

暑期档高位收官 影业看涨下半年

总票房204.95亿元创纪录

涵盖动作、剧情、爱情、喜剧、神话、科幻等多类型,满足不同年龄段观影需求,电影市场以135部新片在这个暑期档为观众与影迷奉上一份饕餮大餐。

灯塔专业版数据显示,截至8月30日18时,暑期档票房达204.95亿元,总场次3458.38万场,总观影人次突破5.02亿,持续刷新中国电影史暑期档票房最高纪录。

今年暑期档整体呈现“爆款频出”“百花齐放”的盛况。具体票房方面,电影《消失的她》《孤注一掷》《封神第一部》分别以35亿元、34亿元、24亿元的票房成绩暂列档期电影票房前三名。共4部影片票房超过20亿元,数量上为历史最多。

影院负责人曾告诉北京商报记者,以家庭为单位到影院观影的观众群体不断增加,工作日上座率持续提升。

据灯塔专业版数据,暑期档有52.7%的观众是今年第一次走进电影院,数值相较2019年的44.6%有明显增长。灯塔专业版数据分析师陈晋指出,暑期档爆款频出将低频观众重新拉进电影院,这种拉新能力对中国电影市场持续健康发展意义深远。

票房榜前五均为国产片

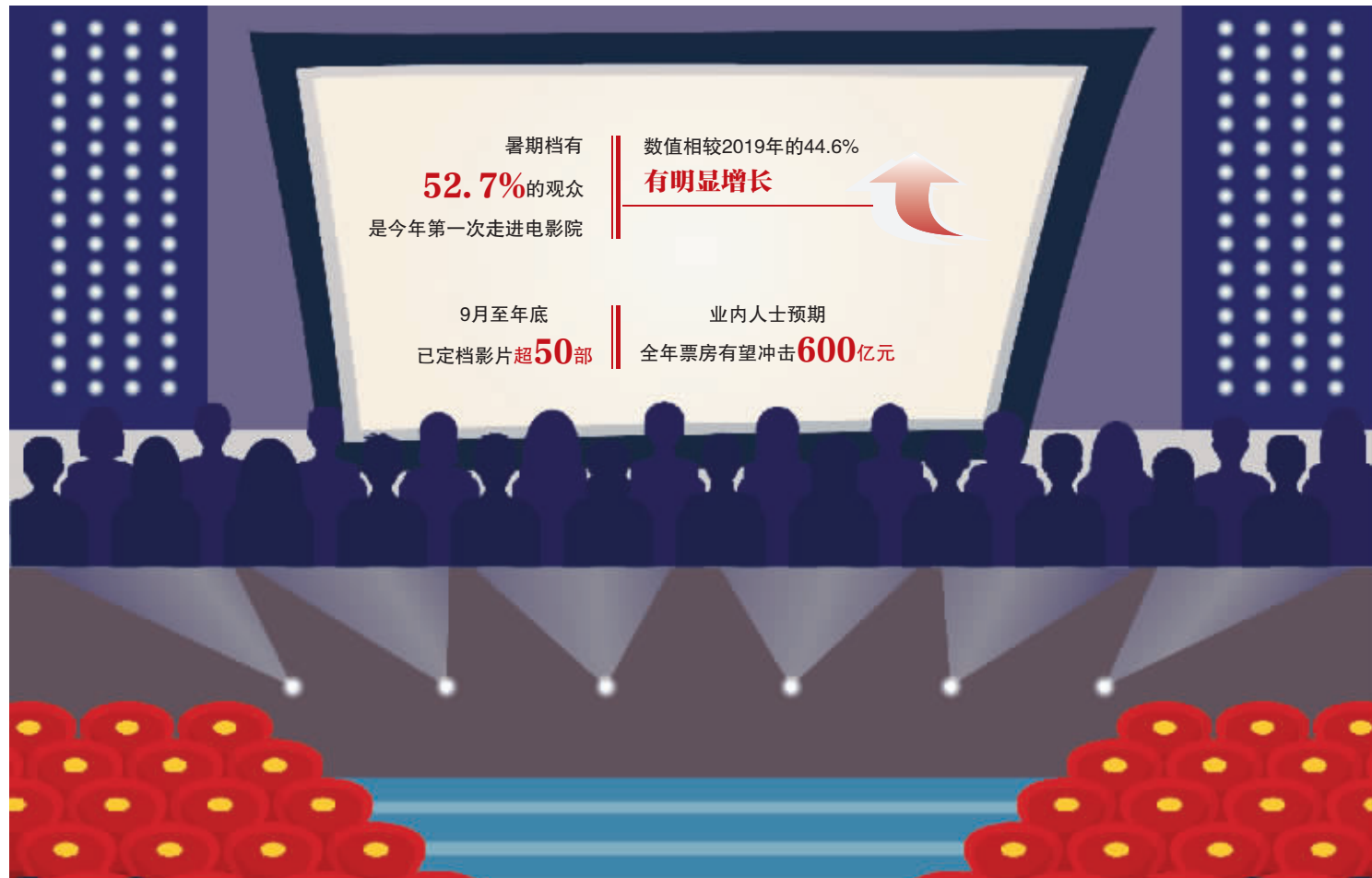
尽管暑期档不乏“变形金刚”“蜘蛛侠”“碟中谍”等世界级知名影视IP入局,但国产电影始终占据领跑的优势位置。

