

《一九四二》令华谊兄弟跌停 《泰囧》令光线成为两市最牛影视股

## 影市股市“热恋”的背后

□□ 本报记者 郑洁

如果说两年前《唐山大地震》的大卖令华谊兄弟股票大涨，还让人惊叹一部电影的造化之功的话，2012年惊险起伏如一过山车般的贺岁档，再一次让华谊兄弟、光线传媒等上市公司领略了资本市场的一夕衰落。有数据显示，随着《一九四二》、《十二生肖》、《人再囧途之泰囧》(以下简称《泰囧》)等影片的上映，其投资公司的股价也在上映期间应票房之声大起大落。

对此，不少业内人士表示，股票对于票房的反应如此迅速，说明电影产业已经完全进入了资本市场运作，根据电影票房购买股票也可以成为机构和散户投资者的“贺岁档”投资宝典。股民和从业者该如何看待这场影市和股市的热恋？日前，本报记者采访了相应专家。

### 股民搭上“贺岁档”

对于一些搭不上实体经济企业投资之道的股民来说，根据电影票房选择哪几家率先上市的文化传媒公司股票，成为闲来无事让本金生利的好去处。参照票房购买股票，专业门槛又低，又很直观，已经不是玩笑。“光线股票你买了没？”可能会成为年末股民的又一句问候语。

据股市公开资料显示，2012年11月29日，华谊兄弟出品的《一九四二》全面公映，首日票房2550万元，不及之前《唐山大地震》和《非诚勿扰2》的首日票房，没有达到业界预期。资本市场对此做出了迅速反应，第二天，华谊兄弟的股票就跌停；第二周股市再度开盘，此时正值

《一九四二》遭逆市上扬的《少年派的奇幻漂流》继续压制之际，当天华谊兄弟股票继续下跌6.02%。下跌之势一直持续到由该公司参与投资的另一部影片《十二生肖》上映并获得4420万元的首日票房，股价才出现稳定态势。《十二生肖》上映的第二天，华谊兄弟股价逆势上涨2.02%。

与华谊兄弟股价形成对应的是《泰囧》投资方光线传媒的股价。该片2012年12月12日上映之后，获得近4000万元的首日票房；12月14日，有业内人士估计该片票房有望在当天跨过亿元门槛，光线传媒的股价应声而涨6.74%。此后业界对《泰囧》做出“破3亿元奔4亿元”的票房预测，光线传媒股价一路上扬，当《泰囧》票房一路令人跌破眼镜、突破6亿元大关奔向7亿元时，光线传媒的收盘价为29.35元，相比于12日收盘时的21.40元，上涨了37%。自《泰囧》上映以来，光线传媒股价创3个月以来新高，成为两市最牛的影视股。

据悉，《泰囧》拍摄制作费仅1400万元，两大主演片酬约500万元，宣传发行费用1000万元。据最新消息，截至2013年1月1日，《泰囧》票房正式突破10亿元，成为短期内难被逾越的国产影片票房冠军。而光线传媒公司在该片投资中占据了九成比例，该片也成为光线传媒赚得最盆满钵溢的一部作品。据光线传媒公司2012年前三季度报表显示，光线传媒实现净利润也仅1.36亿元，《泰囧》的优越表现足以使这个利润数字翻上好几番。

《泰囧》事件一出，引起的股市大震动出乎很多人意料。一些股民喊

吁感叹“没有赶上这趟儿”反应不够的“破发”等，背后都因为没有科学的价值评估标准。短期内，依赖内容制作板块的增值不会改变，票房也是短期内投资者判断的一个直观的依据。

### “一片定输赢”还将持续

对于一部影片成败影响一家上市公司市值的情况，尹鸿觉得很正常：“现在国内上市的传媒或影视公司，都只是在创业板上市，规模都很小，尤其都是内容制作型公司，任何核心业务的变动都会影响到公司的整体盈利。”他说，相比于实体经济企业，创业板传媒公司一年产值也就十几二十亿元，利润更小。以华谊兄弟布局来说，制作业就是其盈利大头，另一板板艺人经纪又严重依赖于内容产业。光线传媒在电视娱乐、发行上的空间一直没很大变量，一部《泰囧》横空出世，带来的利润甚至可能达到公司盈利的一半以上。

鉴于国内上市影视公司产业链均不健全，受制于政策和产业环境，短期内不可能出现像时代华纳之类的大集团，所以依靠制作核心业务增长获利的局面可能还会持续多年。“时代华纳一年卖座电影多达几十部，旗下有电影院线、电视网等，单片的成败不太可能影响公司市值。”

至于2012年造成的“票房=股价”现象，会否带来资本市场的透明度操作，连带产生操控票房等影响，尹鸿直言：“对中国股市，本应淡然处之。尤其是近年上市的版权型公司，连公司价值都尚处于无可借鉴参考的初级阶段。”他解释道，版权型公司不像久经股市的实体经济公

