

影院减少 银幕微增 国内院线进入“存量优化”阶段

证券时报记者 吴志

“试点下来反响的确实可以,我们已经在研究进一步延长试点服务了。”杭州西田城时代联合影城(下称“时代联合影城”)经理周明慧向证券时报记者表示。今年2月底,时代联合影城推出了一项创新服务:观影体验不佳的观众,20分钟内可申请退40%票价。

这项服务引发超预期反响。周明慧坦言,推出这项服务,一方面是因为市场竞争加剧,影院希望探索差异化经营路线;另一方面希望切实提升观众观影体验。

近几年,国内年度电影票房始终在500亿元上下波动,行业整体上座率震荡走低。激烈竞争下,部分影院选择退出市场,今年国内影院数量已有所下降;亦有不少影院选择更新设备、优化服务争取“留住观众”。



1 影院总数减少

每年春节档后是影院停业高峰。今年2月以来,多地影院陆续发布停业公告。拓普咨询提供的数据显示,截至目前,今年暂停营业影院数已超过300家,国内最新营业影院总数为13341家,较2025年底的13621家减少280家。

以武汉市为例,今年3月以来已有武汉莱纳万隆影城、中影星美影城王家湾店、华谊兄弟影院武汉黄陂店等门店停业。其中,华谊兄弟影院武汉黄陂店开业至今已有15年,该影院计划于4月6日停业。

国内影院此前经历了连续多年的快速增长。

2018年,国内影院总数首次超过1万家,达到10517家,截至2019年底、2020年底分别增至11470家、12000家。但近两年,国内影院增长明显放缓,今年甚至开始下降。

“2026年国内影院数量下降,是行业从增量扩张转向存量优化的必然结果。”拓普咨询CEO程飞向记者表示。

程飞进一步分析,一方面,当前国内银幕数仍在温和增长,新建影院中,三四线城市占比达51%,这反映出下沉市场仍是布局重点;另一方面,2025年关停影院740家,2026年影院数量

下滑,叠加头部院线暂停轻资产影院加盟,聚焦直营,说明行业已告别盲目扩张,进入量减质增的理性调整期。

程飞认为,目前国内影院存在结构性过剩的问题。虽然整体影院数量较多,但分布不均。一二线城市影院布局相对密集,部分区域甚至出现过度竞争,而三四线城市及农村地区仍有较大的市场空白。而今年这种总量稳定、结构调整的变化,正是市场对供需失衡的“自我修正”。

影视制作人、监制、策划人谭飞在接受记者采访时也表示:“当前整体上电影院数量较为饱和,目前市场可能难以支撑这么多影院,所以电影院总数下降也是正常的,比较符合产业规律。”

2 上座率低位徘徊

电影院是典型的资本密集型项目。A股院线龙头万达电影此前曾披露一份新建162家影院、1258个影厅的投资计划,其单个影厅的建设成本高达250万元,一家8个影厅的影院仅建设成本就高达2000万元。

影院的运营成本也不低。据业内人士介绍,影院刚性成本包括场地租金、人力成本、设备折旧与装修摊销等,这些费用通常难以压缩。

与之对应的是影院的收入来源较为单一。目前国内影院收入主要依赖票房分成,而在当前的分配机制下,一张50元的电影票,扣除税金和片方、院线分成后,影院实际到手仅

有约20元。当票房产出过低,影院运营成本就难以覆盖。

现实情况是,随着影院数量增长,近年来国内影院的上座率持续走低。灯塔专业版数据显示,2019年我国影院上座率为10.9%,2020年至今上座率均低于10%,2025年上座率为7.1%,2026年以来仅有6.6%。

今年3月11日,位于上海市宝山区的斐王影城停业闭店,这是一家有7个影厅、839个座位的影城。2019年高峰期,该影院年票房在700万元以上,上座率为14.5%;2025年,该影院票房降至339万元,上座率降至5%。

“我们平时去看电影,只要不是重要档期,经常一个影厅就一两个人。春节档这样的黄金档期会好一点,但影院也不能完全指望黄金档期‘撑场子’。”谭飞直言,目前的上座率,并不足以支撑行业的健康发展。

面对这种情况,记者了解到,部分院线公司已将影院运营成本管控列为重要工作,尤其是租金占运营成本比重比较大的影院,部分院线提出减租降租目标,直接与出租方谈判,期望通过降低固定成本,提升单店盈利水平。

横店影视在2025年年报中提到,公司以区域为单位,集中力量开展影院降租减租工作,通过技术节能改造、集中采购、加强设备预防性维护等举措,以及优化组织结构,改善人力成本效率,显著降低日常运营成本。

