

跨界资本 难念的院线生意经



2015—2017年部分跨界资本入局影院大事记

时间	事件
2015年6月	百度入股星美控股
2015年10月	苏宁成立苏宁文创集团,布局自有品牌电影院
2016年5月	当代东方收购华彩天地51%股权
2016年9月	完美世界13.53亿元收购今典影城、今典院线、今典文化
2016年9月	汉鼎宇佑收购杭州星影影城等3家影院
2016年底	泰禾集团成立北京泰禾影视文化发展有限公司,布局影院
2016年12月	国美将建VR影院
2017年1月	恒大超4亿元收购美嘉
2017年7月	华润置地成立华润影业 未来五年自营40余家万象影城
2017年9月	华人文化收购UME
2017年12月	复华文商与横店影视合作,复华集团正式新增影院业务

559.11亿元票房、50776块银幕,过去一年,电影市场热度不减,面对这样的“蛋糕”,影城投资建设越来越热门。北京商报记者梳理过去三年跨界投资影院的公司发现,包括泰禾、华润、华联等越来越多的“圈外人”也在频频涉足影行业。但跨界过程中,风险同样并存,随着影市场竞争日趋激烈,在变幻莫测的市场中,这些先后入局影院的跨界资本又将面临怎样的挑战?

两极化渐显

近几年,无论票房产出高低,影院的建设仍然保持了每年千余家的数量增长,这其中,除了已有院线的扩张以外,还有外来者的跨界生意。据北京商报记者不完全统计,过去三年,已有包括泰禾、苏宁、居然之家、国美、完美世界、汉鼎宇佑等在内的跨界资本相继涉足影行业布局。凭借业务扩张,不少企业也借此打开了新的利润增长点。据当代东方2017年上半年报显示,报告期内,影院运营收入达6213.08万元。但跨界过程中,高风险同样难免。

为降低经营风险,减少资金占用,提高资金使用效率,避免投资回款周期较长的风险,完美世界公告称拟16.6亿元向完美世界控股转让影城资产。这距离完美世界13.53亿元收购今典院线等影城资产不到两年时间。

苏宁在2015年成立苏宁文创集团,计划未来五年在影城领域依托自有物业建设自有品牌电影院。但截至2017年12月,全国范围内已经布局的影城仅14家,距离2020年在全国范围内布局298家影城的总体规划相去甚远。

国美的VR影院去年正式落地,但就效果来看,消费者对于影城的评价褒贬不一。在VR技术、消费者认知度有待

提升的背景下,也将成为未来VR影建设的阻力。汉鼎宇佑在2016年9月收购了3家影城,但根据资产评估报告,其中两家2016年1—8月的净利润均为负数,后期盈利能力的提升成为最大的难题。此外,华联、居然之家、星河、益田等资本在影城建设上则还处于初期阶段。

资金、管理成软肋

“地产、家居、家电零售等行业跨界影城一方面是由于实体商业在互联网冲击下发展受阻;另一方面,影城行业在国内的热度持续不减,相比影视内容制作,影城的入局门槛较低,投资者对影城领域前景较为看好,因此也成为众多资本追逐的对象。”保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰表示。

但入局“低门槛”并不意味着影城经营的门槛同样低,过去一年,上海电

影频频清理亏损影城、越界影业上市不足一年陷入亏损等案例也显示出作为曾经“香饽饽”的影城生意并没有想象中的好做。

完美世界抛售影城资产背后,原因也与影城业绩不及预期有关。据完美世界2017年半年报显示,2017年上半年,完美世界的营业收入为35.88亿元,同比增长69.68%,净利润6.71亿元,同比增长75.64%。其中,院线业务营收3.92亿元,占营收的比重为10.92%,但毛利率却低至18.36%。

从业者认为,影城资产作为重资产,收购影城后,对影城的改造升级需要花费大量的资金,同时还要配备专业的人才加强对影城的管理。如果是自建影城,所花费的人力、物力等成本只会增无减,同时还要面临前期品牌知名度和影响力不足的难题。

专业人才稀缺

根据国家新闻出版广电总局电影局公布的数据,2015年,全国新增影院1200余家,影院总数超过6000家,银幕总数达31627块。两年后的2017年,全国新增银幕9597块,银幕总数50776块,仅上半年,全国新增864家影院,影院建设速度不断加快。

就市场来看,从业者指出,目前国内一二线城市影城建设已几近饱和,三四线及以下城市同样成为资本布局的重点,区域性竞争更加激烈,无形之中也增加了“圈外”资本的竞争压力。

越来越多的资本进入影城市场同时也带来院线的全方面整合,行业兼并将进一步加剧。公开资料显示,2017年以来,包括大地院线、保利文化、万达院线在内的多家公司,均多次进行收购、合作等资本动作。

