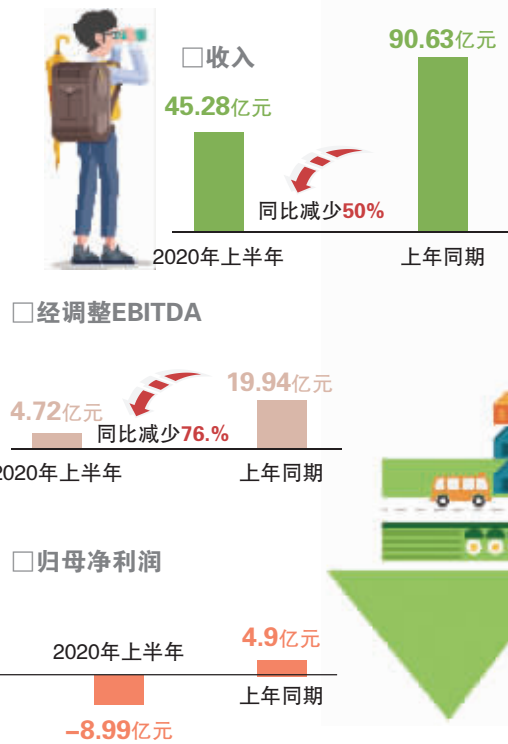


上半年无奈转亏 复星旅文寄望疫后复苏

作为知名度假村Club Med(地中海俱乐部)和三亚亚特兰蒂斯的母公司,复星旅文也不可避免地受到了疫情的冲击。8月26日,复星旅文2020年中期业绩发布,报告期内公司收入45.28亿元,同比减少50%;旅游营运的营业额降至43.11亿元,同比下降44.1%;归母净利润也由盈转亏,亏损约8.99亿元。好在随着疫情好转、国内旅游业复苏,复星旅文及旗下度假产品业绩逐渐回升,部分地区甚至恢复了超九成。

·复星旅文上半年业绩数据·



部分旅游度假业务关停

疫情影响下,复星旅文的旅游度假业务成了受打击的“重灾区”。

复星旅文披露的数据显示,截至6月30日,复星旅文在超过40多个国家和地区营运65家度假村。但由于新冠疫情暴发,旗下Club Med所有度假村及业务运营于上半年一度临时关闭。该公司还指出,由于度假村的容纳能力下跌50.9%,截至6月30日,Club Med 6个月的营业额为39.08亿元,较去年同期减少44.3%。其中,欧非中东、美洲和亚太地区的营业额较去年同期分别减少45%、32.1%和56.4%。

从入住率来看,Club Med今年1-2月的平均入住率达71.6%、3-6月的平均入住率仅

39.5%。不过同样值得关注的是,6月Club Med入住率已经达到62%,和去年同期相比仅下降3.1个百分点。

除了度假村,在旅游目的地方面,截至6月30日,复星旅文旗下位于海南三亚的亚特兰蒂斯营业额达3.31亿元,同比减少49.5%。受疫情期间游客人次大幅下降所致,三亚亚特兰蒂斯的客房收入和其他经营收入分别下降46.5%和52.9%,今年上半年到访三亚亚特兰蒂斯的游客仅140万人次,同比下降44%。

复星旅文董事长、CEO钱建农在业绩发布会上表示,新冠疫情给旅游行业带来了巨大的冲击,复星旅文的业绩也受到了很大的影响。不过,他表示,一旦疫情结束业务恢复正常,复星旅文会快速恢复,并有良好的发展;“我们也为未来的业绩全部恢复,从业务、现金流等方面做好了充足的准备”。

缩减成本应对冲击

尽管业务关停给复星旅文带来巨大的业绩压力,但该集团也采取了一系列举措应对危机。进入二季度以来,为了保持现金和流动性,复星旅文也采取了一系列缩减成本的措施。其中Club Med实施严格的成本管控,包括削减人力资源成本、调整租金成本并取消营销活动及各项浮动成本及开支。据透露,Club Med人力资源成本和资本开支在二季度分别同比下降约六成和约七成。同时,三亚亚特兰蒂斯也执行了严格的控制人力资源成本等措施。据了解,今年上半年,亚特兰蒂斯人力资源成本及能源成本分别减少约43%及16%。

