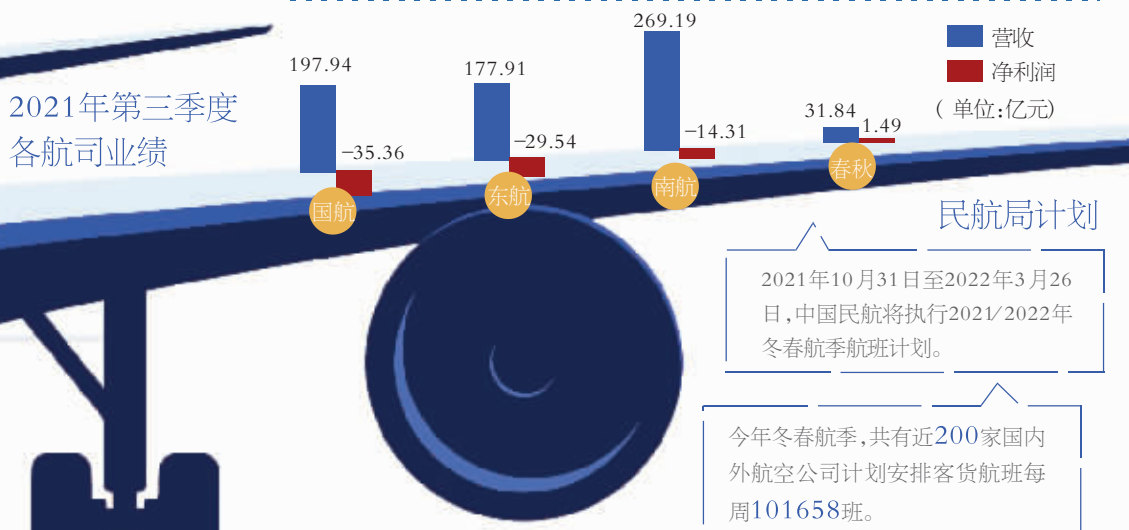


民航业亏损持续 三季度仅一家廉航盈利

伴随着秋冬的到来,各航司也纷纷交出了三季度的“成绩单”。截至11月1日,北京商报记者梳理发现,包括国航、东航、南航在内的多家航司三季度净利润均呈亏损状态,仅春秋航空一家航司盈利。而面对疫情变化带来的不利影响,各航司也都推出了各种自救措施,这其中各项优惠政策以及“随心飞”“快乐飞”升级版产品纷纷亮相。有业内人士分析认为,在疫情仍有散发且旅行受限制,叠加全球原油上涨的因素下,四季度各航司情况可能依旧不是很乐观,如何根据市场情况调节也是各航司需要思考的。



民航局计划 2021年10月31日至2022年3月26日,中国民航将执行2021/2022年冬春季航班计划。

今年冬春季,共有近200家国内外航空公司计划安排客货航班每周101658班。

国内(不含港澳台)航线航班方面

各航空公司共计划安排国内客货航班每周93017班,同比2020/2021年冬春季增长7.2%

业绩继续亏损

2021年已过去三个季度,虽然相比上年亏损有所收窄,不过各航司也只能强颜欢笑。

近日,三大航相继发布了三季度业绩报告,整体来看,几乎都处于亏损状态。具体来看,根据中国国航发布的2021年三季度报告,营业收入约197.94亿元,同比增长5.24%;归属于上市公司股东的净利润亏损约

35.36亿元,同比增长427.17%。

与此同时,东航的业绩也出现亏损。根据中国东航三季度财报显示,中国东航三季度实现营业收入约177.91亿元,同比增长3.61%;归属于上市公司股东的净利润亏损约29.54亿元。

而作为三大航中净利润亏损最少的南方航空,其业绩也不容乐观。财报显示,该航空公司三季度实现营业收入约269.19亿元,同比增长2.02%;归属于上市公司股东的净利润亏损约14.31亿元。

不仅如此,其他航司的情况也与三大航不尽相同。北京商报记者了解到,吉祥航空三季度净亏损约1.5亿元,同比下降177.63%。

不过也有令人欣喜的。据悉,春秋航空几乎成为业界为数不多盈利的航空公司。根据春秋航空三季度财报显示,该公司实现营业收入约31.84亿元,同比增长14.46%;归属于上市公司股东的净利润约1.49亿元,虽然同比下降42.72%,但却盈利了。