3 做些“不一样的”

“电影作为一种文娱消费产品,目前仍然有着不可替代的作用,市场仍然需要电影。而不论是给观众提供视听享受,还是提供社交娱乐场所,影院的地位都不可替代。”谭飞表示。

除了压降成本外,许多从业者仍在努力采取其他方式,期望留住更多观众。近期,杭州时代联合影城就因一项服务举措受到市场关注。该影院在今年3月至4月试行观影体验保障服务,影片放映20分钟内,对观影体验不满意的观众可选择退款40%。

“包括我们影城在内,周边一共约有7家影院,我们又属于开业比较久的老影城,竞争压力确实很大。去年我们投入大量资金做了硬件、设备上的升级后,也开始着手进行服务上的提升。”周明慧解释道,影院作为终端放映场所,无法掌握影片质量,但可以从服务上着手,尽力提升顾客体验,留住顾客。

激烈的市场竞争下,头部院线公司在压降成本、优化服务的同时,开始加大资源投入,推动多元业态的发展。

万达电影近年来一直聚焦于打造“超级娱乐空间”。公司近两年已陆续将好乐椰、S2TOYS、拍立方等新消费品牌“搬进”影院大堂,期望利用电影的场景区造能力,将影院变成连接Z世代兴趣与社交的“线下枢纽”。

上海电影去年推出了全国首家动漫主题影院,并同步打造了旨在提供乐园式消费场景的“影元社”。上海电影相关人员此前接受记者采访时表示,这些举措将有效延长观众观影前后的停留时间,提升观众的沉浸式体验与社交归属感,这也是公司将影院由放映场所向文化消费目的地迭代的探索。

程飞认为,面对现状,影院需要从规模竞争转向价值竞争,可行的路径包括技术升级与提升差异化体验,推动多元业态融合,提升非票房收入等。

在技术层面,他举例说,2025年国内特效厅的票房产出同比增长了48.5%,IMAX等高端厅场均收益达到999.5元/场,远超普通厅的489.6元/场,贵阳IMAX-GT影厅年产出票房2853万元,这证明高格式影厅是破局关键。

在业态融合方面,程飞建议,影院可以不再设置成过去的“大堂+影厅”的二元结构,而是在票房低产时段引入“电影+”模式,开展艺术展览、主题市集、电竞赛事直播等活动,将观众的消费行为从2小时的观影,延长为3至4小时的文化消费。

程飞认为,面对现状,影院需要从规模竞争转向价值竞争,可行的路径包括技术升级与提升差异化体验,推动多元业态融合,提升非票房收入等。

在技术层面,他举例说,2025年国内特效厅的票房产出同比增长了48.5%,IMAX等高端厅场均收益达到999.5元/场,远超普通厅的489.6元/场,贵阳IMAX-GT影厅年产出票房2853万元,这证明高格式影厅是破局关键。

在业态融合方面,程飞建议,影院可以不再设置成过去的“大堂+影厅”的二元结构,而是在票房低产时段引入“电影+”模式,开展艺术展览、主题市集、电竞赛事直播等活动,将观众的消费行为从2小时的观影,延长为3至4小时的文化消费。



小米集团去年净利润392亿元大增43.8%

证券时报记者 王小伟

小米集团(01810.HK)3月24日发布2025年业绩,公司2025年总收入达4573亿元,同比增长25%;经调整净利润392亿元,同比大增43.8%,两项指标均创历史新高。

具体来看,手机×AIoT(人工智能物联网)分部收入3512亿元,同比增长5.4%。其中智能手机业务收入1864亿元,出货量连续5年稳居全球前三;IoT(物联网)与生活消费产品业务收入1232亿元,同比增长18.3%。境内与境外收入均创历史新高;互联网服务收入374亿元,同比增长9.7%,创历史新高。

小米集团去年智能电动汽车及AI等创新业务分部收入首次突破千亿元,达1061亿元,同比增长223.8%。其中,去年第四季度营收占比超三成,

占比逐渐趋近手机业务。同时,汽车业务首次年度扭亏为盈,年度经营收益首次转正至9亿元。

高端化是小米战略的关键词。从去年来看,多条高端业务线已经显现。例如,小米智能手机加速向高价位段渗透。第三方数据显示,2025年小米在中国内地3000元及以上智能手机销量占比达27.1%,同比提升3.8个百分点,创历史新高;其中4000—6000元价位段销量市占率提升至17.3%,同比提升0.5个百分点。

得益于小米15 Ultra、小米17 Pro Max、小米17 Ultra等超高端新机的带动,去年小米在超高端市场取得突破:据第三方数据,2025年小米在6000—10000元价位段销量市占率同比提升2.3个百分点至4.5%。

