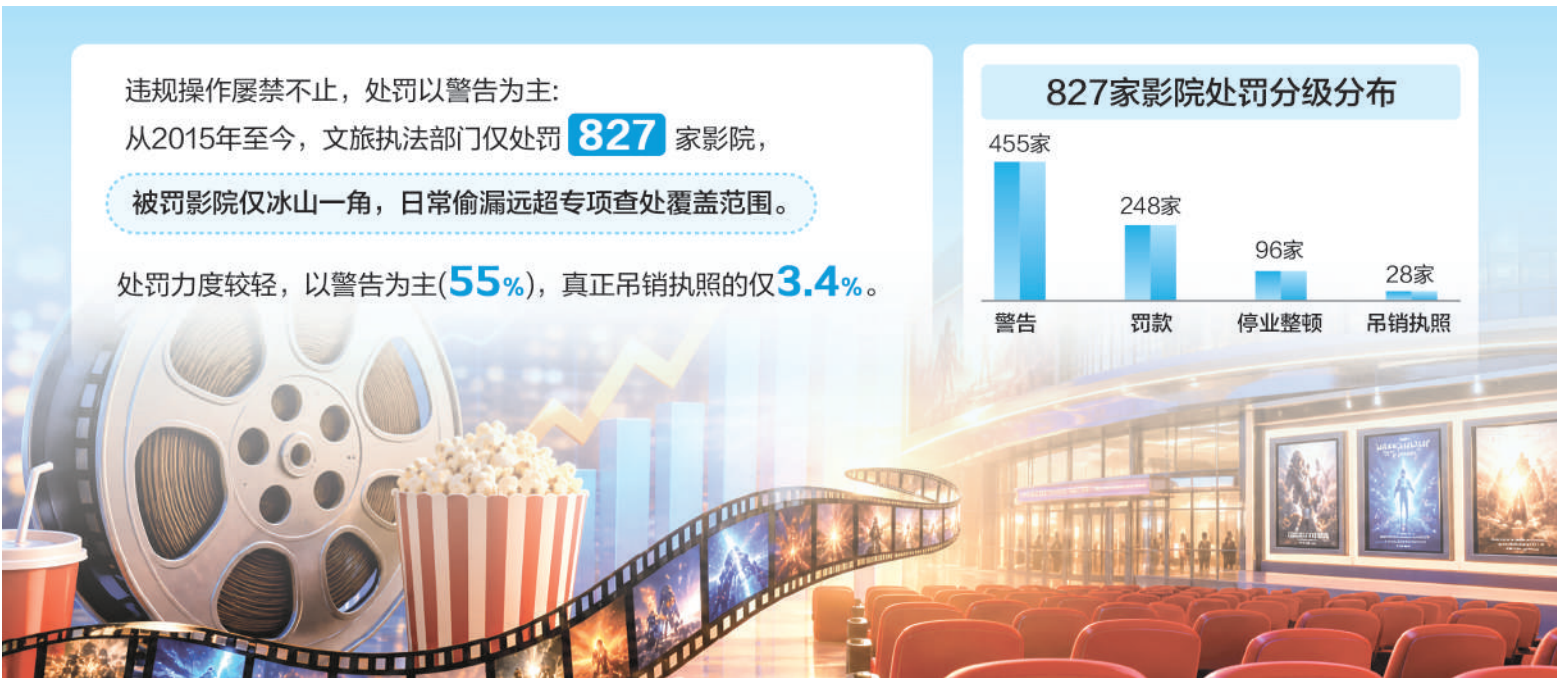


热门影片屡遭“偷票房”片方维权费脑筋



图片来源:AI生成

证券时报记者 吴志

观众看A电影，影院要么给一张B电影的票，要么给手写票而非机打票，这种看似“无伤大雅”的操作背后，隐藏着一个困扰电影行业的顽疾：“偷票房”。

近期，随着多部热门影片上映，暑期档票房节节走高，“偷票房”一词也再度登上各大平台热搜。深受“偷票房”困扰的电影《功夫女足》近期公开发声，呼吁抵制影院偷漏瞒报票房的行为。不只是《功夫女足》，近年来上映的多部热门电影，均曾遭遇“偷票房”困扰。

“热门影片因为看的人多，票房整体较高，影院‘偷票房’更难被发现，所以热门电影被‘偷票房’的现象也更多一些。”电影行业资深从业者林文(化名)向证券时报记者表示。

热门片屡遭“偷票房”