在资深民航专家、广州民航职业技术学

院副教授蔡琦看来,春秋、吉祥这两家航司主要都是窄体机,窄体机盈利的能力要比宽体机强,因此窄体机的占比更多,航司的压力就会相应小很多。另外,国际航空客运仍未恢复,所以国际占比比较大的三大航的运力就会受到较大的限制,相比以国内航线为主的春秋和吉祥航空,三大航业绩下降的幅度会更大。

升级“随心飞”回血

三季度业绩仍持续亏损,这也让各航司不得不再次祭出“随心飞”升级版产品自救。

北京商报记者了解到,近日,春秋航空“想飞就飞3.0”便开始发售。据悉,此次发售分为单人版及亲子版,用户购买后可以在有效期内不限次数地乘坐指定区域进出港的春秋航空国内直达航班指定座位出行。除此之外,春秋航空还推出了“双城定制”套票,游客可选择指定城市往返。同样推出3.0产品的还有南方航空。北京商报记者了解到,南航推出的“畅游中国”共有四种产品可选,分别为4日版、4+1版、4+2版、畅玩版。

另一边,山东航空也与飞猪进行合作,把目光放到了“双十一”上。据了解,山东航空与飞猪联合首发了产品“魔豆”,每天中午12点,山东航空随机更新200个可用航段,消费者可在任意日期兑换当天或次日的机票。不仅如此,“魔豆3.0”也是山东航空推出的另一款产品,据悉,“山航魔豆3.0”售价3299元/套,从今年11月至明年6月底不限出行次数,国内航班任意选择(不含港澳台地区航班/限经济舱)。

虽然从这些航司升级的产品来看,均较之前有了很大改变,不过,这些新产品是否贴合旅客们的心,也将由市场进行“筛选”。

在业内人士看来,疫情的反复使民航业一度陷入低谷,各航司便不断通过推陈出新、

对某些产品进行更新迭代的方式来吸引游客,抢夺市场份额。

四季度难有转机

针对当前国内疫情零星散发的情况,有业内人士指出,各航司在四季度的业绩也不容乐观,希望各航司能够积极把握机遇,尽早“拥抱”春天。

近日,民航局发布消息称,2021年10月31日至2022年3月26日,中国民航将执行2021/2022年冬春季航班计划。今年冬春季,共有近200家国内外航空公司安排客货航班计划每周101658班。国内(不含港澳台)航线航班方面,各航空公司共计划安排国内客货航班每周93017班,同比2020/2021年冬春季增长7.2%。

与此同时,国航等22家航空公司计划在新增加的国内51条航线上每周共安排704个航班运营,主要涉及成都、重庆、长沙、丽江、迪庆、哈尔滨、济南、武夷山、张家口等机场间的航线。

在民航高级经济师王疆民看来,连续的疫情变化在很大程度上降低了旅客出行的意愿,如一些地区对疫情的防控,旅游人数的减少,航班数量及客座率均有明显下降,这是在航空市场运行方面所遇到的问题。同时,随着油价的走高,也加大了航空运营的成本,所以这是航司目前扭亏遇到的最大问题。

“从目前的疫情变化来看,市场还不会出现很大的转机。当然,对于抗击疫情,航司也已经有一定的经验和方法,在接下来的运行中也能发挥出效用。另外,民航局也会根据市场情况与航司协商安排,以达到最好的效果。四季度是传统的淡季,但相信航司也能通过积极的努力,在疫情不断变化的情况下尽量转变不利因素。”王疆民还谈道。

北京商报记者 关子辰 吴其芸

半数净利下滑 游戏公司竞斗进入关键局

2020年由于宅经济兴起,游戏成为少数逆势增长的领头行业,凡是手握优势产品的游戏厂商均获得了额外加速,但同时这一高基数也给如今的游戏公司业绩进一步增长带来了挑战。据北京商报记者不完全统计,截至11月1日,包括完美世界、游族网络、凯撒文化在内的28家A股游戏上市公司已陆续发布2021年第三季度财报。

虽有七成公司实现盈利,但近54%的公司净利润同比下滑;而在前三季度,净利润同比缩水的公司占到五成,营业收入同比下降的公司也达到四成,另有部分公司业绩仅保持微增或不增不减。在业内人士看来,近段时间一方面是政策监管收紧,市场充满变局,另一方面游戏公司精品佳作频出,竞争逐渐“白热化”。在这种情况下,游戏公司该如何打出一场漂亮仗?

