

电影收入大增 光线传媒仍难脱业绩窘境

1月19日晚间,光线传媒正式发布2019年度业绩预报。然而,曾在2019年参与并推出《疯狂的外星人》《哪吒之魔童降世》等多部爆款影片的光线传媒,虽然电影业务利润大涨,却依然未能摆脱业绩下滑的窘境,并较上年同期减少超过一成。在业内人士看来,光线传媒的业绩下滑既与该公司此前出售新丽传媒股权等业务布局有关,同时也代表了影视行业进入调整周期的发展现状。

喜忧参半

光线传媒1月19日晚间发布的2019年度业绩预报显示,报告期内,光线传媒预计归属于上市公司股东的净利润为9亿-11.5亿元,较上年同期的13.7亿元相比,同比下降16.26%-34.46%。

尽管整体来看,下滑的数字似乎显示着光线传媒在过去一年的发展不尽如人意,然而具体到相关业务可以发现,该公司并非未取得相应进展,尤其是电影业务,反而是实现了亮眼的表现。

报告期内,光线传媒参与投资、发行或协助推广并计入本报告期票房的影片共18部,包括《疯狂的外星人》《哪吒之魔童降世》《我和我的祖国》《误杀》等,累计报收总票房138.67亿元。其中《疯狂的外星人》以22.13亿元票房成为2019年2月喜剧片的月票房冠军,《哪吒之魔童降世》则刷新了国内市场动画电影的票房纪录,并以超50亿元票房位居2019年电影票房总榜的首位。多部影片实现的高票房,也令光线传媒的电影业务利润较上年同期大幅增长。

相较于电影取得的成绩,光线传媒在电视剧业务方面的表现则略显暗淡。公告显示,光线传媒在报告期内确认了《八分钟的温暖》《逆流而上的你》《听雪楼》《遇见幸福》的投资、发行等收入,但电视剧业务利润较上年同期下降。

此外,光线传媒方面在业绩预报中指出,

公司预计2019年度非经常性损益约为7200万元,较上年同期下降约95.66%,主要是上年同期公司出售所持有的新丽传媒股权产生的投资收益较多所致。公司预计2019年度归属于上市公司股东的净利润较上年同期大幅增长,主要是报告期内公司电影业务收入大幅增加所致。

多因素影响

面对多部爆款电影也仍未能让光线传媒实现2019年整体业绩同比增长的情况,有声音认为,这离不开影视大环境的影响,此外该公司此前的投资动作也导致其去年的业绩基数大幅上升,影响到后续的业绩同比变动情况。

以光线传媒出现收入下滑的电视剧业务为例,新元文创创始人刘德良表示,过去一年影视市场整体表现不是特别理想,光线传媒难免也受到影响,这是市场调整的表现,且与2018年电视剧整体市场在上升不同,2019年增幅不大。

与此同时,中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举指出,从某种意义上,相较于电影,电视剧面临的挑战更大,业绩压力也会更大。目前网剧的发展非常迅猛,对于传统电视剧而言,已形成非常大的竞争力,且很多网剧是基于互联网平台优势,而这也是光线传媒相对而言欠缺的方面。此外,与电影属B2C领域不同,电视剧无论是传统形式还是网剧,总体来说是B2B的商业模式,如果没有第二

光线传媒2015-2019年业绩表现



个B端的有效支持,电视剧行业确实会面临更大的竞争压力”。

除了影视大环境的影响外,在业内人士看来,此前光线传媒曾对外出售新丽传媒股权从而获得较高投资收益的背景,也给未来保持业绩增长带来了挑战。

公开资料显示,2018年3月,光线传媒与林芝腾讯签署了《股份转让协议》,并以33.17亿元的对价将持有的新丽传媒27.64%的股份出售给林芝腾讯。初步测算,光线传媒取得的投资收益约为22.66亿元(未扣除所得税)。随

后据光线传媒2018年年报显示,当年该公司归属于上市公司股东的净利润较前一报告期增长68.47%,主要原因便是处置新丽传媒股权确认的投资收益较多所致。

“通过投资获得收益是上市公司常见的资本动作之一,但一次性获得大额的投资收益,虽然短时间内可迅速提振业绩,但也对今后保持增长态势带来压力,再加上影视行业本身存在较大的不确定性和风险,也会导致后续业绩出现同比下滑的情况。”投资分析师许彬如是说。

延伸产业链

随着2019年的离去以及2020年的到来,影视公司也开始制定新一年的发展计划。对于光线传媒在2020年的业务规划,北京商报记者向光线传媒发去采访函,但截至发稿未得到回复。