司，一些初上市公司“溢价泡沫”乃至后面的“破发”等，背后都因为没有科学的价值评估标准。短期内，依赖内容制作板块的增值不会改变，票房也是短期内投资者判断的一个直观的依据。

### “看票房买股票”不确定性太大

一位不愿意透露姓名的分析师向记者强调了《泰囧》成功的不可复制性。“《泰囧》影响光线传媒股份是个几年难遇的特例。光线2011年净利润为1.7亿元，2012年净利润将达到3亿多元，《泰囧》可说功不可没，能够影响光线股价是意料中的事。”

然而，正如光线国庆档推出的《铜雀台》、《伤心童话》等片都没盈利，单片的不确定性很大。“《泰囧》和年中的《画皮2》都是占尽天时地利人和才有了这样的票房结果。《泰囧》如果换个档期，可能就不是这个结局。”该女士谈道，近年来刷新票房纪录的影片很多，比起以前“挤进亿元俱乐部”的就是大片时代，整个电影市场是在增量中，然而放大速度并没有大家从表面上看到的那么快。中国仍有那么多的影片连院线都上不了，一年中能够盈利的片子就那么几部，而像《泰囧》这样的个案，她认为更是很难复制的，几年内可能才能碰到那么一次。她认为判断上市公司在电影上的盈利，比电视更好预期，因为电影是后付费市场。

“《泰囧》式的高票房可能几年才遇一次。2012年它的市场表现超出了很多人的意料，也引起了股市一些追涨性投资。不过长期来看，



《泰囧》撼动光线股价

根据电影公司某部电影来决定是否买股票，意义并不大。别说这么高的票房短期难以再现，票房究竟能高到何处、又能影响公司市值多少，《泰囧》可借鉴的意义并不明显。”

该女士还谈道，中国近年在国内外股市上市的制作主导型公司有华谊兄弟、光线传媒，院线投资主导型公司有星美、橙天嘉禾等，H股、美股对后者的估值较低，主要是因为影院投资大多还在亏损阶段。而在中国内地上市的影视公司来看，内容制作仍然是他们增长最快和最稳定的收入来源。光线传媒在其他业务板块的利润在下降，影视剧制作是其最重要的增长点，他们也计划在这板块增量投产。华谊兄弟在产业链上的布局眼光偏中长期的，但目前他们在影院上的投资都

是亏损的，艺人经纪也只占其利润的很小比例，华谊兄弟在电影业务上一向投资比重较大。《一九四二》单部影片的成败对它的影不会影响光线传媒那么大。

如何判断一家电影公司的好坏？该女士直言：“大投资大制作绑定了优质明星资源的‘大片模式’，仍是近几年电影公司的主要盈利方式。但值得关注的是，华谊兄弟在资源聚合、梯队人才的储备方面做得挺好，而光线传媒在此次《泰囧》营销上，在媒体公关和新媒体营销方面也做得非常完备。”

至于如何购买上市影视公司的股票，该女士认为，炒短线可以追踪票房和电视剧成交额，要看一个公司的价值，则必须要一步步去盯住公司的成长变化。

### 一名千金

## 《西游降魔篇》：周星驰的明星经济

□□ 肖帝雷

2005年，诸多媒体纷纷看淡贺岁档，因为当年度冯小刚和周星驰不“贺岁”了。2007年，国内贺岁片扛旗人冯小刚谈到明星贺岁时，坦言中国只有5人有票房号召力，分别为周星驰、刘德华、李连杰、梁朝伟、葛优。周星驰，无疑成为贺岁片和票房号召力的代表。

2013年春，内地贺岁档将亮相周星驰的新作《西游降魔篇》，此时距离他上两部票房大片《功夫》、《长江七号》已有五六年，距离周星驰名华人地区的《大话西游》更是10余年。世易时移，在内地影视业反超越港台，冯小刚、徐峥等新春新秀越战越酣之际，周星驰还有多少战斗力？有人发问“尚能饭否”，有人奔走相告，无疑是一件公众关注事件。

### 怀旧情结加搞笑三杰

近日，媒体消息传出，由华谊兄弟、中影、比高电影、威秀电影、文化中国传播集团和安乐影片多达五六家公司联合出品，倾尽大制作大腕阵容的喜剧大片《西游降魔篇》，将在集导、演、编才华于一身的周星驰亲自率军下，于2013年春节档登陆大银幕。制作方称，该片仍旧带有典型的“周氏喜剧”烙印，关于主演人选和主要剧情的各种版本传闻更

是众说纷纭，自开拍以来一直处于保密状态，可见该片对票房冲刺战的慎重。

在一年的制作期之后，这部拍摄期“零宣传”的电影概念预告片片和概念海报之后终于揭开神秘面纱。片方公布了60秒先导预告，三大主演文章、舒淇、黄渤正式亮相，与预告片中用高技术制造出的一群鱼妖、猪妖、猴妖一起再现周氏西游的魔幻世界。