超五成净利同比下滑

随着Q3财报季的到来,各大游戏上市公司再次受到各方瞩目。据北京商报记者不完全统计,截至11月1日,国内已有28家A股游戏上市公司披露了2021年第三季度财报。

整体而言,在三季度,实现盈利的公司共计21家,占比75%;其中,北纬科技、中青宝、盛讯达和盛天网络4家公司净利润同比增幅超过100%。此外,净利润同比出现下滑的公司达到15家,包括冰川网络、电魂网络等从成立之初便布局游戏业务的公司。

而在前三季度,虽有22家公司整体实现盈利,但其中有14家公司净利润同比缩水,占比达到50%;营业收入方面,有四成公司营收

同比下滑;另有部分公司业绩仅保持微增或不增不减,如宝通科技在前三季度实现营收19.7亿元,同比涨幅仅为1.03%。

可见,大部分公司在前三季度虽然实现了盈利,但与去年同期相比净利润均出现了下滑。以富春股份为例,2021年前三季度,该公司实现营收4.01亿元,同比增长32.12%;归属于上市公司股东的净利润为6114.2万元,同比下降11.11%。富春股份对此说明,尽管自主研发产品《仙境传说RO:新世代的诞生》在前三季度表现优异,净利润达到1.14亿元,但由于去年同期公司收到其他补偿款以及今年存在的诉讼事项,归母净利润同比出现了下滑。

下滑不只出现在第三季度。事实上,A股游戏公司三甲在上半年集体失速,三七互娱、世纪华通的扣非净利润均腰斩,完美世界由

于收入递延、产品结构优化以及疫情增幅效应回落等原因,业绩缩水更严重,扣非净利润下滑超96%。

“二八定律”带动激烈竞争

从数据来看,与以往季度相比,该季度游戏上市公司的整体业绩表现并不好。

“这与该季度以来对游戏行业系列监管政策出台不无关系。”财经评论员张雪峰认为,政策限制虽不会对游戏产品的实际营收造成太大压缩,但无论是日流水下降还是资本退场,短期内对游戏行业均不利。不过在游戏产业时评人张书乐看来,政策明确了未来走向,从长远看对游戏公司将是一种利好。与此同时,游戏用户数量的日益饱和也

带来了挑战。据中国音数协游戏工委与中国游戏产业研究院发布的《2021年1-6月中国游戏产业报告》显示,2021年上半年,中国游戏用户规模接近6.67亿元,同比增长1.38%,但增长率已连续两年出现下滑趋势。伴随着人口红利逐渐消失,我国游戏用户规模将进入存量竞争阶段。

在游戏行业观察者刘妍看来,游戏大厂在三季度的频频上新使得市场竞争逐渐白热化,或是令部分游戏公司盈利不佳的又一原因。“一直以来,游戏行业也遵循着‘二八定律’,大公司的热门游戏占据了绝大多数的市场,剩下的公司只能瓜分不到20%的市场。”而《王者荣耀》和《和平精英》《原神》等热门游戏长期霸榜,再加上《哈利波特:魔法觉醒》《金铲铲之战》《斗罗大陆:魂师对决》等

众多大IP产品陆续上线,无疑会分流抢占用户和市场。

多方布局觅发展新机

一方面是游戏市场变局丛生,一方面是竞争不断加剧。对于大多数游戏公司来说,如何破局谋发展成为当前阶段不得不考虑的问题。

张书乐表示:“打磨产品质量,推出精品佳作是所有游戏公司必须下的一步棋。”不过做精品离不开大量的研发投入。

值得注意的是,出海也成为近年来游戏公司选择的发展方向之一,且游戏行业也盛传着这样一句话:“不出海,便出局”。多位业内人士表示,在国内市场趋于饱和的情况下,出海将是游戏公司更好的出路,此前也有数据证明了这一点。

据SensorTower发布的2021年9月全球手游发行商收入榜Top100显示,中国厂商合计吸金近25.2亿美元,占全球市场的41.5%。其中,米哈游的《原神》吸金高达3.4亿美元。“与国内相比,广阔的海外市场如东南亚、非洲、欧美等地还有更多的想象空间,而且游戏公司出海也有利于输出中国文化产品。”张雪峰如是说。

刘妍则认为,从当前市场现状来看,游戏泛娱乐化已成趋势,而随着5G技术的进一步发展,云游戏等产品的发展也将激发新的玩家需求。《英雄联盟》《王者荣耀》等热门游戏往往都会往影视、动漫、周边等衍生产品开发,从而拓展游戏产业链,延长一款游戏的盈利寿命,这也是游戏公司未来可以发力的方向。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 周阳洋

