

175天后 电影院重启

上座率不超30%

春天可能会迟到,但绝不会缺席。7月16日,入伏第一天,已在“寒冬”中等待了数月的电影人,迎来了真正的“春天”。

当天中午,国家电影局正式发布《通知》,明确低风险地区在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下,可于7月20日有序恢复开放营业。但对于中高风险地区,因防控的需求,暂不开放营业,假若低风险地区调整为中高风险地区,电影院也要及时按要求暂停营业。

《通知》甫一发布,多家院线及影投公司立即发布复工的消息。其中,万达集团官方微信发文称,万达影城正在做好防疫安全各项措施,等待与观众在影城重逢。同时,卢米埃影城也通过官方微信表示,影城正在积极筹备复工工作,将严格执行国家规定,有序恢复营业。而北京UME影城也发布了即将开业的短视频。

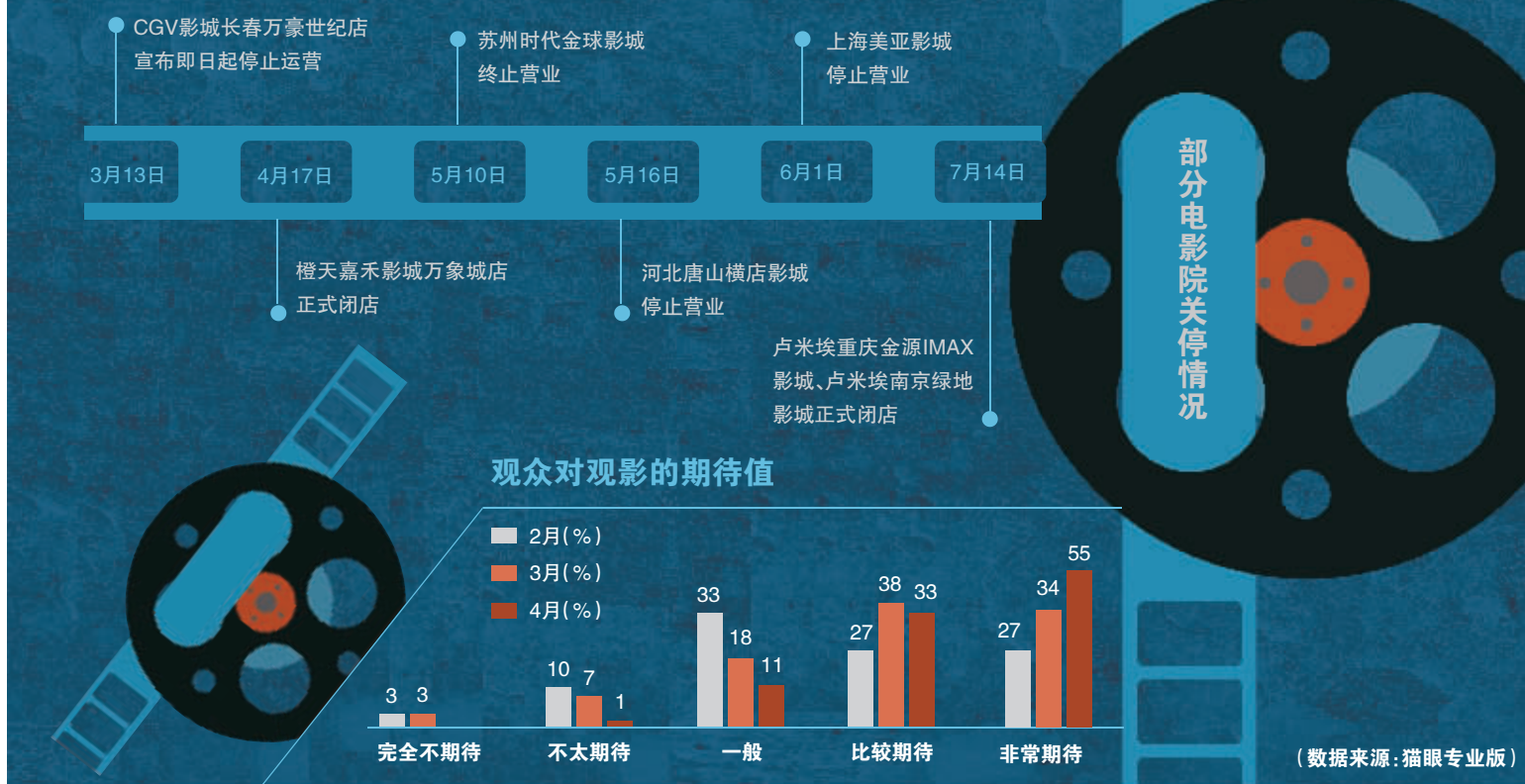
北京商报记者注意到,受到电影院逐步开放这一利好消息的影响,相关影视股的股价在7月16日午后集体拉升,IMAX涨7%,猫眼娱乐涨6%,阿里影业涨3.4%,浙江广厦涨7.9%,万达电影涨5.89%,北京文化涨5.48%;此外,唐德影视、欢瑞世纪、中国电影、文投控股、横店影视均出现了2%以上的涨幅。

