

2023年国内电影总票房增83% 国产片大放异彩囊括前十

证券时报记者 吴志

2023年国内电影市场各项数据已经出炉。多平台数据显示,2023年国内电影总票房约549亿元,同比增长约83%,电影市场快速恢复活力。除票房外,2023年,国内电影市场观影人次、放映场次、国产片票房等方面表现也可圈可点。2023年国内电影放映场次1.30亿场,创下历史新高;票房前十名均为国产片;新建影院857家,同比增长约3.5%。

电影市场回暖

受疫情影响,2020年至2022年国内电影票房分别只有203亿元、470亿元、299亿元。2023年作为疫情后行业复苏的关键之年,备受业内期待。

拓普研究院发布的报告显示,2023年中国内地电影市场总票房549.23亿元,比2022年增长83.5%,基本恢复至2017年水平,全球票房贡献比例提升至23.3%。

国内电影票房最高纪录为2019年的641.5亿元,今年票房已经恢复至2019年的85%以上。此前多数机构及从业者预计,今年票房有望恢复至2019年的80%,最终实际票房算得上“超预期发挥”。

与票房相比,观影人次(总出票数)距离2019年尚有差距。2023年,国内观影人次12.99亿,同比增长82.56%,与2019年的17.3亿仍有4.3亿的差距。与票房相近的2017年的16.24亿人次相比,也有3亿以上的差距。

观影人次差距较大,但票房接近,很大程度上得益于票价的提升。2023年全年平均票价为42.2元,比2017年的34.4元高出23%,比2019年的37.1元高出14%。不过,与2022年的42.1元相比,2023年票价涨幅相对温和。

此外,据拓普研究院报告,2023年全年放映场次1.30亿场,同比增长28.08%,创下影史终端放映数量的最高水平。上座率方面,2023年影院上座率7.9%,系2020年以来新高,但与2019年的10.8%仍有差距。

国产片占据票房前十

拓普研究院报告认为,疫情消退、供给充足、头部内容发力是2023年电影市场票房企稳回升的主要原因。数据显示,2023年新片509部,已恢复至疫情前的供给水平。《满江红》《流浪地球2》《孤注一掷》《消失的她》《封神第一部:朝歌风云》《八角笼中》《长安三

猫眼专业版显示,2023年国内电影票房前十分别为《满江红》《流浪地球2》《孤注一掷》《消失的她》《封神第一部:朝歌风云》《八角笼中》《长安三



万里》《熊出没·伴我“熊芯”》《坚如磐石》《人生路不熟》,均为国产片。

近年来,国产电影持续发力。2017年、2018年,票房前十的影片中分别有进口影片5部、4部。2019年、2021年、2022年年均只有2部,而2020年和2023年票房前十名均为国产片。

2023年进口影片票房最高的为《速度与激情10》的9.84亿元,其后为《巨齿鲨2:深渊》8.51亿元、《铃芽之旅》8.07亿元和《阿凡达:水之道》7.43亿元。

猫眼专业版数据显示,2023年,国内影市共产生过亿票房影片73部。相比之下,2017年有过亿影片95部,2019年则有90部,今年过亿影片数量远低于疫情前。

市场“冷热不均”

近两年,国内电影市场“冷热不均”现象越来越明显。一些重点档期票房屡创新高,而非重点档期票房频频遇冷。2023年这一现象尤为突出。

2023年的549亿元票房中,来自暑期档的票房高达206亿元,占全年票房的37.5%,暑期档票房大幅超出市场预期,创下历史新高。此外,2023年春节档票房68亿元,仅次于2021年;刚刚过去的跨年档,票房也创下历史新高。

从月份来看,2023年春节档所在的1月,暑期档所在的7月和8月,单月票房均创下同期历史新高。其中1月票房突破100亿元,7月、8月分别为

87亿元、77.7亿元。重点档期票房节节攀升,而非重点档期市场则明显偏冷。据拓普研究院报告,2023年共有84天票房大盘低于4000万元,高于2019年。而票房3亿元以上的天数有46天,略少于2019年。