“曾经有一份真挚的感情放在我面前，我没有珍惜，等到失去后才后悔莫及，人世间最痛苦的事莫过于此……”10多年前被全民传诵的《大话西游》经典台词犹在耳，业界认为这部《西游降魔》必然能煽动几代观众的怀旧情绪。至于周星驰本人近年来由幕后主演渐渐居幕后，“星迷们”见仁见智，有人认为削弱周星驰的号召力，有人则肯定了他作为导演才华的喜剧风格的成熟。

虽然周星驰在本片中不主演，但向来以慧眼著称的他，还是选取了非常有票房号召力的演员阵容。此次文章(唐僧)、黄渤(孙悟空)、舒淇(白骨精)三大强力阵容正式曝光，3个人同台飙戏已很难得，再加上星爷的超级喜剧功底，令人惊呼“期待值极高”。

而自《少林足球小子》之后，周星驰与时俱进，在《功夫》、《长江七



号》中加入的特效风格，在自己最有想象力的“西游”系列中当然也倾全力而为。据片方介绍，该片斥巨资设计了众多妖怪形象，“无论从视觉或故事情节上，都令人印象很深，与观众以往的传统印象不大相同”。而该片喜剧风格，片方称“延续了周星驰惯有的喜剧风格，笑中有泪，但又不乏温情令人深思，将一解大家对周氏喜剧的4年思念之情。”

### 周星驰的票房魔方

从20世纪90年代初开始，“周星驰现象”就引发了香港到内地影

迷、专家的诸多分析，《唐伯虎点秋香》、《鹿鼎记》、《大话西游》等部部经典影片，引发人们对周星驰戏路、角色、影响的大讨论，专家把周星驰影片定位为“后现代主义解构之作”，影迷则奉周星驰为“性情中人文艺新青年”代表，迄今仍有各路论坛在盘点周星驰为偶像的各路明星，印证着周星驰在江湖上呼风唤雨的那个时代。

除了攻克人心，周星驰的电影在香港影市式微之后，在内地继续传扬。在《喜剧之王》转型为导演的初次磨炼后，2001年，星爷凭借一部自导自演的《少林足球》火遍

华人世界及日韩欧洲，并获得好莱坞公司的垂青，买下该片在美国的上映版权。2004年，他的《功夫》在全球56个国家、地区上映，内地票房为1.7亿元，香港票房为6128万港元，全球票房总额1亿美元。这个在今年看来不算惊人的票房数据，刨去通货膨胀、人力制作成本上涨等因素，仍然是赚得盆满钵溢。尤其在香港创下的票房为香港历年最高票房，至今仍未被其他电影打破。

2008年，《长江七号》上映一个月，让周星驰进账近3亿元，也让片中太空狗“七仔”成为当年影视界的第一个“宠儿”，该衍生品的开发和销售为影片创造了新的盈利点，也带来了人们对中国电影后产品开发的多重思考。《长江七号》为中国电影及其衍生品开发贡献了两个创新——正版玩偶比盗版的更便宜、出品方和影院合开直销店。

### 明星经济是电影产业成熟的产物

20世纪90年代是香港电影产业极其辉煌的年代，在迄今为止的华语片香港票房排行榜中，“双周一成”(周润发、周星驰、成龙)的影片就有39部，占78%。其中由周星驰主演的影片就有《功夫》、《少林足球》等18部，占了36%，这可以说是

香港电影业的一个奇迹。而这“双周一成”也是经过市场锤炼出来的“票房保证”，他们的足迹近年已经深入国内电影产业。业内人士认为，涌现具有票房号召力的真正明星是电影业成熟繁荣之后才可能出现的产物。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰认为，从香港无线的“艺人培训班”开始，其由星探发现潜力股，然后由产业链上下游的影视公司对其进行包装，并由市场给予其丰富的锤炼机会，香港的电影产业模式合力造就了“明星经济”。

著名电视制作人铁佛认为，国内近年来虽然也涌现不少新秀，各能驱动一部分粉丝，像“囧”系列也把徐峥等人推出了水面，不过要说到大面积、长时期的票房号召力还远远不够。“根本原因是产业还不够壮大，市场空间太小。即使中国电影100亿元的规模，也无法跟好莱坞作为美国第四支柱性产业的现状相比，而市场不够壮大，是无法培养和承载大批的名导、明星、名编的。”铁佛说。

“华谊兄弟具有像当年香港无线那样的人才培训能力，但最大的问题是，它的生产稳定性不强，真正的好片子出得太少，艺人的机会还是不多。”陈少峰认为，目前电影产业结构还没有完全树立起良性循环的机制。