刘德良认为,依照目前的情况,光线传媒一方面需要保持内容上的优势,每年度都能够推出优秀的、市场票房比较理想的产品;另一方面,则是在有类似“哪吒”的优势IP后,尽可能将影视IP在其他领域进行转化,提高营业收入的来源。同时,因为光线传媒其实已经不是一个单纯的制片公司,还有一些相关的业务,因此在做好核心业务的同时,也要去延伸自己的产业链,扩大收入。

北京商报记者观察发现,在进行IP衍生开发方面,光线传媒已开始有所布局,除了《哪吒之魔童降世》上映后推出相关衍生品外,去年12月光线传媒在回复投资者提问时也曾透露,即将在春节档上映的《姜子牙》已经授权相关公司进行衍生品的开发和制作。且近段时间,《姜子牙》还与《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》等相关IP进行联动营销,也进一步扩大了IP的影响力。

值得注意的是,国内影视市场的调整期还未真正结束,且在2019年十大电影票房排名中,已有不少制片公司作为后起之秀出现,并占据不小的份额,而老牌制片公司所占的份额有所下降,这也会给相关公司带来发展上的挑战。

在魏鹏举看来,光线传媒未来的发展要扎实稳健,一方面需要抓主流电影,另一方面在影视剧制作方面要积极地和互联网、网络平台合作,这已是未来的大趋势。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 伍碧怡

年初多店登黑榜 喜来登酒店的管理之殇

重拳整顿下,多地喜来登酒店被查出卫生等问题,让这个国际高端品牌蒙上了一层阴影。1月20日,北京商报记者梳理发现,在文旅部最新一轮暗访调查结果显示,3家喜来登酒店上榜,成为登上黑榜最多的国际品牌,其中海南海口喜来登大酒店还被摘星。实际上,自2018年11月酒店行业发生“抹布擦杯子”事件之后,各地不断有喜来登酒店出现问题。有业内人士分析指出,作为国际品牌,近年来屡次出现卫生等方面问题,很可能与其快速扩张有关。

多家酒店登黑榜

新年伊始,文旅部再次对五星级酒店进行整顿。据文旅部最新公布的暗访检查结果,部分五星级饭店的卫生和消防安全问题严重,必备项缺失,设施设备陈旧、服务不规范问题突出,其中9家饭店被取消五星级旅游饭店资格,另有6家酒店被要求限期整改12个月。

值得注意的是,这是今年文旅部首次公布全国五星级酒店暗访调查结果“黑榜单”,而在这份“黑榜单”中,就包含3家喜来登酒店。其中海南海口喜来登酒店被摘星,而四川天府丽都喜来登饭店、贵州贵阳喜来登贵航酒店则被要求限期整改12个月。

实际上,自2019年2月以来,文旅部一共先后组织过4次针对五星级酒店的暗访调查,一年内先后共有29家五星级酒店被“摘牌”,其中包含温德姆、希尔顿、皇冠假日等国际品牌,但总体来看,喜来登属于登黑榜最多的国际品牌之一。

对于此次被“点名”,北京商报记者采访了喜来登酒店方面,该酒店方面表示,因问题涉及若干家单体酒店,酒店品牌方需要进一步向各酒店了解情况,稍后回复。不过截至记者发稿,对方未予以回复。

华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱表示,面对卫生等问题突出的五星级酒店行业,重拳整顿已经成为常态。而多家喜来登酒店“榜上有名”,则进一步暴露出该酒店在扩张管理中不到位等问题。

频现卫生问题

事实上,除了登上文旅部的黑榜,近一段时间,全国不少地区喜来登酒店也问题频出。

2018年11月,多家高端酒店被曝存在用同一块抹布、顾客用过的浴巾等擦拭杯子、洗手台、镜面等乱象,在涉事酒店中,就包含南昌喜来登酒店。之后,该酒店被立案调查,最终经有关部门抽检调查结果显示,南昌喜来登酒店存在部分工作人员清洁不规范,并被给予2000元罚款处理。

此类卫生问题不止一起,据公开报道显示,2019年2月,深圳大梅沙京基喜来登酒店(后因合同到期,该酒店管理方更换为洲际品牌)也被曝出杯子存放不当等卫生问题;2019年9月,福州中庚喜来登还因食品安全问题登上当地市场监督管理局黑榜;2019年11月,长沙运达喜来登酒店因游泳场所水质卫生问题被湖南省卫生健康委通报。

有酒店投资人士表示,喜来登作为商务酒店经典品牌,近年来口碑有所下降。一些酒店设施陈旧,且服务人员并没有体现出该有的服务态度。此外,该投资人还坦言,在其接触的诸多品牌中,近年来喜来登品牌质量有所降低,甚至一些硬件设施还不如国内同级别的酒店。