电影票房是一个备受关注度且高度“透明”的数字。每部电影上映后，票房、场次、上座率、平均票价等数据都会同步实时更新。票房数据主要由各终端放映影院进行报送，基于这一数据，影院与片方将按相应的分成比例进行票房结算。

“偷票房”则完全游离在这套规则之外。“影院通过漏报、瞒报等方式减少票房上报，将原本应该与片方分账的票房吞下。”林文向记者表示，影院“偷票房”会直接导致片方的经济利益受损。

“偷票房”现象由来已久，已成为困扰电影产业发展的“顽疾”，尤其是热门大片上映期间，这一现象往往更为显著。

以摘得中国影史票房冠军的《哪吒之魔童闹海》为例，该片在2025年春节档上映后，有大量观众曝光部分影城以虚假出票、出具手写票等方式漏报瞒报票房。此后，包括《哪吒之魔童闹海》在内的6部春节档影片联合声明，将通过线上数据对比、线下人工监察等方式对“偷票房”行为予以打击。

近期，周星驰导演的新片《功夫女足》上映期间，也有部分影院被曝光存在“偷票房”行为。片方公开呼吁抵制偷漏瞒报票房行为。

周星驰影迷会在公开发布的文章中提到，安徽六安华腾国际影城、江西新余中影时代影城等存在“偷票房”行为。

证券时报记者近日联系了上述两家影院。安徽六安华腾国际影城接线人员否认影院存在“偷票房”行为。接线人员称：“如果我们存在‘偷票房’行为，密钥肯定已经被停掉了。”江西新余中影时代影城一位负责人则表示，影院已经就此事向片方进行了解释，目前该影院《功夫

女足》正常放映。

行业研究机构拓普数据近日发布的《2026年放映终端偷漏瞒报行为报告》指出，“爆款效应”与“偷票房乱象”并存，已是电影市场多年的问题。今年上半年国内影院偷漏瞒报问题突出，违规行为损害多方利益。

操作手法日趋隐蔽

影院偷漏瞒报票房，核心是利益驱动。按照行业现行主流模式，一张100元的电影票，在扣除合计约8.3%的国家电影事业发展专项资金及相关税费后，影院方通常能拿到剩余票房的57%，而片方获得另外43%。

若影院偷漏瞒报票房，则可不与片方分账，获得全部91.7元甚至100元票款。巨大的差价，让部分影院选择违规操作。

林文告诉记者，近年来，随着票房监管体系的日趋完善，“偷票房”现象已明显收敛，但部分“偷票房”行为也变得更加隐蔽，难以察觉。

他介绍，实际操作中，影院有多种方式实现“偷票房”。比如观众看热门的A电影，影院出具较为冷门的B电影的票，而B电影的片方可能仅追求表面的票房数据，不参与实际票房分账，或仅以较低的比例分账，这给影院留下了利益空间。

电影行业资深分析师沈竣(化名)向记者介绍，若两部电影票价不同，影院也可实现“套利”。“比如A电影票价30元，按比例需要分账给片方约11.8元；而B电影票价15元，若影院出具B电影的票，只需要分账给片方约5.9元。”

不过，林文表示，线上操作较为复杂，有一定难度。影院更常见的偷漏瞒报方式是不出票，或仅出具手写票。观众购买电影票后，影院提供的是无法溯源的手写票，实际可能并未出票，而这种现象大多发生在线下购票场景中。

根据拓普数据发布的报告，线下前台售票正是偷漏瞒报票房的高发渠道。沈竣向记者表示，“偷票房”一直是行业顽疾，这两年这种行为更为隐蔽，线下前台售票违规的情况更多一些。当消费者到影院前台买票，除非片方派人现场盯着，否则很难监管。

对于哪些影院更容易出现“偷票房”行为，多位受访人士均表示，中小影城这一现象更为突出。这主要是因为大型连锁影城有相对完善的监管体系，而单体影城、中小影城面临更大的经营压力，同时也缺乏相应的监管措施。

