

日均合计亏损过亿 三大航能否飞出阴霾

三大航交出了去年“成绩单”。3月30日晚，国航、东航、南航发布的2020年财报显示，去年国航亏损144.09亿元；东航亏损118.35亿元；南航亏损额最小，但也达到108.42亿元，综合来看，三大航亏损均超百亿。不过，民航专家也指出，2020年下半年我国民航需求有所恢复，不少航空公司业务已经逐渐好转。随着今年疫情防控形势持续向好，国内航空需求的不断提升，航企们或将摆脱巨亏阴霾。



三大航均陷“巨亏”泥沼

花式自救中艰难求生

习惯了盈利的国有三大航企很难想到，疫情之下，日均亏损千万竟成了日常。

3月30日晚间，中国国际航空股份有限公司（以下简称“国航”）、中国东方航空股份有限公司（以下简称“东航”）、中国南方航空股份有限公司（以下简称“南航”）纷纷公布了2020年“成绩单”。整理三大航的业绩报表不难发现，亏损已经成为“主旋律”。

国航是去年三大航中亏损金额最高的一家，达144.09亿元；实现营业收入695.04亿元，同比减少48.96%。其中，主营业务收入为673.03亿元，同比减少49.39%。南航亏损为108.42亿元，上年同期净利润为26.5亿元。东航去年实现营业收入586.39亿元，亏损118.35亿元。

不过，东航营业成本有所下降，为708.03亿元，同比下降33.95%。

客流是三大航下降较大的部分。根据年报，2020年国航实现客运收入557.27亿元，同比减少687.98亿元；南航去年客运收入为705.34亿元，比上年同期下降49.07%；东航去年客运收入为491.27亿元，同比下降55.46%。

在大额亏损下，货运业务成为“救命稻草”。具体来看，南航2020年货运收入164.93亿元，比上年同期上升71.53%；东航去年货运收入为48.95亿元，同比增长27.94%；国航货运收入为85.53亿元，同比增加28.21亿元。

值得一提的是，从整体情况来看，2020年下半年三大航的亏损情况均有所收窄。在民航高级经济师王疆民看来，虽然目前运营情况有所好转，但对于头部航企来说，百亿元的亏损仍有些“吃不消”；按照三大航往年的收益水平，百亿元亏损已是几年利润的总和，王疆民称：“航企要完全消化疫情影响并逐渐恢复元气，仍需要一段时间。”

从财报数据不难看出，去年航企的日子过得着实艰难。为求生存，头部企业开始探索各种可能性。

按需调整运力投入是各航企采取的主要应对手段之一。随着国内疫情防控形势逐渐向好，跨省游加速恢复，增设航线又成为今年夏秋新航季的亮点。根据各航企披露的新航季计划，国航将对清明、“五一”前后的国内航线进行增投；南航则新开29条国内航线，并新增杭州至海口等多条途经热点旅游目的地的线路；东航也新开了昆明-井冈山-上海浦东等33条航线。

除了航线调整这一常规动作外，各种“随心飞”的问世也成为了我国民航业最主要的“自救”方法之一。去年6月中旬，东航上线了全网首款“随心飞”产品，随后，国航、南航、春秋航空、吉祥航空等航企也快速跟上。一时间，五花八门的“随心飞”产品，如“青春权益卡”“快乐飞”“青春飞”不断出现在民航市场上。上周，国航还将“随心飞”产品扩至老年群体，正式开售“老年权益卡”。

不过，市场对于“随心飞”并非完全买单，上线近一年后，消费者的吐槽仍不绝于耳。日前，南航的“快乐飞2.0”就被曝出承诺的座位供应量砍半等情况，引发不少网友的质疑。对此，王疆民提出：“随心飞”是一次精准营销，在扩大市场的同时也弥补了航企运营所需的现金流，但各企业也要注意，任何一种新产品上市前，都需要做好充分准备，不能盲目跟风、避免出现同质化问题。

此外，航企过剩的餐饮资源也成为了部分企业业务扩围的新方向。北京商报记者了解到，南航等航企去年就尝试将航空餐搬到老年餐桌，通过与养老驿站合作，面向老年人出售符合老年人饮食习惯的套餐

国航		东航		南航	
营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
695.04亿元	-144.09亿元	586.39亿元	-118.35亿元	925.61亿元	-108.42亿元
客运收入	货运收入	客运收入	货运收入	客运收入	货运收入
557.27亿元	85.53亿元	491.27亿元	48.95亿元	705.34亿元	164.93亿元
同比减少	同比增加	同比下降	同比增长	同比下降	同比增长
687.98亿元	28.2亿元	55.46%	27.94%	49.07%	71.53%