汽车方面,小米首款超跑概念车也正式亮相。2025年小米汽车全年交付41.11万辆,同比

大增200.4%,汽车均价25万元,同比保持增长。

新一代小米SU7在今年3月19日发布,开售34分钟锁单突破1.5万辆,开售3天锁单突破3万辆。去年小米SU7累计售出24.6万辆新车,成功跻身2025年国内20万元以上轿车销量冠军;截至2026年2月,小米YU7已连续7个月稳居国内中大型SUV销量第一。

小米2025年全年研发投入331亿元,接近全年利润,同比增长37.8%。研发人员总数达2.54万人,同比增长20.1%。据财报最新披露,过去五年(2021—2025年),小米已累计投入研发资金1055亿元。

小米AI大模型实力取得突破。近期,小米发布三款自研大模型——旗舰基座模型Xiaomi MiMo-V2-Pro、全模态大模型Xiaomi MiMo-V2-Omni和语音大模型Xiaomi MiMo-V2-TTS。

“前两天金价跌了不少,但今天没有再跌了,现在是入手的好时机。”3月24日,郑州二七商圈周生生某门店销售人员向记者介绍,虽然当日该品牌金饰价格为1350元/克,但门店有折扣活动,到手克价仅需1280元左右。

金价大幅回落

一个月前,周生生品牌金饰价格约1590元/克,近一个月来跌幅达15%。

品牌金饰价格波动密切同步国际金价走势。3月24日,伦敦金价最低报4300美元/盎司,前一日低点触及4098.25美元/盎司。虽然价格小幅回暖,但截至3月24日,伦敦金价年内仅涨约2%,近几日的急跌已让金价几乎回吐年内涨幅。

3月中下旬,全球金融市场普跌,除能源化工外的大宗商品和美债都出现下跌,作为避险资产的黄金也不例外。截至3月24日,COMEX(纽约商品交易所)黄金期货4月合约和伦敦黄金现货月度跌幅都超过17%,而COMEX白银期货和伦敦白银现货跌幅也高达28%左右。与此同时,前期涨势强劲的有色金属同样大幅调整,其中LME(伦敦金属交易所)铜价在3个月内跌幅也超过9%。

中东冲突超预期

谈及近几日贵金属及有色商品的整体高位回落行情,广州金控期货研究中心副总经理程小勇认为,原因有多方面。

一是中东冲突持续时间超预期,市场交易逻辑从原油供应中断带来的通胀转向全球经济衰退。以两次石油危机为导火索,20世纪70年代,全球主要经济体普遍陷入滞胀,集中表现为通胀大幅上行、消费支出下滑、工业生产萎缩、经济增长明显减速。IMF(国际货币基金组织)研究显示,能源价格上涨10%并持续一年,将使全球通胀率上升40个基点,经济增速放缓0.1%—0.2%。

同时,高油价导致市场预期美联储货币政策将暂停宽松,甚至可能在明年转向紧缩。3月美联储议息会议如市场预期一样暂停降息,会后公布的点阵图显示,2026年只会有一次25个基点的降息,甚至有一位官员预计明年加息一次。对于多数资产而言,特别是贵金属和有色金属,实际利率上升必然会增加持有成本。截至3月23日,衡量美元实际利率的10年期TIPS(通胀保值国债)收益率突破2%,这也是自2025年7月21日以来的首次。

此外,市场会为保障流动性而抛售部分资产。由于市场担忧发达经济体通胀反扑,

金价回吐年内涨幅 市场担忧发达经济体通胀

证券时报记者 赵黎韵

以及美联储暂停降息,美元流动性收紧预期和金融市场普跌引发私募基金抛售资产,包括股票和黄金等以换取流动性,降低杠杆。

程小勇认为,高油价还带来另一个担忧:各国央行可能因高油价导致经济受到通胀和进口支付能力的冲击而抛售部分黄金。对于铜等有色金属而言,交易逻辑则有一定差异:铜和碳酸锂等新材料,市场可能先反映需求冲击,后反映供给问题。由于中东冲突,中国对中东的光伏出口可能受影响,而全球经济受高通胀冲击也可能带来需求端的负面影响。白银大幅回调也是同样逻辑——光伏的需求冲击。不过,因海湾地区是全球重要的电解铝生产地区,产量约占全球的7%,铝先反映的是供给冲击。

