

校园电影院线: 转山爬坡在路上

□□ 本报记者 刘妮丽

一个“90后”、一个从古城西安走出来的年轻小伙怀揣一个关于校园影院的梦想,在创业的道路上行走。他叫叶少翔,木槿校园影院(以下简称木槿)创始人,他的目标,是与高校达成合作,在校园建立影院,与商业院线同步放映电影,同时,以校园影院为中心,建立包括社群、咖啡店、衍生品等线下互动为一体的产品体系,打通校园线上线下入口,导入庞大的学生流量,以校企互利的方式,实现对大学校园潜在商业价值的挖掘。木槿最终会建设成为全国连锁的校园电影院线。

打造校园电影文化生态圈

目前,木槿在一些高校原有报告厅、阶梯教室等场地的基础上进行深化设计改造,并安装专业数字放映机、金属银幕和音响等硬件设施,其中部分影厅实现了4K、巨幕放映。同时,木槿在校园影院旁边开设100平方米至300平方米大小不等的休息区,学生可以在休息区等待电影开场,也可以在此举办小型的社团活动、电影沙龙等。从电影映前投票排片、映中购票观影、映后评论分享等,木槿向电影周边延伸,通过兴趣或话题聚合,结合活动运营等方式,

逐步打造校园电影文化生态圈。

在活动运营方面,木槿组织了丰富多彩的活动建构电影文化生态圈。一是电影首映礼,在电影公映前,木槿会邀请导演、主演等主创人员,与学生面对面分享影片的创作理念与心得。二是电影沙龙,木槿会定期邀请国内外知名导演、编剧及影评人,让学生与其进行思想的交流和碰撞。三是校园电影节,木槿每年定期举办校园电影节,齐聚各校影迷,一起度过一个能吃、能喝、能玩的年度电影狂欢节,用不一样的方式玩转电影。四是微电影原创大赛,从剧本创作到拍摄制作再到电影搬上大银幕,微电影原创大赛给学生带来了展现自我的舞台,让学生实现从观影人到创作者的蜕变。

从2014年开始,木槿已在上海、天津、江苏、陕西、湖北、安徽、河南、四川、广东等地覆盖包括上海交通大学、华东师范大学、安徽大学、西安科技大学等30余所高校。未来两年,木槿计划在全国主要省会城市覆盖高校300所、覆盖大学生1000万人。

从“不靠谱”到获得风投青睐

日前,木槿已完成数千万元融资。这个创业仅3年多的项目,是如何获得风投青睐的?叶少翔说:“2014年,我在上海闵行区的一间地下室住了6个月,



木槿校园影院一景

每天早晨西装革履地挤1个小时地铁,去陆家嘴的高档写字楼里找风投,但那时风投只青睐互联网创业者,对我们做实体经济的不感兴趣,加上我又年轻,才23岁,更难博得风投的信任。我找来找去都没碰到合适的投资人。”投资人普遍认为建校园影院不太靠谱。

在寻找风投的过程中,叶少翔拿到了上海大学生创业基金会的20万元无息贷款,还获得了其提供的投融资推介机会。2015年7月,一位投资经理对叶少翔表示,他愿意投资100万元支持木槿。于是,叶少翔拿到了木槿的天使轮

投资。有了创业资本之后,叶少翔一边推进上海交通大学校园影院改造建设工作,一边拜访上海电影集团,力图与其达成长期合作意向,在校园影院与各大院线同步上映最新影片。同时,设置较为低廉的票价,热门影片票价在15元至20元之间,部分场次票价低于10元,以吸引在校师生走进校园影院。

叶少翔认为,大学生是中国受教育程度较高的群体,也是未来消费能力较强的群体,培养大学生对电影的消费习惯,将会对整个电影消费市场的发展起到推动作用。另外,大学生也是一个有

较高品位的消费群体,普通影院的排片未必能满足他们的需求。“比如,艺术电影在商业影院很难存活下去,但在学校却很受欢迎。艺术片、商业片、主旋律片3种类型是校园电影的主流。根据学生的需求,木槿在排片中特意安排了经典红色影片及世界优秀名著翻拍影片,而恐怖片、暴力片、有明显瑕疵的影片我们不会放映。”叶少翔说。

通过价格优势、地理优势、影片类型优势,木槿极大激发了大学生的观影兴趣。2017年,木槿平均上座率达35%至40%,单银幕票房达110万元。木槿占据了一个高质量、高需求的市场。2016年,木槿获得Pre-A轮融资1200万元,2017年7月又获得A轮融资500万元,同年11月获得B轮融资3000万元。