盒饭。不少航空公司还借助电商、外卖平台等渠道推出了外卖服务，川航火锅、东航“那碗面”、厦航榨菜肉丝饭等都被端上了消费者的餐桌。

值得一提的是，在众多自救措施中成效比较突出的，无疑是各企业集中加码的“客改货”板块。去年以来，有的企业将货物固定在客舱上运输、有的拆除座椅改成临时货机，还有航企直接将客机变成了货机。疫情以来，货运业务已成为三大航业务的明显增长点，2020年货运收入较上年同期均有所上升，南航上升比例更是达到71.53%。

在资深民航专家王疆民看来，过去一年，航企应对疫情的手段更多集中在“开源”上，整体来看，现阶段国内民航业的恢复还是符合预期的。不过由于疫情对整个行业冲击仍未完全消除，想进一步减少亏损甚至实现盈利，航企还需依靠主业的恢复及重启。

民航业春天将至？

如今，暖春已至。被亏损缠住双翼的航企，终于盼来了期待已久的“拐点”。有业内专

家指出，新航季中，民航业将迎来多个假期和旅游旺季，出行需求也在有序复苏，国内市场预计在下半年加速恢复。

同时，也有专家提出，目前一些飞国际航线的大型飞机还处于停飞或是利用率较低的状态，尚无较好的解决方法。接下来航企还需“勒紧腰带过日子”，尽量减少成本来节约现金流，并利用好下半年的节假日、旺季等，加速步入复苏通道。但即便如此，航企想要在短期内实现盈利还是有一定困难，仍需将现有资源进一步做整合利用。

具体到三大航方面，王疆民指出，国航机队主要为宽体机队，是我国国际航班占比最高的公司。因此未来国航的业绩扭转更多还是依赖于长途及国际航线。王疆民认为，国航等国际航线占比更多的航企，可尝试在加大国内航线投入的同时做一些调整，如以中小型飞机替换宽体机，替换下来的飞机则可用于新产品的投入和市场拓展研发，尽量将所有资源充分利用起来，以吸引消费者。

对于南航和东航，将首都机场航班大批量转至大兴机场也带了新的机遇。王疆民告

诉北京商报记者，目前来看大兴机场的运营情况和基础设施建设都较为理想，掌握新资源后如何发挥自身优势，是两家航企今年要主攻的课题。

王疆民也指出：完成转场后，南航在北京的全部业务都将转移至大兴机场。如何解决距离、地面交通接驳等问题，让旅客更好地适应新机场带来的消费习惯差异，对南航来说很关键。“王疆民称：东航方面，选择将京沪快线放至首都机场，在供给上给了消费者更多的选择。但也要注意，东航需在首都机场及大兴机场准备两套地服人员。从运营成本看，东航的成本还是要高于南航。”

而提及近期动作频频的中小航企，专家则表示，由于具有一定的成本优势，一些中小航企在疫情期间恢复速度较快，有的甚至实现了盈利。对它们来说，下半年也将是一个重要的发展机会，随着越来越多的中小航企获得进入一线城市的“通行证”，民航业的市场竞争也随之加剧。不过，疫情后这类差异化的产品能否保留，对市场究竟会带来多大变化，还有待观望。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

业务受阻再度转亏 猫眼娱乐的破局之战

过去一年文娱业所受到的冲击令各方有目共睹，这无疑也影响着上市公司的业绩表现，其中，2019年才刚刚扭亏为盈的猫眼娱乐也在2020年再次进入了亏损状态。3月30日晚间，猫眼娱乐正式发布截至2020年12月31日止年度的全年业绩，全年亏损超6亿元。近年来，猫眼娱乐也正在向着全文娱业加大布局，不仅从下游票务端走向上游产业链，还从电影、演出延伸至音乐更多领域，这能否成为猫眼娱乐后期盈利并维持业绩稳定的法宝？

再次陷入亏损

据猫眼娱乐的财报显示，报告期内，猫眼娱乐实现营业收入13.7亿元，同比减少68%，而亏损规模则为6.46亿元，较上年同期由盈转亏。

对于2020年的业绩表现，猫眼娱乐方面表示，收入同比减少主要是由于2020年受到新冠疫情的影响，在线娱乐票务服务、娱乐内容服务以及广告服务及其他所得收益减少。

公告显示，猫眼娱乐的在线娱乐票务业务所得收益由2019年的23.03亿元减少67.2%至2020年的7.57亿元，主要是因为受新冠疫情影响，国内影院从2020年1月23日起关闭183天，大部分线下大型演出及赛事也因新冠疫情取消，导致在线娱乐票务服务

收入大幅减少。

而在娱乐内容服务方面，所得收益则由2019年的13.97亿元减少74.7%至2020年的3.53亿元，这主要是因为新冠疫情的冲击，猫眼娱乐部分参与出品、宣传发行的项目延期，未能如期于2020年上映导致。此外，猫眼娱乐的广告服务及其他所得收益由2019年的5.68亿元减少54.9%至2020年的2.56亿元，主要是由于疫情原因导致广告商对广告投放需求减少。