片方维权面临难题

“偷票房”行为不仅直接损害相关方利益，对影视行业的健康发展也产生不利影响。电影

投资本身具有高风险性，票房的“跑冒滴漏”让片方更难收回投资成本，直接影响其后续影视项目开发的积极性。

实际上，近年来我国电影产业相关法律法规日趋完善，对“偷票房”等行为的监管力度在不断提升。

北京韬安律师事务所律师刘锦丽向记者表示，根据《中华人民共和国电影产业促进法》相关规定，影院应当如实统计票房收入，不得虚报、瞒报，否则根据涉事情节的严重性，轻则会没收全部违法所得，并处相应罚款；重则面临责令停业整顿、吊销许可证等严厉处罚措施。

然而，从过往实际案例来看，片方在面临“偷票房”问题时，采取的措施通常较为有限。对于存在“偷票房”行为的违规影院，多数片方仅是暂停其密钥。即便被“偷票房”直接导致经济损失，片方也较少直接采取法律维权措施。

刘锦丽告诉记者，片方较少直接采取民事诉讼方式维权的主要原因是举证难度大、维权周期长、维权成本相对较高。片方自主维权，一般诉讼流程需要的时间都在几个月以上，等到判决作出、执行落地，影片的热映档期可能早已结束，难以达到及时止损的维权效果。

“现在行业对发行方都以排片率作为考核标准。发行方为了追求更高的排片率，对于影院的违规行为可能采取包容态度。而且相较于追回流失的分账收益，维持渠道合作的稳定优先级更高。”沈竣表示。

沈竣建议，未来可通过推行售票系统全“云端化”，构建影院黑名单库，线下部署监控设备实时核验售票情况等举措，提高对票房的监管效率。

“比如可以将违规影院录入云端黑名单库，全行业片方实时共享该数据，正在上映的影片暂停密钥，待映影片不提供首轮放映密钥。通过这种方式，片方可抱团协同治理违规行为，倒逼影院合规经营。”沈竣说。

刘锦丽认为，改善当前局面的关键可能在于压缩违法空间、降低片方的举证难度并提高违法成本。可以通过进一步完善票房监管机制，特别是利用技术手段强化票房数据的留存、核验和追溯，增强数据的及时性和透明度。另外，可进一步完善行政执法与民事诉讼之间证据衔接机制，充分发挥行政调查取证手段的作用，减轻片方单独取证的负担。

“行政监管、行业信用约束和民事赔偿等多种机制形成协同治理，有助于增强威慑效果，提升影院整体违法成本，更有效维护权利人的合法权益以及电影市场秩序。”刘锦丽向记者表示。

2026年暑期文旅市场持续升温，国内景区、文旅小镇、城市商圈客流稳步攀升。多地依托生态、气候、民族资源打造差异化文旅产品，成为今年暑期市场一大亮点；与此同时，免签政策红利持续释放，不少外国游客来华，为文旅消费注入新增量。

业内人士对证券时报记者表示，差异化特色文旅供给可从引流、留客、复游三方面发挥积极作用。不过当前不少区域仍存在产品雷同、业态单一等短板。破解文旅同质化难题，关键在于深挖本土文化、树立前置运营思维，依托内容激活物理空间，持续释放文旅消费潜力。

避暑游占主导

近日，证券时报记者走访北京多家旅行社了解到，暑期游订单增长态势显著，避暑类线路成为市场爆款，近郊短途避暑与跨省长线避暑双线同步走热。其中，长白山、坝上草原、云贵等高海拔长线避暑产品预订量大幅攀升，亲子家庭、中老年游客纷纷奔赴清凉目的地。

众信旅游公关经理李梦然告诉记者：“伊春、长白山、川西、内蒙古等地都较为火爆。国内便捷化高铁网络也让游客更倾向选择国内游，出行安排灵活，无需预留签证筹备周期；加之景区配套持续完善，进一步助推国内避暑游热度攀升。7月众信旅游避暑游产品已基本售罄，8月国内避暑游产品报名率接近八成。”

在线旅游平台数据同样亮眼。7月16日，途牛数据显示，避暑游相关产品咨询及预订热度成倍增长。亲子客群成为避暑游主力军，预订出游人次占比超65%。此前飞猪数据显示，暑期旅游热度同比增长超40%，亲子客群和大学生客群旅行预订量分别同比增长31%、58%；暑期包车游订单同比增长77%。去哪儿旅行数据显示，7月以来“避暑”“纳凉”“夜游”搜索量环比增长230%，“漂流”“溯溪”等亲水项目搜索量激增。

