态。

此外,在中国电影评论学会会长饶曙光看来,此次疫情对本来就处于寒冬状态的影视行业是雪上加霜,但在疫情期间,影视行业还是要苦练内功,提升专业技能、素质,这是每个电影人的立身之本,也是电影行业的立身之本。

北京商报记者 郑蕊

## 陆续撤档

此前已将上映日期推迟14天的进口片《刺猬索尼克》,还是在2月24日宣布正式撤档,取消2月28日的上映计划,而该片只是近段时间撤档的众多影片之一。

据北京商报记者不完全统计,自1月23日春节档所有影片全部官宣撤档后,近一个多月的时间内,累计撤档的电影已达28部。其中既有猫眼想看人数达到数十万人甚至上百万人的热门电影《姜子牙》《唐人街探案3》,也有原计划在情人节档亮相的《荞麦疯长》《我在时间尽头等你》等影片,此外在第92届奥斯卡获奖的《小妇人》《婚姻故事》《乔乔的异想世界》等进口片,也陆续加入到撤档的行列。

在以上撤档影片中,少数已另谋出路。如

《妈》在撤档的第二日便宣布,影片于大年初一在字节跳动旗下抖音、今日头条、西瓜视频、抖音火山版等平台上首播,随后《肥龙过江》也跟上脚步转战网播。《源·彩虹》则选择在移动电影院付费点播。在一番变动之下,变更播出方式的影片确实从中获得了收益。以《妈》为例,字节跳动将最少支付6.3亿元作为代价,这一数额并不少于此前计划在院线上映时因签订保底发行协议而可提前锁定的6亿元保底收入,同时片方还可从字节跳动获得超额部分的收益分成。

但相较少数影片的临时调整,绝大多数影片仍选择以不变应万变,处于静止“待业”的状态。且现阶段电影院仍未恢复营业状态,随着2月即将结束,原定3月上映的15部影片也不能完全剔除撤档的可能,这意味着“待业”影片的数量或将进一步增加。

## 期待“报复性观影”

“待业”影片的出现无疑让市场积攒了诸多存货,这也令业内开始猜测,一旦电影院恢复营业将会呈现何种场景,是否将掀起一场排片大战?

影视传媒行业分析师曾荣认为,从片方的角度来看,假若影片并未转为线上或其他渠道播出,院线票房便是影片主要的收入来源,因此片方或许在电影院出现恢复营业苗头的时期,便会开始进行布局,如重新选择档期并进行新一轮宣传造势,为后续影片的上映铺路,避免前期的投入都打了水漂。

这一观点与此前一直引发业内讨论的“报复性观影”密不可分。由于观众已一个月未能实现线下娱乐,由此也积攒了一定的观

影欲望有待后续释放,部分片方想必也会看到这一点而作出安排。此时对于电影院而言,便代表着有更多的选择,而基于影院本身在此次疫情承受的冲击,以及亟待通过恢复营业来缓解经营压力的现状,对观众更有吸引力从而具有更大票房潜力的影片,无疑会在排片竞争中占有绝对的优势。”曾荣如是说。

然而,对于“报复性观影”会在何时出现,业内尚未形成统一的观点,这也会对影片的上映计划带来影响。保利影业投资有限公司总经理助理刘建峰表示,电影院复工的初期,有可能会为保证安全而对每一场次的上座率进行限制,如不能超过60%或其他比例,这便会限制票房收入,再加上观众彻底放下对疫情的防备也需一段时间,因此初期电影市场的整体票房或并不乐观,这也会让片方产生更多思考,并根据自身的情况合理选择档期。



## 京城五星级酒店外卖生意的经济账

随着企业陆续复工复产,一些京城五星级酒店也盯上了外卖生意。2月25日,北京商报记者从多家五星级酒店了解到,包括北京国贸大酒店、北京嘉里大酒店、北京国际饭店等酒店都新开了餐饮外卖业务,另外还有一些酒店在筹划增设相关服务。据介绍,酒店外送外卖,一方面是为了帮助周边复工复产的企业解决用餐问题,同时也可以减少自身的部分损失。不过也有专家指出,五星级酒店卖外卖只是权宜之计,在目前特殊情况下,只能算是止损的一种策略。五星级酒店的优势在于所营造的氛围和顾客在酒店体验到的服务品质,且其在餐食外卖方面和社会餐饮相比价格较高,因此能不能真正赢得客群还有待观察。