不过到当天收盘时,部分影视上市公司的股价出现了涨跌不一的情况,截至7月16日15时,万达电影、北京文化等公司的股价均保持上涨,分别上涨1.11%、2.44%。

中国文联电影艺术中心主任饶曙光认为,此次文件的发布无疑是一个提振电影市场的好消息,虽然有限流和管理的要求,但从社会层面而言,为进一步防控疫情,较为慎重地恢复运营是正确的。

对于疫情防控问题,国家电影局也同步发布了《中国电影发行放映协会电影放映场所恢复开放疫情防控指南》(以下简称《防控指南》),在售票方式上,明确全部采取网络实名预约、无接触方式售票;实行交叉隔座售

终于等到你!7月16日,国家电影局正式发布《关于在疫情防控常态化条件下有序推进电影院恢复开放的通知》(以下简称《通知》),明确指出,低风险地区在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下,可于7月20日有序恢复开放营业。在经过了175天的漫长等待之后,电影院的大银幕终将再次鲜活起来。



票,保证陌生观众间距1米以上;每场上座率不得超过30%。

与此同时《防控指南》还指出,电影放映场所减少放映场次,日排片减至正常时期的一半,控制观影时间,每场不超过两个小时。

首部影片已定档

电影院打开大门的哨声已经吹响,消毒卫生也正在按规操作,目前最受期待的便是哪些影片将会率先与观众见面。

在饶曙光看来:影院复工后的初期会是一个过渡的状态,据我所知会是一些文艺片,

而这类影片比较小众化,没有头部影片那么吸引观众。但头部影片也还在观望市场情况,市场慢慢增长、稳定之后这些影片陆续上映才会慢慢恢复到原来的经营状态,或者建立一个新常态”。

北京商报记者注意到,首部定档影片已经浮出水面,即青年导演王丽娜的长片导演处女作《第一次的离别》,正式定于7月20日公映,该片曾获第69届柏林国际电影节新生代儿童单元“最佳影片”、第31届东京国际电影节亚洲未来单元“最佳影片”等多项国际大奖。

随后,奇幻爱情电影《我在时间尽头等

你》也宣布了重新定档的时间,计划于七夕(8月25日)上映。此外,今年3月,业内也曾传出一份复映影片片单,包括《中国合伙人》《狼图腾》《战狼2》《流浪地球》和《何以家》等作品。

值得注意的是,对于此前被撤档的影片,观众仍然抱有较大的期待。据猫眼专业版显示,此前撤档影片想看数保持明显增长,其中《唐人街探案3》在上半年新增想看数126万,《姜子牙》也有超50万的新增,均是观众翘首以盼的热门影片。

在凤山渐文化传播(北京)有限公司董事长王兵看来,电影院开放后肯定会有一波报复性消费,但市场的不确定性也很大,且影

院开放时还需要限流并遵守一系列防疫规定,并不是一个正常运营的状态,这对头部大制作的影片来说是有很大风险的,但也需要有春节档这类重量级的影片上映才可以带动消费。

影厅内原则上禁止饮食

虽然电影院数月无法营业,但观众对于电影的期待并未削弱。而此次电影院恢复营业,不只是令经营者分外激动,影迷们同时也异常兴奋。据猫眼专业版显示,从2月至5月,公众对重回影院观影的期待正随着疫情形势的好转而显著回升,并从2月54%的期待指数增长至3月的74%,而到了5月,期待重回影院的占比则达到了88%。

在各方兴奋之余,如何保证卫生与消毒,让影迷安心在电影院观影,也是各方当下重点关注的领域。美嘉欢乐影城三里屯店店长宋先生向北京商报记者透露,虽然目前影院方面还没有接到公司下发的具体复工时间的通知,但影院已经为后续的开业提前做好准备,且每天均会做好杀毒等安全防护工作。

