上半年电影票房火爆 小镇青年“登上舞台”

见习记者 刘钊

2016 年上半年国内电影票房成绩单出炉，上半年票房同比增加 20.9%，其中国产票房占比进一步提升，动画电影表现突出，国产 IP 电影风光不再。虽然年中国产片表现平淡，不过向来擅长创造票房奇迹的暑期档仍然值得期待。而在院线票房上，万达院线（002739）老大位置难以撼动，新增院线集中在三四线城市，全国累计银幕数追平北美市场。

国产电影成绩亮眼

从微影发布的数据看，2016 年上半年北美票房 55.4 亿美元，同比增长 1.7%；国内电影票房 37.3 亿美元，同比增长 20.9%。自 2009 年至 2015 年，北美每年电影票房基本维持在 100 亿美元左右，而国内电影市场平均以 34.17%的速度增长，在 2015 年达到 66.8 亿美元票房，2016 年国内电影票房保守估计将达到 83.8 亿美元。

而上半年国产电影票房在总电影票房占比进一步提升，达到 52.94%，同比增长 6.4%。在上半年票房排名前十的电影中，创造国内电影票房第一的《美人鱼》总票房达到 33.92 亿元，同为年初上映的《西游记之孙悟空三打白骨精》和《澳门风云Ⅲ》均有不错表现，均超过 10 亿票房。

制作精良的动画电影在国内表现亮眼，票房前十中《疯狂动物城》、《功夫熊猫 3》、《奇幻森林》这三部是动画电影。《疯狂动物城》在上映前，迪士尼甚至没有在国内进行大规模运营与推广，但好莱坞的工厂化动画制作在国内电影市场上再一次证明其威力。

与动画电影上半年的火爆相比，去年引人注目的国产 IP 改编电影今年上半年风光不再。

据微影统计显示，2016 年上半年 IP 改编电影 7 部，相较去年同期的 12 部减少了 5 部；累计票房 8.3 亿元，相较去年同期的 37.64 亿元出现断崖式下跌；平均每部电影产出 1.19 亿元，去年同期是 3.14 亿元。当然这与去年同期出现几部 IP 大作有关，不过今年国产 IP 电影不论是在质量上还是数量上都远不及去年，虽然 IP 概念仍然十分活跃，但是影迷对于 IP 改编电影的热情由盲目到理性选择的转变，值得电影制作方更多思量。

暑期档值得期待

与年初国产电影票房喜人相比，年中国产片表现平淡，或许也有发行方将电影档期压到暑期档的因素，毕竟去年大卖的几部国产片《煎饼侠》、《大圣归来》、《捉妖记》都出现在暑期档。

今年暑期档的电影市场也被看好，其中让国产动画迷痴等 12 年的“中国宫崎骏”之作《大鱼海棠》，将于 7 月 8 日亮相，被几年前流传的神秘预告片挑逗已久的“鱼粉”们到底有多大力量，马上就要见分晓。

7 月 2 日在国内上映的《忍者神龟 2：破影而出》在暑期档极少出现好莱坞大片的情况下，相信也会吸引不少好莱坞影迷前去观看，加上那些忍者神龟的死忠粉们贡献票房，成绩应该不差。而且女神梅根·福克斯出演女一号，与出演面具义警的“绿箭侠”斯蒂芬·阿梅尔搭戏，美女硬汉的经典好莱坞组合在实时票房上已经显现出价值，远超上映一周的《惊天魔盗团 2》与《独立日：卷土重来》。

“小镇青年”潜力大

在院线方面，万达院线上半年票房收入达到 31.66 亿元，虽然相比去年同期的 28.49 亿元，增幅只有 11%，不过相比其他院线不到 20 亿元的票房收入，票房老大的地位仍然难以撼动。排名第二的大地院线票房达到 19.94 亿元，同比去年增长 24%。

另一个值得注意的是，上半年新增营业影院 692 家，同比去年的新增影院数增加 38 家，增幅明显放缓。过去四五年国内电影票房主要通过新建电影院来拉动增长，目前已经达到一个瓶颈期。微影数据统计，一线城市上半年新增影院 83 家，其中绝大多数还集中在郊区，以北京为例，新开 9 家影院都在郊区。

与这个数据一致，二线省会城市上半年的新增影院比去年同期减少 13 家。不过另一个有趣的现象是“小镇青年”的崛起，三四线城市上半年新增影院达到 514 家，一定程度上弥补了一二线城市影院饱和的票房增长压力。

上半年新增银幕 3800 余块，全国累计银幕数 3.86 万余块，基本追平北美银幕数。不过与北美每 8019 人拥有一块银幕相比，国内每 36842 人拥有一块银幕，市场空间并未出现不少市场人士所言的绝对“天花板”。