### 涉足外卖

受疫情影响,不少高星级酒店的餐厅都停止了堂食服务,为了减轻压力,如今这些“高大上”的五星级酒店纷纷开始涉足外卖。北京国贸大酒店的相关负责人告诉北京商报记者,近日酒店餐厅红馆、滩万日餐厅均已开通了外卖服务,红馆餐厅还首次在外卖平台饿了么开通订餐功能。红馆餐厅相关工作人员表示,鉴于目前还处在疫情防控阶段,餐厅不提供堂食,只提供外卖服务。除了在外卖平台上线外,餐厅还给周边的写字楼提供配送服务,另外订餐顾客也可以选择上门自取。由于像烤鸭等一些菜品的等待时间较长,因此需要顾客提前打电话进行预订。”该工作人员说。

同样位于国贸商圈的北京嘉里大酒店也开通了餐厅外卖服务。据介绍,酒店餐厅嘉味提供多款亚洲和西式午餐、晚餐套餐,主要针对周边商务客群。

不仅仅是外资酒店,隶属本土的首旅集团旗下北京国际饭店也做起了外卖生意。北京商报记者在北京国际饭店微信小程序上看到,该酒店餐厅上线的菜品包括红烧狮子头、酸菜煮白肉、双冬烧排骨等。据介绍,这些菜品都是一些家常菜,便于装盒携带,同时,针对卫生方面,酒店还做了严格的消毒,以保证卫生。此外,该酒店集团旗下北京民族饭店等也在酝酿开展外卖送餐服务。

实际上,不仅是在北京,目前全国各地多个城市的高端酒店均打起了“外卖牌”。仅香格里拉酒店集团旗下,就有14个城市的酒

店开通了外卖服务,其中包含上海、广州等一线城市。

华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家赵焕焱表示,如今随着各大城市企业陆续复工,用餐需求增加,外卖也成为酒店餐饮方面新的拓展点。

### 尽量减损

不过,近期高星级酒店几乎处于“零业务”,面对与日俱增的损失,餐厅送外卖也只能算是“杯水车薪”。自疫情发生之后,酒店的出租率就没上过2%,400-500间客房仅有几间在出租,由于鲜有客人,同时出于防控疫情的需要,酒店便停止了所有的餐厅堂食,不过在此情况下,酒店仍需负担人工、房屋贷款等成本,如此算来,每天成本在十几万元。”一家五星级酒店的相关负责人坦言。

一家酒店的餐厅负责人还给北京商报记者算了一笔账,正常营业的情况下,餐厅日常销售额可以达到每天2万元,其中食材的成本可以占到45%-50%,厨师加上服务员约20人日均用工成本在5000元左右(按平均工资每月8000元计算),如今在疫情下暂停营业,尽管人员工资有所缩减,但仍需至少3000元的日均用工成本,这还不算需要负担的房屋贷款等,因此餐厅每日的损失都在几千元左右。

“虽然开通外卖送餐,但是只能减少一些损失。”上述酒店餐厅负责人还坦言,以每单外卖100元计算,每天至少有60-80单才能达到餐厅的收支平衡,像外卖平台饿了么还需要收取近20%的佣金,酒店几乎没有什

么利润。此外,北京商报记者还了解到,大多数酒店餐厅并没有在外卖平台开通订餐功能,都是自己的服务人员配送周边写字楼或客人上门自取餐食,因此订餐量每日不过几单至十几单而已。

有酒店相关负责人表示,在疫情期间,企业如何在避免聚集性用餐的同时,又能帮助员工吃到安全卫生的餐食已经成为一道必答题。所以尽管现在酒店外卖收入并不多,但随着越来越多的企业复工,相信外卖用餐需求会逐渐提升。

### 客源待考

同样值得关注的是,高星级酒店送外卖还意味着要和社会餐饮一较高下。

在中国旅游研究院研究员杨宏浩看来,五星级酒店涉足外卖应该只是权宜之计,在目前疫情特殊情况下,不少酒店本着员工“闲着也是闲着”的想法,卖点外卖维持运营。整体来看,五星级酒店的优势在于所营造的氛围和顾客在酒店体验到的服务品质,所以和社会餐饮相比,在价格和运营模式上都并没有很大优势,能否真正赢得客群还很难说。

北京商业经济学会常务副会长赖阳进一步表示,外卖平台客户群多以年轻时尚人群为主,这部分人群订单虽然频繁,但单次客单价并不很高,可能每单就几十元左右,而高端酒店本身使用食材成本就高,价格也普遍较高,因此不一定能够匹配外卖平台客源;此外,在菜品上,年轻客群喜欢轻食、快餐,而高端酒店擅长做名菜、宴会等,这些食物一旦装在快餐盒内首先降低了口感,其次也体现不出摆盘的美感,在品质方面就无法凸显,因此性价比方面不及社会餐饮,这些都是需要考虑的因素。