“今年国内暑期避暑游玩法多样，森林徒步、漂流、入住蒙古包等体验一应俱全，特色住宿与沉浸式游玩产品供给十分丰富，备受亲子游客青睐。与此同时，不少追求康养旅居的中老年游客，倾向选择8月、9月错峰旅居，避开盛夏高温热浪。”李梦然称。

特色文旅供给足

今年暑期，多地持续推出文旅促消费举措，差异化特色文旅供给成为一大亮点。证券时报记者梳理发现，陕西打造红色研学、避暑旅游、文化休闲多元消费场景，以消费补贴、景区让利、交通联动、文化供给四方面发力，策划九大主题2100余场文旅活动。云南各地聚焦“一州(市)一特色”，举办曲靖龙舟赛、丽江民谣音乐节、普者黑花脸节、安宁八街荷花节等特色活动。青海聚焦“夏季来青海看雪山”核心IP，推出生命树主题线路、精品自驾线路、清清黄河旅游带线路，串联省内优质生态与人文资源，开展“青海家宴”推广活动等。

从全国来看，文化和旅游部7月8日启动2026年全国暑期文化和旅游消费季。消

暑期文旅市场火热 差异化供给成亮点

证券时报记者 曹晨

费季期间，各地将围绕消暑避暑、滨海度假、夜间经济、游轮游艇、亲子游乐、研学旅行、非遗美食、博物馆游等热点需求，举办超3万场次文旅消费活动，发放超4.5亿元消费补贴。

头部房企也在加码特色文旅供给。中旅国际相关负责人对记者表示，公司旗下位于中国广西与越南高平省交界处的德天跨国瀑布景区，推出中越青少年徒步跨境交流季活动、德天瀑布落日音乐会、牛奶瀑布边境营地、中越风情AI科技秀、悬崖咖啡奇遇记等暑期新玩法。

首都经济贸易大学旅游研究中心主任蔡红对记者称，要打造辨识度鲜明的在地文化场景，依托常态化节事活动平抑季节性客流波动；把控业态定位，审慎引入同质化连锁品牌，择优引进本土特色主理人商户；搭建主客共生社群，推动景区联动本地居民，创客共建文旅生态，夯实游客复游基本盘。

“文旅行业应紧扣大众旅游消费新趋势，持续推动产品与服务创新迭代。可面向亲子、学生、银发三大暑期旅游细分市场开展精细化创新，积极推动跨界融合，加强与体育、工业、农业等产业联动创新，拓宽暑期文旅消费边界，培育增量市场。”同程旅行相关负责人表示。

入境游成为新亮点

今年以来，入境游市场持续增长。国家统计局近日发布的数据显示，2026年上半年入境外国人2291.4万人次，同比增长20.4%；其中免签入境1781.5万人次，同比上升30.6%。

步入暑期，入境游市场热度进一步升温。中旅国际相关负责人对记者表示，暑期以来，旗下锦绣中华景区外籍游客接待量同比增长超50%。中国民俗、非遗项目、特色演艺、汉服体验等内容，为境外游客一站式沉浸式感受中华文化提供良好载体；景区配备AI翻译机，满足国际游客数字化游览需求。

同程旅行旗下平台HopeGoo数据显示，7月以来，爱丁堡、巴塞罗那、伦敦、马德里、罗马等欧洲城市飞往中国的机票预订热度环比增幅均超两成；英国往返国内主要城市部分航线预订热度同比增幅突破80%。除一线城市外，成都、乌鲁木齐、西安、贵阳、哈尔滨等地入境航班客流量实现不同程度增长。

入境游市场红利持续下沉。携程相关负责人向记者表示，平台一季度数据显示，净增入境接待酒店中，三、四、五线城市占53.2%，一线城市仅7.5%，四线城市入境接待量为一线城市2.4倍。开封、洛阳、大同、景德镇等城市，入境游酒店供给两年增幅普遍超200%。

蔡红建议，行业可进一步丰富多层次入境旅游产品供给。一方面升级长城、黄山等经典目的地，推出山地、滨海避暑线路；面向海外市场开发中医理疗、森林疗愈等康养产品，打造市井美食探访、非遗手作体验项目，并依托工业智造、数字文博、高铁旅行资源发展科技旅游。另一方面挖掘山东临清、福建泉州、广东潮汕、浙江松阳等特色小城潜力，开发小众深度旅游线路，满足境外游客多样化出行需求。