期待开通“双创”审批绿色通道

当然,拿到投资并不等于没有后顾之忧。“上海交通大学的校园影院装修耗资150万元,我们把拿到的100万元天使投资全部投入进去还不够,于是,又通过股权众筹、借高利贷等方式来填补亏空,一位合伙人把老家的房子都给抵押了。2016年,在拿到Pre-A轮融资后,我们才‘苟延残喘’下去。”叶少翔笑言。

而且,办证难成为校园影院建设的

一大“拦路虎”。2017年5月3日,教育部办公厅、原国家新闻出版广电总局办公厅发布《关于推进“全国校园电影院线”建设的通知》,大力推广全国校园影院建设。“尽管全国校园影院建设有相关政策支持,但要拿到校园影院的‘牌照’还比较困难。以上海为例,上海市文广影视局我去过多次,由于不同高校所属的区域不同,为了给每个高校办‘牌照’,上海6个区的文广影视局我都跑遍了。有的地方还涉及消防、工商、环保等部门,想拿到‘牌照’流程就更复杂了。希望政府开通‘双创’企业审批绿色通道,为‘双创’企业发展提供更为有力的支持。”叶少翔表示。

叶少翔常常“混迹”在观影学生中,听他们讲对校园影院的感受,以此确定工作改进的方向。他听到最多的抱怨就是电影场次太少,但场次安排太多又怕影响学生的学习,学校也不允许。“上海交通大学有几万名大学生,我们一场电影才200个座位,很多学生都买不到票,不过这些问题我们目前正在不断调整解决中。”叶少翔说。

今年9月,木槿影院APP将上线。“今年我们将签约50家至80家影院,等我们影院数量铺到100家以后,我打算在这些高校中举办微电影原创大赛,寻找优秀的电影人才和原创IP。”叶少翔说。

传媒龙头股中报成绩亮眼

□□ 本报记者 郑洁

7月以来,上市公司陆续披露半年报业绩,具备成长优势且行业景气度高的公司成为市场关注的焦点。目前,两市已有98家传媒行业的上市公司披露中期业绩预告,其中58家公司业绩喜人,占比达59.18%。当然,也有多家公司预报存在大幅亏损。这其中透露了什么样的资本行情及经营规律?

大多龙头股中期预报喜人

7月31日,分众传媒发布2018半年度业绩快报,报告期内其营业总收入71.1亿元,上年同期为56.41亿元,增幅26.04%;归属于上市公司股东的净利润为33.47亿元,上年同期为25.33亿元,增幅32.14%。

尚未披露正式中报的公司中,大多子行业的龙头企业发布公告,基本实现业绩预增,这被一些券商视为价值投资布局机会的显现,他们认为在垂直细分领域有核心竞争力及行业成长性的次新股有望获取高估值溢价,比如分众传媒、金逸影视、视觉中国、完美世界公司等。

近期,完美世界、宝通科技、捷成股份等公司也纷纷发布增持和回购信息。从资金面整体看,产业资本对传媒板块的认可度提升。

但同时,目前传媒板块的行业估值整体处于历史底部;由于今年以来影视界负面新闻不断,多家影视类企业也存在大幅亏损。比如此次出现首亏的华录百纳,据披露,预计上半年归母公司净利润亏损高达2.61亿元至2.66亿元。乐视网也预计增加亏损,预计上半年归母公司净利润11.05亿元至11.11亿元,目前其信誉度仍处于严重的负面漩涡中。

龙头企业各有所长

近期,阿里巴巴发布公告称,阿里巴巴及其关联方拟出资约150亿元,通过股权转让和增资认购的方式收购分众传媒10.33%的股份。紧接着分众传媒又与阿里巴巴签订总额不超过50亿元的业务合作协议,旨在共同搭建全新的在线广告投放系统,提高全城广告的投放价值。

业界认为,此次分众传媒与阿里巴巴不仅仅是投资合作,更是将全域营销推进到行业新高度。同时,2018年上半年中国广告市场依然存在结构性分化,传统广告增长略显疲态,但楼宇广告、影院视频广告持续高景气。根据CTR历史数据显示,2018年上半年中国整体广告市场增长9.3%,其中传统广告市场增长7.2%,电梯电视、电梯海报、影院视频的刊例收入分别同比增长24.5%、25.2%、26.6%。

值得注意的是,光线传媒由于公司在报告期内出售了所持有的新丽传媒股份有限公司的股份,以及当代东方由于前期布局的影院运营、娱乐营销、短视频等业务开始稳步盈利,预报达到了同比超过400%的业绩增长。