莲花财经
（ID:lianhuacaijing）
高价值投资顾问 专业服务

汉能发布太阳能汽车 从实验室到马路尚有距离

见习记者 刘钊

7 月 2 日，汉能发布了 4 款以太阳能为核心动力的电动汽车，不同于以往的实验室样品，汉能宣称此次推出的全太阳能动力汽车完全具备了可商业化的基础。

当然，汉能首先要面对的是来自于各方的质疑，从技术可行性到产品定位，从成本控制到产业链整合……或许，从实验室到马路的距离，也是汉能太阳能汽车从梦想到现实的距离。那么，这个距离究竟有多远？

全太阳能动力

此次汉能总共发布了 4 款全太阳能动力汽车，分别为 Hanergy Solar A、Hanergy Solar O、Hanergy Solar L 和 Hanergy Solar R，4 款车根据不同用户需求，设计定位和指标参数各不相同。

事实上，这 4 款车已经是汉能自主开发的第二代产品，在去年 10 月份的时候，汉能曾经推出了第一代全太阳能动力概念车 Hanergy SolarPower，该车第一次将汉能所独有的柔性砷化镓技术应用到电动汽车。

将太阳能作为汽车动力来源，并非是汉能的突发奇想，而是已经筹划了 3 年时间。

早在 2014 年的时候，汉能将其移动能源战略落实到 4 个领域，分别是太阳能汽车、太阳能无人机、便携式充电产品和可穿戴设备。在太阳能汽车领域，汉能最初与国际汽联电动方程式世锦赛合作，只是将汉能薄膜发电组件置于赛道旁为赛事提供部分清洁电力；在当年 11 月份上海举办的国际汽联世界耐力锦标赛上，汉能将其太阳能芯片植入到阿斯顿马丁赛车上，为赛车上的空调等部分电子设备提供能源。

到 2015 年，汉能开始将其整套太阳能发电设备植入到移动餐车上，为餐车的照明、冷藏和烹饪设备提供能源；与观光车厂商合作开发全太阳能动力观光车，可以满足每天 20 公里的续航；将该发电设备植入到房车上，为房车的电视、冰箱和音响等电器设备提供能源。同年 10 月，汉能推出 Hanergy SolarPower 概念车，第一次将太阳能作为汽车的主动力来源。

在此次推出的 4 款全太阳能动力汽车中，车身表面覆盖的砷化镓薄膜面积在 3.5~7.5 平方米左右，以 Hanergy Solar A 为例，每天在充足的阳光下日照 5~6 小时，大约可以发 8~10 度电，这些电能可以保证太阳能汽车行驶 80 公里左右；而按照正常上班族的通勤距离，每天 80 公里完全可以满足日常使用。

当然，为了满足阴雨天气和长途出行的需求，这些车还是会配备常规锂电池，支持充电桩，可以保证该车的续航里程达到 350 公里。

据介绍，随着薄膜发电转化率的不断提升，实现太阳能动力汽车的边开边充，不插电无限行驶只是一个时间问题。

产业化难题

根据中国汽车工业协会发布的最新统计数据，在刚刚过去的 5 月份，新能源汽车生产了 3.7 万辆，销售了 3.5 万辆，同比分别增长 131.%和 128%；其中纯电动汽车产销分别完成 2.9 万辆与 2.6 万辆，同比分别增长 177%和 161.6%。

而在 5 年前，纯电动汽车还仅仅是作为一款实验室产品，当时全国范围内也只有几辆实验用车。

按照国务院印发的《节能与新能源汽车产业发展规划》，在技术路线上，要以纯电驱动为新能源汽车发展和汽车工业转型的主要战略取向；而在发展目标上，到 2020 年，纯电动汽车和插电式混合动力汽车生产能力将达到 200 万辆、累计产销量超过 500 万辆。

纯电动汽车的大规模产业化，在很大程度上得益于蓄电池技术的进步，能量密度逐步提高。同时，大规模的产业化也降低了蓄电池的制造成本。过去的 4 年时间里，动力电池的能量密度已经提高了一倍，而制造成本已经下降了 30%。按照科技部部长万钢在今年 4 月份的表态，今后五年要努力把动力电池单位能量密度提高一倍，把制造成本再降低 50%。

而太阳能动力汽车，从 30 年前诞生至今，无法走出实验室的一个重要因素就是太阳能发电装置的能源转化效率太低。早期所采用的单晶硅片太阳能电池板，其能源转化效率只有 14%，使得其续航里程只能维持 10 公里左右。