智元创新启动赴港上市流程

证券时报记者 聂英好

7月24日，证券时报记者获悉，通用AI机器人公司智元创新(上海)科技股份有限公司(曾用名上海智元新创技术有限公司，即智元机器人，现简称“智元创新”)已启动赴港上市流程。

智元创新成立于2023年2月。据Omdia统计，2025年智元创新通用人形机器人出货量超5000台，位居全球第一，占据全球人形机器人市场约39%份额。据灼识咨询相关数据，按2025年及2026年第一季度收入计，智元创新是全球最大的通用AI机器人公司。

自成立以来，智元创新围绕技术研发、产品建设和产业落地三条主线同步推进。在产品层面，智元创新拥有较全的产品矩阵，涵盖轮式、半人形、人形和四足机器人，已进行全系列全场景产品布局。

官网显示，智元创新核心团队由邓泰华(董事长兼CEO)、彭志辉(总裁兼CTO)、姜青松、姚仰青等组成，覆盖算法、本体、软件、供应链、制造及商业化全链条。团队兼具技术研发与产业化落地经验，研发人员占比约70%。

2025年，智元创新实现超5000台机器人量产；2026年6月，通用具身机器人累计

下线突破15000台。伴随产品规模扩大，智元创新持续将机器人导入工业制造、商业服务、科研教育和文娱展演等场景，在真实任务中验证产品稳定性，并以部署产生的数据反哺模型和本体迭代。

从财务表现情况来看，在4月举办的智元合作伙伴大会上，智元创新董事长邓泰华透露，该公司2025年收入10.5亿元，较2024年0.6亿元收入大幅增长。邓泰华称，智元创新是中国最快实现收入超10亿元的机器人公司，计划2027年实现100亿元营收，并开启第二曲线；至2030年实现1000亿元营收，并迎来第三曲线。

投资布局方面，凭借“投早投小”的打法，智元创新过去一年多实现8倍年化投资回报。公司通过合资设立至少17家新公司，与上市公司或地方产业集团合作，切入产能、渠道与场景。邓泰华2025年曾透露，已投资15个早期项目，其中七成由智元创新主导孵化，其余押注种子及天使阶段。未来五年，智元创新将投入20亿元专项资金，用于科研创新、人才培养、伙伴发展及社区运营。

据不完全统计，已有超过40家上市公司与智元创新达成资本等层面合作，涵盖领益智造、上纬新材、博众精工、卧龙电驱、均普智能、大丰实业、比亚迪、上汽集团等。

净利增速创近5年新高 海康威视拟中期分红超50亿元

证券时报记者 李小平

7月24日晚间，海康威视(002415)披露2026年半年度报告。上半年，公司实现营业总收入468.23亿元，同比增长11.97%；归属于上市公司股东的净利润为78.96亿元，同比增长39.57%。

业绩大幅增长的同时，公司推出中期分红方案，拟每10股派发现金红利5.50元(含税)，预计分红金额达50.41亿元(含税)。今年5月，公司完成的2025年度现金分红为68.74亿元。

值得关注的是，海康威视今年上半年的净利润增速，创下近5年新高。此前的高增长出现

在2021年上半年，当时公司归母净利润为64.81亿元，同比增长40.17%；扣非净利润为62.21亿元，同比增长39.39%。

同时，这也意味着海康威视单季度净利增速连续6个季度实现增长。

报告期内，海康威视持续推进视澜大模型与软硬件产品深度融合，围绕安防业务和场景数字化业务不断丰富AI大模型产品体系，推动AI能力持续融入产品创新和场景应用，进一步提升产品智能化水平和场景应用价值。

据悉，海康视澜大模型技术体系覆盖“基础大模型—垂类大模型—大模型产品—行业应

用”全链条，具备“多快准省”的系统性优势。模态层面，构建了涵盖视觉、X光、毫米波、语言等在内的完整物联感知能力矩阵；产品层面，已发布上千款覆盖云端端全域的大模型软硬件产品；场景层面，深耕90多个垂直行业、2000多个场景，沉淀600多种智能化解决方案。

上半年，海康威视的创新业务整体收入151.70亿元，同比增长28.93%，占营收比重32.40%。报告期内，海康机器人、海康微影、萤石网络、海康汽车电子、海康存储等创新业务持续深耕细分行业，提升产品竞争力和经营质量，进一步巩固行业领先地位，成为公司重要增长动能。