除了缩减成本,复星旅文还准备了充足的现金。北京商报记者了解到,为进一步提高

资金流动性,在今年3月中旬,复星旅文还发行了三亚亚特兰蒂斯资产支持计划(CMBS),计划融资68亿元,为期24年,票面利率为5%。在6月,Club Med更是获得了1.8亿欧元的法国国家担保贷款。截至2020年6月30日,该集团持有现金及现金等价物约为人民币62.6亿元,未使用的银行贷款约为人民币22.5亿元。

钱建农还表示,在经历过疫情后,公司为抗击疫情冲击加强了成本管控,在管理上更加精细化。“有些成本是以前没有想到的,现在因为疫情的关系,我们下了大力气节约成本,对未来业务的利润贡献还是会有有的。”

看好未来增长趋势

“疫情只是按下了暂停键,但未来的增长

趋势不会变。”钱建农在面对疫情带来的冲击时表示。实际上,进入暑期以来,随着疫情防控形势的好转以及出游需求的增加,复星旅文及旗下度假产品业绩也开始逐渐回升。

据复星旅文方面透露,今年7月,全球已开业度假村的人住率约达61%。截至8月15日,Club Med全球共26家度假村恢复运营,重新开放的度假村约占去年同期度假村容纳能力的37%。同时,在国内方面,度假业务更是迅速恢复,截至2020年8月15日,重开的中国度假村已实现88%的人住率,三亚亚特兰蒂斯的人住率更是达到95%。

“整体来看,复星旅文上半年的业绩还是在预期内的,由于占据其营收较大比例的Club Med大部分项目都在国外,因此在当前国外疫情防控形势不明朗的背景下,复星旅文营收、利润受到冲击也是比较正常的。”景鉴智库创始人周鸣岐认为,从现阶段的形势来看,下一步国内市场将成为复星旅文提振业绩的重要支撑,尤其是升温迅速的海南旅游消费需求。周鸣岐透露,目前复星旅文已经在国内布局了多个度假村、酒店项目,同时太仓、丽江两大项目陆续开售后,也将成为其回笼现金的重要来源;“虽然下半年复星旅文业绩同比下行的趋势很难从根本上扭转,但如果太仓、丽江项目销售顺利,国内已有度假村持续复苏,该集团全年成绩单可能会好于预期”。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌表示,今年受疫情影响,全球旅游业都遭受了巨大冲击,而保持足够的现金流也变得尤为重要。当前由于国内疫情控制得较好,旅游业也得以迅速恢复,尤其是像海南等地,还受益于免税新政的利好,旅游度假业务已基本恢复,接下来,旅游业有望持续复苏。

在钱建农看来,疫情后旅游休闲行业会出现新的发展常态,行业会同时面临机遇与危机,复星旅文看好疫情后全球休闲度假行业的增长前景及市场重组机会。

北京商报记者 关子辰 蒋梦惟

抢先看 北京电影节

技术赋能 电影造梦

8月26日,第十届北京国际电影节正式举办“5G时代,电影的发展与变革”主题论坛,共同探讨全新的技术环境与未来发展趋势对电影市场的影响。电影的发展与技术的革新息息相关,通过不断提升技术水平,不仅能给制作者提供更为开阔的创作空间,也能让观众感受到更为真实、丰富的影像。

技术持续更迭

正在热映的《八佰》是第一部全程采用数字IMAX摄影机拍摄的国产电影,即将登上大银幕的电影《唐人街探案3》也采用了这一拍摄技术。

从黑白到彩色,从2D到3D,甚至IMAX的出现,电影技术的提升,也带给了电影更大的想象空间。2010年,电影《阿凡达》在国内上映时,不仅一票难求,还引发了3D电影的观影潮。在从业者看来,传输技术、数字技术的升级总会带来高清革命,也将带动电影的内容、制作进一步升级,并向超高清方向发展。