该报告提到,市场严重冷热不均,一方面表明观众的观影热情仍在;另一方面表明冷淡期热门影片匮乏、观众购买力向热门档期集中是导致市场大盘冷热不均的重要原因。

机构展望2024年

随着电影市场回暖,A股相关上市公司2023年经营状况也明显好转。此前,A股主要影视院线公司公布的2023年前三季度经营状况显示,其收入均明显增长。

近期,上海电影率先披露了2023年全年的经营情况。2024年1月1日的公告显示,2023年上海电影直营影院累计实现票房6.32亿元(含服务费),同比增长129.71%,较2021年增长19.87%;累计实现观影人次1224.76万,同比上升127.34%,较2021年上升13.72%。截至12月底,公司共拥有已开业直营影院51家,银幕总数375块。

另外,上海电影下属联和院线累计实现票房44.83亿元(含服务费),同比增长105.9%,较2021年增长23.69%;市占率为8.28%,较2022年同期提升1.01个百分点,联和院线旗下加盟影院总数为796家,银幕总数

5101块。刚刚过去的2024年元旦档,国内电影票房15.33亿元,再创历史新高,2024年电影市场取得“开门红”。对于2024年的国内电影市场,多家机构近期已经作出判断。

华鑫证券在最新研报中指出,基于2023年票房回暖,常态基数下,动画影片及国产影片持续加持,2024年票房市场有望从修复到新增,院线与电影内容有望共荣。

东莞证券最新研报提到,2023年电影市场显著回暖,2024年电影行业取得开门红,元旦档票房创下新纪录,2月春节档有望延续高景气,推动市场持续修复。展望2024年春节档,截至1月2日,已有《红毯先生》《熊出没·逆转时空》两部影片定档,后续伴随更多优质影片陆续定档,刺激观众观影需求释放,有望推动2024年电影市场持续向好。

信达证券此前发布报告,爆款电影是推动我国电影总票房增长的关键性因素,优质内容的供给是加大用户群体影视消费的保障。展望2024年,《没有一顿火锅解决不了的事》《临时劫案》《熊出没·逆转时空》《红毯先生》《天才游戏》《哪吒之魔童闹海》《狂野时代》等大片储备有望贡献增量。



中国移动实控人完成30亿元增持计划

证券时报记者 刘灿邦

1月2日晚间,中国移动(600941)公告,2022年1月21日至2023年12月29日期间,实控人中国移动集团累计增持公司4236.7万股A股股份,约占公司已发行股份总数的0.198%,约占已发行A股股份总数的4.693%,累计增持金额30亿元,增持计划已实施完毕。

本次增持计划实施完毕后,截至2023年12月29日,中国移动集团直接持有中国移动4236.7万股A股股份,通过中国移动香港(BVI)有限公司间接持有中国移动148.9亿股港股份,合计约占中国移动已发行股份总数的69.808%。

回溯上述增持计划,基于对中国移动未来发展前景的坚定信心及中长期投资价值的高度认可,中国移动集团原计划自2022年1月21日至2022年12月31日增持中国移动A股股份,累计增持金额不少于30亿元且不超过50亿元。此后,中国移动集团将增持计划期限延长12个月至2023年12月31日,增持计划其他内容不变。

值得注意的是,根据2023年10月的一份公告,2022年1月21日至2023年10月16日期间,中国移动集团累计增持中国移动2625.84万股A股股份,累计增持金额约15.14亿元,已超过增持计划下限的50%。这意味着,在去年末的最后两个半月,中国移动集团集中增持了近15亿元的中国移动A股股份。

时间来到2024年,中国移动在2023年全年的客户数据变动情况也即将浮出水面。根据已披露的数据,截至2023年11月末,中国移动的移动业务客户总数已接近9.91亿户,2023年度已累计净增1594.2万户,另外,5G套餐客户数达到7.79亿户;同期有线宽带业务客户总数达到2.98亿户,2023年度已累计净增2608万户。

中国银河证券在近期的研究报告中指出,中国移动5G基站等新基建资源充沛,5G渗透率不断提升,基本盘盈利能力增强。同时,深度参与数据要素市场,政企云业务等新兴业务边际改善,运营商具备数据产业链端到端优势,从数据产生、