从榜单情况来看,据灯塔专业版,暑期档电影票房排名前五位均为国产电影,截至记者发稿,获得过亿票房成绩的暑期档国产电影达15部之多。

“随着返校季的到来,暑期档后期上映的部分影片有望释放长尾效应,带动票房大盘的进一步提升。”曾如是说。

“国产电影工业化水平提升,逐渐形成了与进口片质量对垒的底气。”制片人李晟谈

暑期档(6月1日-8月31日)收官在即,电影市场在这个夏天持续迎来票房与观影人次的数据突破。据灯塔专业版,暑期档总观影人次(含预售)超5.02亿,总票房达204.95亿元,双双打破中国电影史暑期档最高纪录。亮眼的成绩单背后,题材丰富多元的国产电影贡献了不俗表现,引发观影热潮,促成票房大盘的强势复苏。口碑与票房双重提升的同时,也带动了背后的影视公司业绩修复,多家上市公司披露上半年业绩扭亏。业内人士指出,暑期档爆款频出将低频观众重新拉进电影院,这种拉新能力对中国电影市场持续健康发展意义深远。



道,影视作品内容贴近生活或是与本土文化深入结合,都能够与观众产生共鸣,进而引发观影欲望。观众的审美需求不断提升,剧情愈发套路化的部分进口影片,在市场供给充足的大环境下,即便有经典IP加持,其竞争力也只能走向乏善可陈。

在导演赵霞看来,暑期档国产电影的票房成绩提振了业内信心,观众对国产片的关

注和支持,能够催生更多高质量的作品出炉,也考验着电影人用好本土优势,发掘更多国产电影的出圈密码。

多家影视上市公司扭亏

票房大盘持续交出“破纪录”的成绩单,无疑为电影资本市场注入了一剂强心针。

近日,多家影视上市公司披露上半年业绩。其中,中国电影净利润增长超16倍,报告期内,主导或参与出品并投放市场的电影共20部,累计实现票房146.71亿元。在发行板块,上半年中国电影共发行影片296部,实现票房202.67亿元。

同时,万达电影、上海电影、横店影视等近半数影企同比扭亏为盈,华谊兄弟等上半

年亏损大幅收窄。

据北京商报记者不完全统计,暑期档涉及出品、发行公司达近百家。其中上市影企则包括中国电影、博纳影业、上海电影、北京文化、光线传媒等。业内人士认为,优质影片的持续供给下,影企有望在下半年延续亮眼表现。