“此外,在经营成本方面,由于高端酒店多采用集中采购,这种模式下经营宴会餐饮比较有优势,但如果针对个体用餐需求,就没有什么利润空间。因此酒店最终是否开展外卖服务,还需要看能否平衡收入与支出成本。”赖阳表示。

北京商报记者 关子辰

## 多地机票单程现低于百元“白菜价”

北京商报讯(记者 蒋梦雅)50元飞重庆、100元飞成都……近期国内多航线集中出现机票价格跳水,成了众多网友口中“坐飞机比打车还便宜”的罕见现象。2月25日,北京商报记者从飞猪、携程、去哪儿网等多家OTA处获悉,近期,各地逐渐开始复工复产,部分地方景区、酒店、民宿等也陆续恢复开放,被压抑了一段时间的出行消费需求开始触底反弹,但由于目前机票预订相对分散,且尚处于春节后的传统淡季,机票价格仍然持续探底。

“受疫情影响,今年复工期的国内机票价格普遍走低,部分城市均价同比降幅甚至达50%。”飞猪网方面介绍,根据出行订单统计数据显示,现阶段,上海、杭州、广州、北京、深圳是复工人群出行相对集中的目的地,但在这些城市,近期热门航线平均票价却出现了约20%的同比降幅,其中成都-北京、昆明-北京、北京-广州、深圳-成都、深圳-上海等甚至比去年低50%左右,部分航线还出现了单程百元以下的“白菜价”机票。

与此同时,携程、去哪儿网相关负责人也不约而同地向北京商报记者表示,当前国内机票价格持续探底,多个航线出现了罕见的超低折扣。携程平台数据显示,就河南、四川、安徽等劳动输出大省前往北上广深的情况看,部分机票线路出现了比较明显的打折情况。比如,近日从郑州前往上海的消费者还能买到2-3折的机票;从绵阳出发前往北京,也仍有低至4折的机票在售。去哪儿网方面还统计发现,2月26日上海飞往重庆的航班最低49元起,不到全价的0.3折,而且,吉祥航空、南方航空、国航等航空公司均有大量不足百元单程机票。而2月27日北京飞往成都的机票还出现了1.2折的价格,不含机建燃油附加费仅195元。此外,3月初,在去哪儿网上,由北京、上海等城市出港的航班也出现了1折左右的“白菜价”,比如,3月4日北京飞往西安的机票最低为1.6折,不含机建燃油附加费价格312元。

实际上,近一个月以来,受疫情“牵连”,国内出行市场确实曾一度跌至冰点。飞猪网相关负责人告诉北京商报记者,疫情出

现后,国内机票、火车票等出行产品预订量一路走低,并在2月中旬进入谷底。去哪儿网方面也表示,面对“飞一班亏一班”的现实情况,不少航空公司取消大量航班。根据去哪儿网搜索数据统计,2月21日-29日,还在开放销售的国内航线不到计划航线总量的25%。

然而,随着近期越来越多城市进入复工状态,相关产品的供需关系也发生了一些积极的变化。上述飞猪网相关负责人表示,从上周开始平台上的出行预订数据出现了反弹迹象。据该企业统计数据,上周机票、火车票预订增幅分别超过了70%、40%。“相较来看,节后从河南、四川、湖南、山东等劳动力输出大省,前往江苏、上海、浙江、福建等东南沿海城市人次上升较为明显。”携程相关负责人举例称,在2月10日这一多地集中复工日的前三天,上述劳动力输出地出行量环比上升21%,返程客流增长非常明显。

不过,有旅游企业负责人分析称,由于目前各地返工客流相对分散,即使出现出行回温也仅是小幅反弹,热度较往年的返程高峰相比还有不小的差距,因此,此前备受“冷落”的航空公司,愿意推出一些超低折扣价格吸引复工复产乘客购票。民航专家林智杰称,从成本回收的角度来说,售价100元上下甚至几十元的机票基本都是亏损的,但由于目前我国仍处疫情防控特殊时期,整体出行人数较少,为抓取有限的出行客流,提高自己的现金流,利用低价票引导旅客选择民航也是一个不得已而为之的举措。还有专家表示,从目前的情况来看,低价机票还是能适当为航企缓解经营压力,为后续市场复苏做铺垫。

根据携程方面介绍,在该平台上,下一个复工日3月2日的前三天,即2月28日-3月1日旅客的出行总量,相比2月25日-27日已有明显增长。换言之,2月底国内还将迎来一个出行小高峰。上述携程相关负责人表示,从目前未来一段时期在售航班数量的观察,随着新冠肺炎疫情逐渐好转,国内民航乃至整个出行市场可能会出现“U”形变化走势。