扩张下现隐忧

在各地酒店频出卫生问题的背后,也进一步透露出喜来登扩张下的隐忧。仅2019

年,多家喜来登酒店就在国内开业,甚至该品牌还将触角伸向了西北市场——银川。而快速扩张的背后,人才不足的问题更加凸显。

一家酒店负责人向北京商报记者坦言,近年来一些外资酒店迅速在国内落地开花,由于新开酒店在每个岗位上都需要成熟的服务人员和管理人员,因此高薪“挖同行”成为行业的一个趋势。由于酒店管理人才有限,因此一些酒店破格提拔或加速晋升管理人员,从而导致目前酒店市场整体管理人员素质不及以往。

“无论是国际还是国内的品牌,出现一些个别问题也在合理范围内,但较多的集中在喜来登品牌上,则一定程度上反映出大型国际品牌在经营本土化的过程中遇到问题。由于历时较长,在品牌质量、人力资源等方面出现了供给不足、监管不到位等问题,从而导致问题频发。”北京第二外国语学院旅游科学学院院长谷慧敏直言道。

此外,谷慧敏还进一步表示,除品牌外,如连锁业主在经营过程中遇到资金问题、管理混乱,或是业主战略定位与品牌出现冲突等问题,也会导致各类“漏洞”频发,抹黑品牌形象。

“目前来看,一些国际品牌进驻中国后还处于发展之中,尤其在打二三线城市方面,还存在后续人力资源、效益供给不足等问题。”谷慧敏表示;在目前各大品牌激烈竞争的背景下,随着加盟连锁酒店的接连落地,问题数量也在随之攀升,因此管控好旗下“分店”,在保证数量的同时维持质量,才是竞争的关键。不过短期来看,绝非易事。”谷慧敏表示。

北京商报记者 关子辰

“一带一路”沿线国家成今年春节境外自驾游新热点

北京商报讯(记者 蒋梦惟)在春运返乡大潮渐渐升温的同时,有不少中国游客却选择了在境外自驾游过节。1月20日,公安部道路交通安全研究中心和境外租车平台租车联合发布了《2020年春运境外驾车出行指南》(以下简称《指南》)。根据《指南》披露的数据显示,近五年,春运期间我国游客境外自驾游出行人数为集中,预计今年这一人群规模将上升至160万人次。《指南》还指出,虽然今年春节,美国、澳大利亚等国家和地区仍占据境外自驾游热门目的地前十位,但同时,塞尔维亚、比利时、格鲁吉亚等“一带一路”沿线国家,也正逐步成为春节假期自驾游新热点。

近年来,自驾游出行快速在出境游市场中普及。据统计,2015-2019年期间,我国境外自驾游人次年均增长率达67.93%,这其中,春节、国庆假期又成为了每年我国居民境外自驾游出行高峰期。具体到今年春节,《指南》预测,中国居民境外驾车人次将出现多个高峰:1月20日起,境外自驾人数预计将不断攀升,在除夕(1月24日)达到顶峰且维持一段时间高位状态;正月初三(1月27日)开始,随着假期接近尾声、返程高峰出现,境外驾车人次将减少;而元宵节后三天,我国游客将再次在境外出现自驾游小高峰,峰值预计在2月11日前后出现。”租车联合创始人李斌向北京商报记者表示。

根据《指南》发布的春节境外自驾游画像:80后”已成为这一人群的主体,占我国居民境外自驾游总人数比重为45.16%,而70后”和90后”则分别以27.65%和17.62%位居第二、第三位。而提及境外自驾游的消费结构,李斌表示,7天内短期行程仍是主流,预计今年春运期间,选择1-3天境外自驾的中国游客占比为34.18%,4-6

天的在29.27%。

值得注意的是,今年春节期间,我国游客的境外自驾游目的地选项开始出现了一些新变化。虽然美国、澳大利亚、新西兰、西班牙等仍是主流选择,但“一带一路”沿线一些新兴旅游目的地也将成为今年春节的新热点。”李斌介绍,塞尔维亚、比利时、芬兰、塞浦路斯、格鲁吉亚、摩洛哥等

高峰

《指南》预测,中国居民境外驾车人次将出现多个高峰,1月20日起,境外自驾人数预计将不断攀升,在除夕(1月24日)达到顶峰且维持一段时间高位状态。

地已对华实施了更便利的签证或机动车驾驶证互认换领政策等,因此,这些国家和地区自驾游产品也愈发受到我国游客的关注。

不过,也有业内人士指出,虽然越来越多的中国游客在出境旅游过程中青睐自驾游,但由于我国尚未加入联合国《道路交通公约》,且这类产品刚刚兴起,各种监管、投诉反馈制度仍不够完善,保险等配套产品、服务也还不健全,国内外机动车驾驶相关法律法规也存在一定的差异,因此境外自驾游旅行仍存不小的风险。中国旅游研究院产业所副教授张杨也表示,出境自驾“最后一公里”的问题就是驾照,虽然互相认可的进程正在加速,但问题的解决仍需要行业共同推进。