全年票房有望冲击600亿元

从事电影发行的黄灿指出,往年库存项目的集中释放,促成了今年影片的供给丰富程度远超过往,在上半年市场回温的铺垫下,暑期档迎来观影需求和影片供给的高峰。

暑期档步入尾声,接下来的电影市场同样值得期待,据北京商报记者不完全统计,9月至年底已定档影片超50部,业内人士预期,全年票房有望冲击600亿元。

值得注意的是,电影市场逐渐呈现出:在映周期不断拉长、长尾效应凸显的特征。对此黄灿表示,此前市场不确定因素多,甚至出现映前一天突然撤档的情况,因此许多影片采取“映后宣发”取代传统宣发手段,上映前一天“极限定档”时有发生。影片上映后,剧情与观众产生共鸣,赋予了电影更多的社交属性,进而推进话题度和讨论量的提升,这也为电影市场触达更多观众提供了新思路。

灯塔数据库显示,2023年暑期档的整体购票画像中,女性购票占比非常突出,达到了六成以上,是有统计以来女性观众占比最高的暑期档;年龄方面,35岁及以上的观众占比同样也是暑期档历史新高,同时三人及以上组团观影的比例创新高,有非常多的家庭观众拖家带娃共同观影。

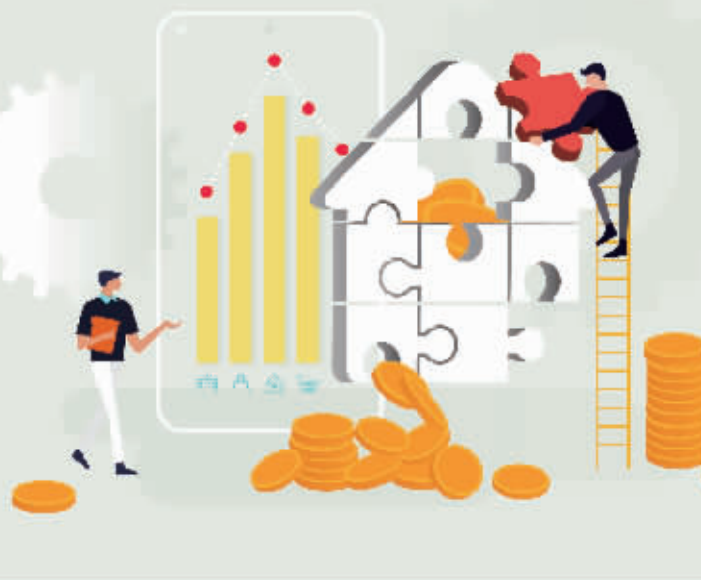
同时,暑期档观看两次、三次及以上的占比基本恢复到了2019年前的水平。陈晋指出,“高频用户量的恢复,对电影行业的复苏有着非常重要的意义,高频用户是电影市场非常重要的基本盘,他们的活力提升也是市场回暖的一个积极信号”。

北京商报记者 卢杨 韩昕媛

Market focus

“旧改王”富力归来

在熬过至暗时刻后,昔日旧改王、华南五虎之一的富力,在半年报中开始出现反弹:截至2023年6月30日止6个月,期内集团的营业额为164.16亿元,整体毛利为32.34亿元,本期期间的毛利率为19.7%。尽管依然有49.78亿元的净亏损,但比2022年同期收窄28%。特别是曾经被看作是重资产包袱的酒店,营业额由去年同期的17.81亿元增至29.83亿元。知情人士透露,为了缓解流动性,富力加快在国内和海外出售开发和投资物业的计划,目前正就数个海外项目与买家进行尽职调查,预计年底完成。而作为昔日的旧改王,久未在公开市场拿地的富力,也悄然提速重启自己的旧改转化业务。



500亿准现货货值

“富得早、有底子”是地产圈对富力的一致评价,这一点也在富力的中报和同期的半年工作会上有所披露:全力保交楼之外,富力当前国内已完工未售的现货及预计下半年竣备的准现货货值合计逾500亿元。