在刘建峰看来,这种整合并购的现象在2018年还会持续,加速开启“大鱼吃小鱼,小鱼吃虾米”的洗牌过程。而那些经营不善、品牌力不足的院线最终只能被院线巨头并购。“所谓术业有专攻,前期的影城选址、后期规范化运营均是影城在市场竞争中脱颖而出的关键。比如在规划中要用什么样的特色服务吸引观众、选址过程中用什么样的数据作为依据等,这些对于跨界资本而言都需要更多深入地探索。”刘建峰表示。

变幻莫测的市场背景下,影城经营理念、管理模式也同样需要升级更新。中国创意产业研究中心主任张京成认为,影城需要在服务、技术等多方面与时俱进,如利用数据分析合理调整排片计划,拓宽线上线下包括票务、资讯在内的多个服务渠道等。

北京商报记者 卢扬 邓杏子/文
宋媛媛/制表

华谊兄弟 预计去年净利不超9.7亿

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)1月25日,华谊兄弟(300027)发布2017年业绩预告,预计2017年实现归属于上市公司股东的净利润为8.08亿—9.7亿元,与上年同期基本持平或增长20%。

其中在影视娱乐板块,公告显示,报告期内华谊兄弟上映了包括《摔跤吧!爸爸》《西游伏妖

篇》等影片,累计实现国内票房约51亿元。随着网生内容以及粉丝文化越来越受到年轻观众的追捧,华谊兄弟在该领域也不断加大投入,并设立“华谊兄弟电视数字娱乐事业部”,拓展电视剧、网剧、网络大电影等业务。

此外观察华谊兄弟的品牌授权及实景娱乐板块可以发

现,报告期内多个项目进入在建状态并相继开工,华谊兄弟电影世界(苏州)、华谊兄弟长沙电影小镇、华谊兄弟南京电影小镇和建业华谊兄弟电影小镇(郑州)预计将于2018年陆续开业。鉴于《芳华》《前任3:再见前任》等影片的市场表现,华谊兄弟2018年一季度的业绩有望得到提振。

四年用户逾5亿

全民K歌加速线上线下联动

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)伴随着移动互联网的发展,传统KTV行业日渐式微,全民K歌、唱吧等能够满足用户随时随地K歌的应用成为热潮。作为国内最大的在线K歌平台,依托腾讯庞大的社交生态,全民K歌在短短四年内,已经拥有逾5亿在线用户,社交也成为全民K歌身上鲜明的标签。

“从社交属性来看,一开始社交的起点依然是QQ和微信的关系链。而慢慢的,用户会开始愿意建立自己的基于兴趣维度的关系链。”腾讯音乐娱乐集团社区产品部副总经理计鸣钟透露。

除此之外,全民K歌也通过一系列原创音乐人的扶持激励计划,包括星途计划、校园星歌声、追星计划等,为内容生态提供可持续的音乐生命力,同时借此培养音乐人的机会进行商业模式探索。据腾讯音乐娱乐集团群副总裁侯德洋透露,打赏已经成为平台主要的盈利来源之一,未来在付费内容、原创音乐与综艺节目合作以及硬件售卖等方面还会有很多的尝试。

计鸣钟表示,全民K歌在去年底推出全民K歌自助店,借此形成以K歌为纽带的线下社交场景。截至目前,全民K歌自助店已经开了将近10家,今年在线下自助店还会有更广泛的布局,除商场外,也会在小区、学校等场景进行尝试”。

光线传媒 预计去年净利不超8.5亿

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)

1月29日,光线传媒公布的2017年度业绩预告显示,报告期内,公司归属于上市公司股东的净利润预计比上年同期增长7%—15%,净利润7.9亿—8.5亿元。

光线传媒方面表示,报告期内公司参与投资、发行并计入本报告期票房的影片共15部,其中报告期内上映了《大闹天竺》《嫌疑人X的

献身》等13部影片。

2016年上映并有部分票房结转到本报告期的影片两部,包括《少年》和《你的名字》。电影业务收入较上年同期小幅下降,电影成本比上年同期有所增加,导致电影业务的利润较上年同期小幅下降。

光线传媒公告显示,预计2017年度非经常性损益为1.7亿—2.2亿

元,主要是报告期内光线传媒增持天津猫眼微影文化传媒有限公司的股权后,公司原持有股权投资账面价值与其对应公允价值之间的差额确认的投资收益、转让北京捷通无限科技有限公司股权的收益、减持公司持有的大连天神娱乐股份有限公司的部分股票确认的投资收益及收到的政府补贴收益等所致。