与此同时《防控指南》也对电影院加强清洁消毒作出明确的要求。其中,大堂、影厅、卫生间、走廊、疏散通道等公共区域,每日不少于2次喷雾消毒。而售取票机、商品售货区、自动贩卖机、公共区域座椅、入口闸机、卫生间等重点区域,每日不少于5次擦拭消毒。此外,影厅座椅扶手、3D眼镜等观众直接接触物品,每场消毒一次。同时,还要做好垃圾分类处理,防疫用品类垃圾应定点投放,日产日清。

另外,对于影院内的饮食问题《防控指南》也指出,原则上禁止售卖饮料零食,影厅内原则上禁止饮食。

某影投公司经理周翔表示,开年至今,全国各地的影院所做的一件事,便是为复工进行准备;停业阶段除了提升员工专业服务能力外,还针对疫情对员工进行清洁消毒的培训,为的就是在影院恢复营业后,员工能第一时间去完成相应工作,保证各环节高效实施”。

北京商报沸调查小组

八大上市景区半年“成绩单”:普亏之下各寻自救路

“上半年,景区的日子着实不好过。”有熟悉景区运营的业内人士告诉北京商报记者,从上市公司的业绩来看,景区的压力已经透过数据显现出来。据北京商报记者不完全统计,目前已有至少8家景区类的上市企业发布了今年上半年业绩快报,其中,6家都出现了亏损,4家同比由盈转亏。在此背景下,不少公司纷纷急寻自救路,从室外演出项目到超优惠票价,各类促销活动层出不穷。

只有2家可能盈利

北京商报记者整理发现,截至7月16日,全国已有8家上市景区公司发布了半年业绩预告,均现净利润同比大幅下降,其中除宋城演艺发展股份有限公司(以下简称“宋城演艺”)和云南旅游股份有限公司(以下简称“云南旅游”)外,其余6家均提前给出了今年前6个月可能亏损数千万至上亿元预期。

具体来说,峨眉山旅游股份有限公司(以下简称“峨眉山A”)、武汉三特索道集团股份有限公司(以下简称“三特索道”)以及桂林旅游集团股份有限公司(以下简称“桂林旅游”)3家净利润亏损额预计都会超过亿元规模。其中,峨眉山A预计将亏损1.2亿-1.4亿元,三特索道和桂林旅游则预计分别亏损1亿-1.2亿元,约1.12亿元。

与此同时,张家界旅游集团股份有限公司(以下简称“张家界”)、丽江玉龙旅游股份有限公司(以下简称“丽江旅游”)、西安旅游股份有限公司(以下简称“西安旅游”)的业绩快报显示,这3家企业上半年预计净利润亏损都在千万级别。其中,张家界预计亏

损5800万-6500万元,丽江旅游预计亏损5000万-8000万元,而西安旅游预计亏损1600万-2200万元。

不过,在上市景区企业中,仍有2家表示,可能会在上半年实现盈利。根据宋城演艺公告,预计上半年净利润为0-7851.11万元,同比下降90%-100%;云南旅游也于日前将上半年业绩预期从亏损4600万-6300万元修正至盈利90万-130万元。然而,即使是净利润为“正”的宋城演艺和云南旅游,盈利也较去年同期均下降了100%左右。

北京商报记者梳理发现,基本上所有上市景区类企业在提及上半年亏损、净利润大幅下降的原因时,都将其归结于受疫情影响,相关景区项目长时间暂停开放,收入“缩水”明显等方面。在此情况下,景区经营者们的现金流已经到了十分紧绷的状态了,加上此前国有重点景区降票价带来的收入调整,寻找新的出路、创造新的利润点已迫在眉睫。”景鉴智库创始人周鸣岐表示。

各自出招

普亏之下,景区们在重启的同时也开始

寻找新的出路。

北京商报记者梳理发现,在业绩压力下,不少传统景区试图通过各种促销活动、价格优惠吸引游客。具体来看,桂林旅游曾于“五一”假期期间联合推出“一日游套票”,活动价只需188元/人,覆盖象山等11处景区,游客可在24小时内11个景区之间任意游览,每个景区限游一次。而且,消费者买套票还会获赠价值188元的礼包。