数据传输、数据存储和分析应用等方面,拥有最大的IDC和云计算资源池。运营商掌握数据全产业链,龙头有望优先受益。

“大数据产品形态方面,公司构建面向全行业的数据能力产品,推动数据要素赋能千行百业。”在2023年12月底举行的业绩说明会上,中国移动董事长杨杰特别提到数据要素业务。

具体来看,一是面向政府及企业提供群体洞察分析服务,并结合行业需求形成解决方案;二是面向金融行业风险评估场景,为银行、保险等持牌金融机构提供服务;三是面向政府及企业提供文化宣传、线上广告等用户触达服务。

此外,中国移动面向数据交易所提供“数联网”交付平台,提供集管道、隐私计算、区块链、DPaaS等工具的一体化服务平台;面向数据应用方拓展数据治理与运营服务;面向数据提供方提供数据治理、数据承销与第三方托管服务。

数据显示,2022年全年,中国移动大数据收入32亿元,2023年上半年达到25.6亿元,同比增长56.6%。杨杰表示,公司将持续强化新一代信息技术融合创新,不断推进新型信息基础设施演进,全面升级信息服务供给能力,进一步释放数据要素潜在价值。

杨杰还提出,算力、数据和算法是人工智能发展的“三驾马车”,中国移动在相关领域具备一定优势。算力方面,截至2023年上半年,公司智算算力已经达到5.8EFLOPS,自有算力总规模达9.4EFLOPS,预计2023年底可达到11EFLOPS。目前,公司正在规划建设超大规模单体智算中心,计划2024年投产。他还透露,公司专做模型算法的团队已有1500多人。

记者注意到,中国移动集团近日召开了2024年工作会议。杨杰提出,2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年,公司上下要牢牢把握新时代新征程国资央企工作的总目标总原则总要求,要深化建设新型信息基础设施,夯实数智化转型底座。深化构建新型信息服务体系,提升数智化发展质效。深化AI赋能应用,提高数智化经营水平。

减持隆平生物收益丰厚 隆平高科加码杭州瑞丰

证券时报记者 余胜良

隆平高科(000998)近日公告将转让隆平生物技术(海南)有限公司部分股权,预计交易产生投资收益约2.2亿元—2.5亿元。隆平生物虽然冠有隆平头衔,但是隆平高科已减持至只有5.0011%。这并不意味着隆平高科不重视转基因,隆平高科近年一直在增持杭州瑞丰生物科技有限公司股权。

公告显示,隆平高科与中央企业乡村产业投资基金股份有限公司(下称“央企基金”)签订股权转让协议,将持有的隆平生物10.9400%股权(对应注册资本892.1570万元)转让给央企基金,转让价格为36101.4650万元。

转让完成后,隆平高科对隆平生物持股由15.9411%变更为5.0011%。央企基金持股则由34.0037%变更为44.9437%。

2021年,央企基金以合计约4.1亿元获得隆平生物34.17%的股份,隆平高科持股比例由52.34%变更为18.13%。

隆平高科持续减持隆平生物,目前只是财务投资角色,央企基金持股过半,隆平高科实现了不菲的投资收益。隆平生物2019年5月成立,隆平高科认缴1300万元,2021年该公司估值12亿元,最新估值为33亿元,隆平高科投入不高,却已套现7.7亿元,这笔投资可谓划算。

与此同时,隆平高科很重视杭州瑞丰,隆平高科一直在通过各种方式增持,目前持有后者23.2%股权。

杭州瑞丰的瑞丰125在2020年1月成为首批获得抗虫除草剂转基因玉米安全证书的品种,公司是目前国内玉米转基因技术领先企业,获得安全证书数量也属业内领先。业内人士透露,转基因技术走进田间地头的主要是杭州瑞丰和大北农两家。

隆平生物还处在转基因安全证书申请阶段,目前已推进至安全证书申报阶段的核心产品是LP007,为4基因分子叠加抗虫除草剂玉米,其插入片段长度及大片段转化效率世界领先,同时通过遗传元件优化组合实现了在抗虫除草剂转基因高表达的同时不影响农艺性状,与国际跨国种企最前沿的遗传叠加多基因产品相比较,分子叠加转化体在拥有同样优异抗虫除草剂效果的同时可极大地加快生物育种速度,拥有更强的国际市场竞争能力。