如今,3D观影已经不新奇,伴随5G时代的来临,VR、AR、MR等虚拟技术在电影内容制作、放映方面会被更多应用,5G的高速、大带宽等特点会使得云端影院越来越可行,终端设备进一步成熟。

对于新技术的革新,电影从业者也做好了准备。本月初,奥斯卡院线与联通公司签署了5G影院战略合作协议,双方计划通过5G技术将电影发行放映和宣发的传统模式进行智能化升级,如打造未来影院的无人化,将影院植入直播、电竞、游戏等更多运用场景等。

与此同时,北京海辰亿华科技有限公司则正在研发新一代影院LED放映设备,该设备可实现替代传统以硬盘拷贝的电影发行模式,并进行4K、8K、高帧率、HDR等高技术规格的电影放映。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,“随着电影技术的不断发展,技术与内

容逐渐融合,推动电影生产的创新革命,拓宽传播和接受的途径,比如在线的云端影院等。此外,新技术不断发展,融合,会进一步拓宽受众和市场,吸引更多年轻消费者,使商业模式得到拓展”。

倒逼内容升级

技术的升级在为观众带来更好观影体验的同时,也倒逼内容创作者进一步提高制片质量。

“拍电影《少年派的奇幻漂流》时,我发现在3D和2D的影像中,演员表演看起来不一样,”导演李安谈道,在3D影像中,演员的表演一方面不能那么夸张,另一方面也不能很平面地表演,因为平面和立体所带来的效果不太一样,观众通过画面能够更为真切地看到演员内心有没有东西,所以演员的表演方式必须要更精致、更含蓄,内心也要层次更丰富,要能够一层一层地表达出来。此外,演员在无意识状态里透露的捉摸不定的内容,也会被摄影师捕捉下来,所以对演员的要求非常高。”

不只是演员表演、拍摄画面,后期特效以及音效等更多方面,也在随着技术升级有了更高的标准。以科幻电影为例,这一类型并不新鲜,但只有在技术达到一定的程度之后,才能生产出画面、特效更优质的科幻大片。2019年,电影《流浪地球》上映之后叫好又叫座,被认为是国产科幻电影的代表作。

在音效方面,电影人也在技术层面不断探索。以杜比实验室为例,该公司提供的杜比全景声以及杜比视界受到不少从业者的青睐。而在今年的奥斯卡奖中,所有获得最佳音响效果和最佳音效剪辑提名的影片均采用了杜比全景声,同时9部获得最佳影片提名的电影中有8部采用了杜比视界或杜比全景声。

电影技术对电影艺术的形成和完善具有先决性意义,在导演黄志勇看来,“电影艺术的出现无论在时间上还是逻辑顺序上都晚于技术,它被技术所规定或决定。某一项技术的发展,对

于艺术的推动作用巨大,对于电影形式的转变起着重要影响。电影从胶片到数字的转变,便是技术革命下的体现,3D电影的推行,更是将传统意义的二维平面电影形式向三维立体式的转变,提升电影画面的逼真性。随着数字技术的发展,电影画面清晰度得到很大提升,对于电影更好地表达叙事有着重要意义”。

抓住人才资源

无论是技术的更迭,还是内容的提升,离不开人才资源。如今,不仅是专业院校在持续培养各个方面的人才,电影节、电影公司也在通过自身的力量实现人才扶持与培育,并给予扶持资金、宣传流量等行业资源。

以北京国际电影节为例,自第二届开始创立的项目创投后,便通过打造集“培训-评选-扶植-洽商-孵化-追踪-展示”于一体的平台,将优秀电影项目与电影产业链要素进行对接,孵化具有市场潜力的电影作品。此外,阿里影业、优酷、北京电影学院、中国传媒大学、巨人网络等也已共同启动A计划,并面向全球范围年龄45岁以下的电影从业者(包括但不限于导演、编剧、制片、演员等),为全行业发掘、培养顶尖人才。