值得注意的是，猫眼娱乐此前才刚刚在2019年摆脱连年亏损的阴霾。据猫眼娱乐2015-2018年的业绩数据显示，单年亏损规模分别为12.97亿元、5.08亿元、7546.9万元和1.37亿元。而在2019年，该公司则实现4.63亿元的净利润，扭亏为盈。但没想到一年之后，到了2020年，猫眼娱乐又重新回到

了亏损状态。

筹谋涉足全文娱业

尽管猫眼娱乐于2020年再次出现亏损，但这却并未妨碍该公司迈向全文娱业脚步，并持续进行着各项布局，首先不可不提的便是猫眼娱乐持续在影视、演出等领域内容上游的加码。

公告显示，在院线电影方面，2020年总票房超过10亿元以上的影片共有4部，猫眼娱乐参与出品/发行了其中的3部，分别为《我和我的家乡》《姜子牙》和《金刚川》，同时还出品及主控发行了《一秒种》《风平浪静》等其他影片。此外，2020年，猫眼娱乐和腾讯共同合作了平台定制剧《乌鸦小姐与蜥蜴先生》和《通天塔》。而在网络电影的投入上，猫眼娱乐则在东北喜剧、新武侠、军事题材等领域逐渐形成网络电影产品矩阵，将在今年及以后陆续上线。

影视传媒行业分析师曾荣认为，如果只在票务端布局，猫眼娱乐的发展将会受到较大的局限性，也容易受到外部环境的干扰而令业绩存在不稳定性，因此沿着产业链条延伸是必然的发展趋势，尤其是在掌握大量作品的市场反馈以及用户喜好的数据后，可在一定程度上辅助猫眼娱乐在内容上游的布局。

值得注意的是，猫眼娱乐还在2020年切入到音乐领域。

公开资料显示，2020年上半年，猫眼娱乐

首次布局影视音乐产业链，联动国内音乐制作人和音乐人共同开发影视剧原声带，并与腾讯音乐娱乐集团在影视音乐板块形成有机结合。

而在2020年下半年，于央视及视频平台同步播出的电视剧《什·海》，则是由猫眼娱乐独家发行该剧的OST。此外，猫眼娱乐还签约了获得《中国好声音》第九季年度总冠军的单依纯，担任后者的影视剧音乐独家合作平台。

乐评人王乐表示，近年来影视音乐的发展较为迅速，不少热播剧集或影片的推广曲、主题曲、片尾曲等均成为人们耳熟能详的热门音乐作品，且通过影视剧的热度发酵，该类音乐也往往能获得更高的播放量，衍生较高的商业价值，因此选择在影视音乐领域布局的从业者也逐渐增加，挖掘该领域的市场红利。

内外挑战仍存

涉足更多业务领域，能在一定程度上扩大收入来源，有望提升公司整体规模，但要让相关布局获得理想中的市场反馈，也将面临着挑战。比如从市场环境来看，当下各行各业虽然已经复工，但实现完全“回血”还需要一段时间的缓和，且包括影视在内的领域还处于调整期，存在着市场风险，市场竞争也不可小觑。

而对于猫眼娱乐，在曾荣看来，首先需要面对的挑战便是自身是否已获得足够的专业

能力，来完成不同领域业务的布局；每一个领域均有各自的专业性，即使是在影视行业，电影与电视剧在实操阶段也会有所差异，更不用说音乐等其他领域。假若专业能力与布局脚步出现不匹配的情况，容易让前期投入的时间、精力与人力、物力打了水漂，增加公司经营的不稳定性。

除此以外，能否实现旗下不同业务间的有效联动，也是关键因素。投资分析师许杉认为，之所以布局多板块业务，不只是该板块存在市场红利有待人局者进行挖掘，同时也是为了借助旗下业务板块的有效联动，获得更好的市场反馈，但在如何联动上也考验着相关公司的运营能力，此前也有部分公司出现过业务虽多却因未能实现有效联动，反而影响业绩表现的情况，提醒其他选择类似布局的公司强化相关能力。

针对猫眼娱乐后期如何提振业绩，并保证业务布局的专业能力，实现各板块有效联动，北京商报记者向对方发去采访函，但截至发稿未得到回复。

而猫眼娱乐在财报中提到，电影票务业务将随着市场的恢复而同步恢复，未来将持续推进票务系统建设，严格管控票务业务成本及费用支出，提升票务业务的盈利能力，内容上则将继续加强对优质影片的参与，特别关注对头部档期头部影片的深度参与，同时，持续加强互联网娱乐营销平台能力和对娱乐内容的数据分析能力，以及数据支持解决方案。

北京商报记者 郑蕊