隆平生物已获得环境释放阶段申报的多个第二代产品拥有更多的分子叠加抗虫基因,产品克服超大片段转化效率低的难题,其抗虫谱及抗虫除草剂效率全球领先。同时公司的二代产品还包括用于制种生产的雄性不育技术玉米,该产品可极大地降低玉米制种成本,有很广泛的商业化前景。

从进程上看,隆平生物要远远落后于杭州瑞丰,商业化尚需时日。截至2023年7月底,隆平生物总资产为59687.87万元,总负债为4880.88万元;2023年前7个月,该公司营业收入为17.17万元,净利润为-4301.88万元。

南航物流IPO获受理 三大航物流将齐聚A股

证券时报记者 康殷

赶在2023年年末,南航物流正式启动IPO(首次公开募股)。继东航物流2021年完成A股上市,国货航2023年9月深主板IPO过会后,三大航物流板块混改上市即将齐聚A股。

南方航空1月2日晚间公告,南方航空物流股份有限公司(简称“南航物流”)沪主板IPO于2023年12月31日获上交所受理。本次IPO,南航物流计划募资60.8亿元,其中,56亿元用于购置全货机,4.8亿元用于信息化及数字化建设。

南航物流借助全球化的航线网络,广深、上海的综合航空物流枢纽,打造多层次的航空物流产品体系,已成为国内领先的航空物流服务供应商之一。公司主营业务可分为航空速运、地面综合服务和供应链综合解决方案。

南航物流服务的客户遍及传统航空货运代理、快递物流、跨境电商、合作航司、生产厂商等多个领域,拥有众多知名客户。货机方面,截至招股说明书签署日,南航物流独家经营17架全货机,均为B777F大型全货机,拥有国内

领先的大型货机运输机队。借助全货机在远程航线上的显著优势,公司能够进一步提升国际业务的市场份额。此外,借助南方航空丰富的客机机队资源开展客货联运业务,公司形成了国内领先的客货联运能力和网络。

业绩方面,2020年—2023年上半年,南航物流实现营业收入153.25亿元、196.88亿元、215.38亿元和77.88亿元,同期净利润分别为40.14亿元、56.32亿元、46.48亿元和12.43亿元。

南航物流表示,2020年至2022年,受客机腹舱运力供应大幅下降的影响,航空货运市场格局发生了较大变化,供给端运力紧缺,出现供不应求情况,航空货运价格持续攀升,行业整体处于景气高点。在此背景下南航物流2020年度至2022年度收入和净利润也总体保持在较高水平。

南航方面介绍,实施混改后,南航物流将向现代物流综合服务转型发展,而混改募集的资金则将重点投入到增加航空货运运力、加强地面物流基础设施建设,构建“天地合一”航空物流产业体系。按规划,“十四五”期间,南航物流在稳定发展航空货运业务的基础上,重点推动现代仓储、供应链管理以及电商贸易板块的发展,初步

形成完整的航空物流产业链。随后,2022年12月,南航物流上市辅导备案获证监局受理。一年后,2023年12月,南航物流沪主板IPO正式获受理。招股书显示,南航物流本次发行上市方式为南方航空分拆下

子公司至上交所主板上市。招股书显示,截至2023年6月30日,南方航空直接持有南航物流55%股份,为公司控股股东。南航集团直接及间接持有南方航空66.52%股份,为公司实际控制人。

南航物流、国货航和东航物流是我国航空物流市场主要的参与者。中国国航旗下的物流业务国货航深主板IPO已于2023年9月顺利过会,拟募资65亿元。东航旗下的东航物流则在2021年完成A股上市。

回顾东航物流上市历程,2017年6月19日,东航物流引入联想控股、普洛斯、德邦、绿地集团等战略投资者,以22.55亿元出让45%的股权。2021年6月,东航物流在沪市主板上市,成为民航混改“第一股”。东航集团成为首家实现航空客运和航空物流两项核心主业“双上市”的国有大型航空运输集团。