而另一家被券商看重的视觉中国则是A股稀缺的“以提供全球优质视觉内容为主的”互联网平台公司,受益于版权意识增强背景下内容付费对公司边际利润的改善,近年来,视觉中国也完成了一系列资本动作——收购摄影社区500px,切入社区化平台领域,通过社区流量导入形成内容生产、交易变现、版权保护的全产业链服务;2016年视觉中国收购全球第三大图片公司Corbis,承接其大量人类影像资料,国际化步伐加大。该公司主营业务清晰,兼具内生、外延资源优势,竞争壁垒较强,主营业务毛利率已经连续4年保持在60%以上。

哪些公司抗击打能力强?

在全行业去杠杆的政策背景下,传媒行业中期内估值受到一定压制,行业正在经历较长时间的估值修复期。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,本轮传媒板块龙头企业领涨行情,对整体资本市场行情作用有限。首先,股市反映出的资本市场的信心跟企业业绩关联并不直接;其次,资本市场行情和大的市场环境关系更密切。换句话说,股市的一时涌动并不代表机构投资者真正的看好。再次,此轮行情不排除阶段性因素,毕竟每年年中是文化消费的高峰期。一些公司的股份增持一是为了稳定股价,二也代表他们对自己公司和所处领域有较强的信心,同时也显示了这些公司有较为充裕的资金。

北京大学文化产业研究院副院长

陈少峰也谈到,今年以来,影视领域的资金撤出较为明显,预计接下来会对很多民间影视公司形成冲击。从预报行情看,上市公司尤其龙头企业具备较为稳健的财务制度,金融机构对其的授信也多,资金流充足,预计今后会在新一轮影视公司并购潮中寻找到机会。虽然很多小公司会退出影视投资,上市公司却可以并购到一些优质资产。

该轮行情是否体现了行业向好的发展势头,如实反映了企业的内生性增长?新元文智CEO刘德良表示,该轮预增情况和整体行业的发展状况是比较吻合的。

分众传媒凭借楼宇电梯地推广告的高效率,广告收益增长率高,目前市值较高,是其内生性增长的体现;视觉中国由最早的图片交易平台发展到如今以版权交易为核心的综合性企业,且已经形成以新媒体和广告设计为主的客户群,产业链布局效果显著;完美世界也是游戏产业中产业链布局较为完整的一家,在海外也有较好的经营业绩。但今年下半年游戏行业的产值可能会有些变化,比如版号新规对游戏行业的影响。

分众传媒获得阿里巴巴战略入股引得业界瞩目,魏鹏举分析,从趋势上看,线上流量成本已渐“不经济”,而分众传媒掌握了精准的拥有消费能力的线下资源,阿里巴巴入股分众传媒是其新零售(线上线下销售模式结合)的进一步优化。在游戏公司里,魏鹏举较为看好完美世界。“虽然由于人口红利的衰减,游戏业利润增速普遍放慢,但完美世界核心竞争力在于其国际化的拓展起步较早,且大多符合国家战略,具有较大的发展潜力。”魏鹏举说。

“完美世界在海外收入不错,同时进行产业链布局,是核心竞争力较强的一家公司。就资本行情而言,那些渠道型、平台型公司的经营稳定性更好。”刘德良说。

光线传媒虽然今年投资的电影并不是很挣钱,但因投资新丽传媒带来了巨额利润,“在当下去杠杆的大环境下,文创公司应以能抗风险为主。无论是影视还是游戏企业,都应追求产业化而非产品化发展,鸡蛋不能放在一个篮子里,巨额资金必须分散投资;同时,增加收入的多重来源,形成产业链。”陈少峰表示。

□□ 本报实习记者 彭士校

国家电影局数据显示,7月,国内电影综合票房达69.58亿元,排片场次955.95万,同比增长13.69%;全国影院平均上座率16.2%,1月至7月累计综合票房389.78亿元,同比增长20.95%;累计观影人次10.99亿人,同比增长18.43%。

从短期看,暑期档多部优质国产片有望助推下半年票房持续增长。从中长期看,高品质国产片带来的口碑与票房齐升,将有望提振电影市场整体信心。通过暑期档和整个上半年的电影市场表现,电影产业背后的资本运作尤其是投融资表现如何?它们相互之间是怎样的关系?通过对电影市场整体的理性分析和判断,我们试图汲取成功经验,并发现其背后资本运作的潜在问题,在未来的产业发展中加以规避,助力电影业的良好发展。