无独有偶,6月中旬全面开放的长白山北、西景区也于重启当日就推出了“游客免门票入园”活动。根据活动规则,从6月11日起至6月27日,游客进入景区免门票。有消费者告诉北京商报记者,如此“史无前例”的票价优惠,不仅吸引了不少当日往返的本地游客,而且周边一些小镇的居民也来到景区旅游。

“从我家开车到长白山景区大概要2个小时。看到免票活动后,一家四口人就立即决定自驾来景区游玩。”游客刘女士(化名)向北京商报记者介绍,此前景区虽然也推出过一些优惠活动,但很少出现半日“免票”这么大的力度,人均节省了200元左右。

而景区周边酒店工作人员杨女士(化名)也向北京商报记者透露,免票活动期间,酒店入住率出现了明显回升,单日入住率最高甚至可比肩往年旅游旺季。此外,多家媒体报道,张家界也曾表示,在疫情结束后,计划采取强化市场促销等一系列措施,并紧抓环保车票价从核心景区门票分离,来充盈公司利润。

值得注意的是,还有业内人士表示,景区演艺项目存在客流密度高、室内占比大等特点,而这也令其成为此次疫情中最难重开的

文旅项目之一,产品的局限性逐渐浮出水面。

今年5月,宋城演艺董事长黄巧灵就坦言,疫情给了公司很大的震动,宋城演艺的大部分室内剧院均无法开放。因此,宋城演艺决定走出室内。公开信息显示,宋城演艺提出,今年内,除九寨沟等小型项目外,要在所有千古情景点建立1-2个室外千古情剧院,游客可以走出室内剧院,场所也可以演出其他的实景项目,一些难以在室内采用的技术和设备也可在室外项目中运用。

有限的乐观

根据文旅部发布的统计数据,截至6月22日,全国已有10064家A级景区恢复开放。虽然目前文旅部已明确景区接待游客量由不得超过最大承载量的30%调至50%,但在周鸣岐等专家看来,下一步,景区要面对的复苏道路仍然十分崎岖。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云看来,积压了半年的旅游需求,加上即将到来的暑期、“十一”假期,可以预见,国内将有一波旅行高峰到来,而这对于传统景区来说是一个期待已久的消息,毕竟本地人游本地的数量还相对有限。

周鸣岐也表示,跨境团队游的放开,以及上半年人们压抑了许久的旅游需求,确实会令户外自然类景区在下半年迎来一个客流小高峰。不过他也表示,反弹力度有多大,能持续多久还是未知数;经历了疫情这个特殊的时期后,各方可能都会来争抢旅游消费这个大蛋糕,市场的竞争势必愈发激烈,从长远角度来看,传统景区如果不趁这次的时机变革经营方式、升级服务模式,未来可能就会被淘

汰出局。”周鸣岐表示。

吴丽云认为,从此次的亏损数据来看,疫情也给传统景区提了个醒:传统景区不能仅依靠单一门票经济其实已经是老生常谈,但在疫情的影响下,这一问题更加凸显出来。各传统景区必须要进一步扩大自身业务范围。除了门票外,要尽可能探索周边经济及产品。比如,靠山的景区可以尝试“下山”,打造自身品牌产品,向文旅方向发展。此外,疫情还带火了直播等传播方式,不少景区也尝试通过新媒体渠道进行宣传。这一模式未来也可以保留,景区还可和周边酒店、OTA等合作,制定一些符合当下游客需求的旅行线路或产品,来吸引消费者。”

周鸣岐直言,其实对比部分上市景区企业疫情前的业绩就可以看出,即使没有疫情,这些企业的净利润或收入也是在逐步下滑的,门票收入持续压缩、看不到新的盈利点,经营者身上的压力与日俱增;而在遭遇了疫情“黑天鹅”后,景区在转型过程中,还需要考虑到当前的资金情况和开发能力,那些动辄数十亿元的大型、综合性文旅项目可能就已经不再适合进行投资了。”

周鸣岐表示,下半年,考虑到安全因素,人们会更多地将旅游需求放在户外旅游项目上,而当前我国的传统景区中有相当一部分旅游资源还未得到充分开发,经营者正可以利用这一机会发展一些轻量级、自盈利能力强的文旅产品;此外,周鸣岐还表示,由于目前出境游仍未放开,部分出境旅游需求也急需在境内消化,景区可以有针对性面向这部分游客发展一些精细化的服务,不一定非得要追求大批量的客流。

北京商报记者 蒋梦雅 杨卉