对于这500亿元货值,富力内部的判断是“此部分货量后续需投入的建设资金很少,有利于资金的盘活与利用”,外部的评价是“准现货”在现阶段购房者与开发

商保交楼的双向焦虑下,确属于比较优质的产品。

易居研究院研究总监严跃进表示,出险房企除了要加强完成债务重组外,还要积极盘活旗下存量资源,全力促进销售去化,加快回款进度,这样才能拿回企业生存的主动权。“在当前市场环境,保障现金流安全尤为重要。”

在过去近三年里,房地产行业经历了前所未有的凛冽寒冬,尤其自2021年7月起,市场遭遇断崖式下跌,头部房企爆雷不断,民营房地产企业更是举步维艰,销售业绩遭受重创,企业流动性日益干涸。今年以

来,宏观经济虽有复苏,但居民对大宗消费品的购买意愿依旧低迷,各项房地产扶持政策的效果远未达预期,房地产行业特别是民营房地产企业依然困难重重,持续承受重压。

旧改转化重启

销售与保交楼之外,旧改起家的富力,正在提速重启这项业务。

一个月前,国务院常务会议审议通过《关于在超大特大城市积极稳步推进城中村改造的指导意见》,明确在超大特大城

市积极稳步实施城中村改造是改善民生、扩大内需、推动城市高质量发展的一项重要举措。相比于过往三四线以下城市的棚改,此次城中村改造聚焦放在了超大城市和特大城市。

“这正是旧改王富力的优势。”富力内部人士直言,富力是为数不多的做旧改起家,并持续深耕城市更新的房企。自1994年起富力介入广州荔湾区嘉邦化工厂旧改项目开始,就一路高歌猛进;2003年在广州启动新一轮三旧改造之时,富力牵头猎德村项目,也就是后来的珠江新城,随后的黄埔区笔村、茅岗村、白云区陈田村等均重仓。

根据富力方面提供给北京商报记者的信息,截至2021年底,富力集团在全国布局城市更新合作项目逾64个,其中76%位于大湾区。除了广州这一主战场,富力也全面进驻深圳、佛山、东莞、珠海、中山、惠州、江门、肇庆等湾区城市。大湾区以外,富力在京津冀、太原、郑州、西安等一二线城市也已落子。

除了上述老项目外,富颐华庭是富力目前主要在售的旧改项目之一,为集团贡献重要销售业绩。目前,富力在广州的签约旧改项目超过10个,除上述已转化项目外,番禺石壁村、海珠赤沙村等亦是富力重点项目。

合作与盘活两条腿走路

然而在当下市场尚未复苏、松绑政策尚未全面落地的情况下,任何一家房企都无法单纯通过销售解决流动性问题也是

共识,在这一点上,“富得早、有底子”让富力有了转圜的空间。

据半年报显示,富力旗下五星级酒店、超甲级写字楼和购物中心的总建筑面积接近600万平方米,且大部分位于重点城市及核心商圈,这部分资产也成为富力盘活流动性、寻找合作的关键。以酒店板块为例,富力内部算了笔账:用疫情前的经营数据作为参考,2019年富力酒店业主利润及商业租赁收入合计27.5亿元;疫情过后,今年酒店的经营业绩持续提升,经营利润创历史新高,上半年同比2019年增长了9%。而在合作项目借贷中,近70%与大湾区城市更新项目相关,在区位与盈利的加持下,债务违约风险处于可控区间。

“基于以上可以得出结论,富力集团的资产价值远大于债务规模。”富力内部人士首次下了如此结论,“未来集团还将继续深挖自持酒店、商场、写字楼等各类资产,通过多种方式积极盘活资金,为集团提供更多流动性。”

对于这样一个结论,另一家出险房企表现出了羡慕。“时至今日我们的资产盘点还在进行中,只有算清楚账,才是彻底走出了第一步。”

或许这就是富力两位董事长李思康、联席董事长张力在半年工作会上喊话“手中有粮,心中不慌”的底气。

就在8月30日,广州打响一线城市优化楼市调控第一枪:认房不认贷正式落地;随后深圳也出台了相关政策。当日,截至记者发稿,富力地产上涨1.61%。

北京商报记者 王寅浩