经美国能源部和美国国家可再生能源实验室（NREL）的测量和认证，汉能海外子公司美国阿尔塔的砷化镓双结电池转化率达到 31.6%，使得全太阳能动力汽车每天单纯依靠太阳能发电所达到的续航里程大幅提高到 100 公里左右。

同时，汉能所推出的全太阳能动力汽车，从结构原理上来看，就是在现有的纯电动汽车基础上，集成汉能所自主研发的砷化镓薄膜发电系统，目前这一系统面临着提升产量、降低成本的问题。

汉能方面表示，未来一方面会进一步提升砷化镓薄膜电池的转化率，按照测算，转化率每提升一个百分点，成本下降 5%至 8%，预计到全太阳能动力汽车量产阶段，薄膜太阳能电池组件的成本将降低 90%以上；同时，汉能也将加快设备的国产化改造，发挥国内综合成本优势，进一步降低制造成本。

2015 年，在上汽和北汽拥有 30 多年行业经验的高卫民，出任汉能太阳能汽车事业部 CEO。在他看来，未来汉能将以开放的态度与汽车全产业链展开合作，采用自主生产、合作生产、委托生产等多种模式进行全太阳能动力汽车的商业化量产。

吴比较/制图

地产商苏宁环球 2亿跨界收购美容医院

证券时报记者 岳薇

停牌已半年的苏宁环球（000718）7 月 3 日晚间发布重组预案，拟作价 2.08 亿元收购医疗美容医院伊尔美港华 80%的股权。这是苏宁环球自今年初与韩国 ID 健康集团展开合作后，在医疗美容产业的再次出击。

根据预案，苏宁环球拟以发行股份及支付现金的方式，向伊尔美投资和港华投资收购其合计持有的伊尔美港华 80%的股权，其中 40%股权用现金支付，共计支付 1.04 亿元，其余 40%股权拟以发行股份的方式支付，发行价格为 10.8 元/股，公司需向伊尔美投资发行 971.96 万股。交易完成后，伊尔美港华将成为苏宁环球的控股子公司，苏宁环球将在房地产开发业务基础上新增医疗美容服务业务，本次交易不构成重大资产重组。

伊美尔港华成立于 2010 年 6 月，是一家整形美容专科医院，主营业务为整形医疗美容服务，包括整形外科服务、美容皮肤科服务、美容牙科服务和美容中医科服务等多种整形医疗美容服务，主要定位于高净值人群的整形美容咨询、医疗服务以及私人订制服务，兼顾中端客户群体的基础性整形美容服务，在长三角地区具有较强的品牌影响力。

据了解，我国医疗美容机构大致分为公立医院整形外科和民营医疗美容机构两大组成部分，公立医院整形外科大多只作为医院的常规组成部分，在市场开拓、客户挖掘和服务体验方面略显不足，而民营医疗美容医院则拥有超过 80%的市场份额。我国医疗美容行业预计市场规模于 2020 年超过 4500 亿元，年均复合增速近 40%。

财务数据披露，伊美尔港华 2014 年、2015 年以及 2016 年 1-5 月分别实现营业收入 277351 万元、197024 万元、381014 万元；同期分别实现净利润-1089.19 万元、-1543.36 万元和 849.67 万元。

伊尔美港华 80%股权的预估值为 2.1 亿元，增值率高达 5902%。就业绩与估值的情况，苏宁环球表示，伊美尔港华前几年的经营重点放在非手术项目，主要是注射类项目、光电类项目，其固有的特点导致利润偏低，而从 2016 年开始，伊尔美港华进行经营战略调整，一方面大力加强营销网络的铺设，一方面进行业务结构的调整，不再局限于原有注射类服务项目，将发展中心转移至手术类医疗美容服务，这也将成为公司以后重要的利润增长点。

交易对方伊尔美投资和港华投资承诺，伊尔美港华 2016 年~2018 年实际净利润分别不低于 2300 万元、2760 万元和 3000 万元。

苏宁环球自 2015 年初确立大文体、大健康、大金融三大转型方向后，在相关领域的投资不断，包括收购韩国株式会社 RedRover 20.17%的股份，并与其设立合资公司，开发国内的动漫影视业务及相关衍生品业务；收购韩国娱乐公司 FNC 22%股权，并与其设立合资公司开发娱乐圈资源。

今年 1 月，苏宁环球开始落实健康产业方面的布局，与韩国最大的健康医疗集团 ID 健康产业集团签订框架协议，拟成立合资公司，布局包括 ID 医美、医院渠道化妆品、干细胞、健康检测、培训等业务。

从相关投资来看，苏宁环球拟通过公司在房地产方面的资源，抢占优质区域线下门店，增加医疗美容医院实体数量，通过金融产业布局为医美客户提供各类消费金融服务，同时为公司在医疗美容领域发展提供资本支持。