爆款电影整体质量有所提升

东方财富网文化传媒行业的调研报告指出:今年国产电影佳作频出,电影市场全年乐观。电影行业自今年年初以来保持稳健复苏态势,行业景气度持续提升。电影生产逐渐回归内容本质,更多高质量国产影片涌现,全年行业增速预计在10%至20%之间。电影市场投资行为仍遵循“内容+渠道下沉+规范化发展”三大核心逻辑。

据猫眼实时票房统计,今年暑期档的爆款电影主要集中在以下几部:6月29日《动物世界》上映,最终斩获票房5亿元、猫眼评分8.5、豆瓣评分7.3;姜文的《邪不压正》猫眼评分7.4、豆瓣评分7.1,最终票房5.83亿元;7月27日上映的《西虹市首富》,猫眼评分9.2、豆瓣6.7,累计票房23.71亿元;《狄仁杰之四大天王》与《西虹市首富》同天上映,目前累计票房5.93亿元;近期上映的《一出好戏》《爱情公寓》在上映后分别获得6.80亿元、5.21亿元的票房收入。就目前来看,这几部电影的票房收入在今年暑期档已算优秀,但相较于2017年单片最高票房《战狼2》56.79亿元的成绩,还是有所不及。暑期档电影繁荣景象背后,其实存在着一些深层问题。但可以肯定的是,品质和口碑在暑期档的票房数据中占据重要位置,高品质电影是吸引观众进入电影院的重要因素。

电影业投融资需谨慎而为

“今年的票房增长较快,尤其是暑期档,但影视公司并不好过,票房的增长和目前影视行业投融资状况并不成正比,社会资本的热潮正在减退,可能只有几个爆款电影能带来较大收益,对影视股利好。整体上看,目前影视股的跌幅较大,很多影视公司陷入股票质押状态。”新元文智CEO刘德良表示。

以北京京西文化旅游股份有限公司(以下简称北京文化)为例,这家公司近几年几乎每年有爆款电影出现,在题材和剧本选择方面能力很强,在市场规律下,爆款能为公司带来很好的营收,从而成为市场追捧的对象,也引发投资者的兴趣。但能否一直保持较高的项目选择和运行水平、持续出爆款是需要经受考验的。

从国家政策层面来看,国家税务总局启动对影视公司的税务核查,影视公司的资金链比较紧张,整个影视产业投融资状况并不乐观,在一定意义上是下滑的。“资本在撤离市场,整个社会的不信任导致影视公司普遍融资困难,投资决策需要建立在独立思考的基础之上。”光线传媒有限公司总裁王长田说。

有业内人士指出,从目前暑期档电影的发展势头来看,市场还有一定的上涨空间,但也不能太乐观,还存在很多弱点,一是收入来源太单一,基本上靠票房;二是品质难以获得提升,虽然电影票房高,但并不代表都是高品质,一些电影在国际上反响不大。

“现在影院建设很快,影院建设拉

动了票房的增长,但问题是,现在电影银幕已经供过于求。”陈少峰说。国家电影局发布的最新数据显示,2018年上半年全国电影银幕总数55623块,同比增长20.6%(较2017年底新增4847块,其中3D银幕49190块,占比88%。巨幕共计820块,包括全国县级影院银幕20742块,占比37%),增速有所放缓,但银幕数量还是有所增加。7月国内电影排片场次同比增长13.69%,与此同时,票房同比增速远大于排片场次增速,说明整体上座率同比大幅提升。在一定意义上反映出影院资源趋于饱和,票房的增长与这个行业所建设的影院数量不成正比。可见,很多人盲目投资影院,导致电影院的利润现在因为过度竞争而开始下降,建设成本在不断上升。

据东方财富网文化传媒行业研究报告显示,整体电影业的投融资风向是:游戏、影视等内容表现不及预期;相关公司如连年制造爆款的北京文化未来业绩具有不确定性;行业估值继续下行;行业竞争及发展不及预期。因此,2018年传媒行业中期投资策略为:关注产业生态演变,把握内容投资主线,重点关注电影受益概念股。

相关专家表示:“未来,电影业的投资不能仅投资电影项目及电影院,也应该对电影公司股权也即文化产业进行投资,把投资电影公司变成投资文化产业。只有将影视与互联网及其它产业结合,及时根据市场反馈和在互联网的传播情况来做大电影,要注意产业链的延伸,这样风险会降低很多,才能保持电影业的健康稳定发展。”



《西虹市首富》《一出好戏》海报