展望后市,程小勇预计,中东冲突的持续时间仍是决定有色和贵金属等商品走势的关键因素。他认为,中东战争持续时间虽超预期,但美以和伊朗都承受多重压力,达成协议的条件越来越成熟。然而,原油供应的恢复还需要时间,但市场反映衰退的逻辑会淡化,重新回归AI等科技驱动、去美元化和有色供给短缺的逻辑,有色和贵金属将逐步止跌,能源化工涨势将趋缓甚至会出现大幅回落。从交易策略上,市场剧烈波动下多空策略都存在风险,应以做好风险对冲为主,不宜重仓单边押注。

后市有望重拾升势

卓创资讯贵金属分析师黄加奇认为,黄金的避险属性和资产压舱石作用仍在,但价格的反复一定程度上削弱了市场的投资信心,且宏观消息面多空尚不明朗,后续的走势仍需跟踪与美联储货币政策相关的几个因素:中东局势演变是否继续推升能源成本、特朗普前期所征全球关税是否需要退还以及新关税框架能否推行、美国非农就业报告和3月CPI数据对降息的引导等。建议广大投资者结合自身风险承受能力,合理控制仓位,谨慎投资。

“当前市场普遍认为贵金属市场呈现‘短期承压,长期看好’的格局。”上海钢联铅锌资讯部贵金属分析师黄廷则表示,短期来看,在美联储货币政策转向和地缘局势未明朗前,贵金属价格可能继续维持震荡承压的态势。市场需要时间来消化鹰派政策带来的冲击,并等待新的企稳信号。中长期来看,支撑黄金牛市的根基并未动摇。全球央行持续购金、去美元化趋势以及对美元信用的长期担忧等因素依然存在。许多机构认为,当前的深度回调是市场正常调整,待市场情绪稳定后,金价仍有重拾升势。

风范股份拟剥离晶樱光电60%股权

证券时报记者 叶玲珍

跨界光伏领域近3年后,风范股份(601700)拟剥离苏州晶樱光电科技有限公司(下称“晶樱光电”)股权。

3月24日晚间,风范股份发布公告,公司拟在江苏省产权交易所挂牌转让所持晶樱光电60%股权。本次挂牌仅为信息披露并征求意见,不构成交易行为,待完成公司内部审议程序及相关单位的批准程序后,再进行正式挂牌,目前交易对方、价格、支付方式等尚未确定。

股权结构显示,风范股份持有晶樱光电60%股权,若本次股权转让完成,风范股份将“清仓”晶樱光电。公司表示,本次股权转让旨在聚焦主责主业、提升核心竞争力并确保国有资产保值增值。

证券时报·e公司记者关注到,风范股份此前主营电力铁塔及钢结构业务,于2023年完成对晶樱光电60%股权的收购,跨界布局硅片、电池片等光伏制造业务,交易价格为9.6亿元。

然而,在完成收购后,光伏行业整体陷入阶段性产能过剩,晶樱光电业绩不达预期,2023年、2024年均未完成业绩承诺,其中2024年营收为7.36亿元,净利润为亏损3.9亿元。2025年前三季度,公司净利润为-9631.76万元,仍处于亏损状态。

光伏业务亏损对上市公司整体业绩形成拖累。业绩预告显示,风范股份预计2025年净利润为-3.8亿元至-3.2亿元,同比由盈转亏。对于业绩大幅下滑的原因,公司表示光伏业务面临产能过剩和价格下行的压力,预计全年将会计约3.39亿元

商誉减值。事实上,市场对风范股份调整光伏业务已经有所预期。在2025年12月2日召开的业绩说明会上,有投资者问及公司是否计划对光伏业务进行战略收缩或重组,公司表示会考虑通过适当的整合减少光伏行业下行给公司带来的业绩拖累,并提出将积极响应光伏行业“反内卷”政策,及时调整自身经营策略。

今年1月,风范股份宣布对下属企业岳阳晶樱光电科技有限公司(下称“岳阳晶樱”)减资4000万元。公司表示,光伏行业目前产能过剩,而岳阳晶樱短期内无重大投资计划,未来经营性资金需求降低,减资旨在盘活冗余货币资金,有效提升资金使用效率。

今年3月,晶樱光电总经理、原东黄金强辞去上市公司董事、副总经理职务。

虽然跨界光伏并不顺利,风范股份的转型步伐似乎并未停止。2026年1月26日,公司公告拟使用约3.83亿元自有资金及自筹资金收购防务自动化装备、重载机械装备企业炎凌嘉业51%股权,切入防爆自动化领域。

交易事项公布后,交易所第一时间向风范股份下发问询函,要求公司补充披露交易目的、标的公司业绩承诺及财务状况。不过,因实施条件尚未完全成熟,目前前述交易已经终止。