与此同时,国内也在与海外市场进行多方面的交流与沟通,以获得更为先进的经验。公开资料显示,中国科学院大学培训中心此前已与好莱坞电影学院进行合作,双方联合办学并开设电影创作、影视表演、电影摄像等专业课程。

黄志勇认为,目前国内并不缺乏基础设施和市场资源,同时每年也会培养出更多专业人才,但在资源与人才之间,往往缺乏对接的桥梁和通道,如果能够通过电影节以及各类扶持计划的推出,打破中间的壁垒,便能实现真正的人才培养,保证后续既有更多优质内容的供给,也能有技术的持续完善。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨菲

借主题化打包揽客 北京火车游产品掘金京郊市场

北京商报讯(记者 蒋梦惟 杨卉)

8月25日,记者从市文旅局和中国铁路旅行社集团有限公司(以下简称“中国铁旅集团”)等单位组织召开在市郊铁路旅游工作宣传通气会上获悉,中国铁旅集团以市郊列车为载体,将于金秋再次启动“坐着火车游北京”产品。中国铁旅集团在市郊列车的基础上推出了多条主题旅游线路,以及跟团游产品,欲借京郊铁路进一步打开京郊游市场。在业内看来,近期京郊游、周边休闲游热度不减,北京市民乘坐公共交通工具出游意愿有所回升,且高峰时期选择铁路出行能够减少堵车等现象,叠加线路合理、价格适中的打包产品,或许能成为北京市内、周边旅游的新“爆款”。

资料显示,“坐着火车游北京”活动在市郊列车产品的基础上进行了主题化设计,目的地涵盖:云蒙山国家森林公园、通州大运河森林公园、世园公园等京郊热门景区。其中,市郊铁路S5线由清河站至古北口站,连接了雁栖湖、红螺寺、青龙峡、云蒙山、黑龙潭、司马台长城、古北水镇等多个景区;游客经北京西站、北京站乘坐S1线可抵达大运河森林公园,市郊铁路S2则途经北京世园公园等景区。

中国铁旅集团产品经理贾贝思介绍,“坐着火车游北京”铁路系列产品累计组织游客近千人,集团于4月25日首发“漫越花海·畅游京郊——云蒙山”主题活动,还于5月20日组织了200名市民参与“情定520·云蒙山”相亲主题活动,成为复工复产以来参

团量较大的旅游团队。

值得一提的是,据中国铁旅集团产品经理范林艳介绍,以市郊铁路多条线路为主,中国铁旅集团还推出了一些打包的旅行线路及旅游产品。“以S1线为例,我们推出了‘乘火车游通州 品美味’的产品,报价在200元左右,行程包含大运河森林公园、运河奥体公园等景区,可升级餐食,疫情期间采取分餐制模式。”

她进一步介绍,以市郊铁路为出行模式,可避免出行高峰期的堵车,距离来看,乘京郊铁路从西站出发,一个半小时左右即可抵达延庆,未来推出高铁产品后还将进一步缩减时长、节约游客出行时间。同时,为丰富市民出行体验,列车上还会配备一些文化活动。

另据了解,中国铁旅集团还与铁路部门合作,调配了火车站到景区的接驳巴士,各车站均开辟专用候车区和进出站通道,由专人组织游客分批进站乘车,列车采用“隔座售票”方式,统一配发健康早餐和防疫口罩。

在业内看来,受疫情影响,出境游消费者大量向国内转移,带火京郊游及周边游,京郊度假酒店价格也随之水涨船高。消费者对出行体验感的要求也不断提升,与自驾游相比,火车出行在用时等方面有一定优势,但随着消费需求的不断变化,京郊游平均出行时长也在延长,供给方未来还需进一步加大跨界联动的力度,推出多样化的“全包”产品,覆盖餐饮、住宿等更多环节,扩大受众群体。