

# 大年初一预售票房破亿元 春节档助上市影企业绩加速回暖

■本报记者 殷高峰  
见习记者 贺玉娟

春节档已提前开始预热。据猫眼专业版数据显示,截至1月15日22时42分,兔年大年初一(1月22日)预售票房已经突破亿元。《无名》《满江红》《流浪地球2》分列预售榜前三位。

今年春节档可谓诚意满满,影片内容优质多元,且平均票价也是近7年来首次下降。多位业内人士均认为,若春节档票房能够加速回暖,将助力电影行业加速复苏,提振市场信心。

## 定档影片类型多样

据猫眼专业版数据显示,截至目前,共有7部影片定档2023年春节档。除《中国乒乓之绝地反击》选择延档至大年初三(1月24日)上映外,其余六部影片均于大年初一(1月22日)上映。

从数量上看,此次春节档定档7部电影,算是近年春节档的又一个大年。

从影片类型来看,2023年春节档影片涵盖科幻、悬疑、历史、喜剧、动画、运动等题材。具体来看,有郭帆导演,吴京等人主演的《流浪地球2》;张艺谋导演,沈腾、易烊千玺等主演的《满江红》;程耳导演,梁朝伟、王一博等主演的《无名》;苏伦导演,雷佳音、张小斐、张宥浩等主演的《交换人生》;动画片《深海》;熊出没·伴我“熊芯”以及邓超、孙俪主演的《中国乒乓之绝地反击》,既满足观影阖家欢的需求,也能满足对部分特定题材感兴趣的观众需求。



据猫眼专业版数据显示,截至1月15日22时42分

兔年大年初一(1月22日)预售票房已经突破亿元

《无名》《满江红》《流浪地球2》分列预售榜前三位

王琳/制图

从票价来看,据灯塔专业版数据,2023年春节档预售平均票价53.7元,相较2022年春节档预售同阶段平均票价56.2元,下调了2.5元,也是自2016年以来近7年首次下降(2020年除外)。

有市场人士认为,春节档预售量的快速增长,可以看出今年观众对于春节档电影的期待。

“从数据来看,今年春节档的预售情况还是不错的,但最终票房还需档期结束后才有结果。能否恢复到2019年同期水平,还存在一定变数。”博纳影业相关负责人表示,行业对电影票房恢复有信心,产业链各方都十分重视。

## 电影行业复苏有望加速

电影行业对今年春节档充满期待。在中国青年剧作家、导演向凯看来,头部影视企业业绩有望在今年春节档加速回暖,行业复苏有望加速。据了解,目前国内影院营业率已回升至80%以上,多家上市企业业绩积极备战春节档。

上述博纳影业相关负责人介绍,博纳影业主投主控的《无名》是公司春节档精心打造的影片,目前预售情况表现不错,也希望能有好的票房收入。

光线传媒对于此次春节档也十分重视,主投、发行了《深海》,此外还参投《满江红》《交换人生》等多部影片。

中国电影方面告诉记者,此次春节档定档的7部影片,中国电影均有参与。华泰证券认为,伴随国内疫情防控政策优化,电影行业将迎来复苏曙光。2023年,电影票房有望恢复至2019年七八成水平。

不过在向凯看来,头部企业业绩的回暖并不代表整个行业的复苏,目前一些中小影视企业处境仍旧艰难,因缺乏资金以及内容,赶不上今年春节档,因此要推动电影行业整体复苏还需政策方面的支持。

# 从年货购物车看消费潜力：“健康升级”成新风向

■本报记者 包兴安  
见习记者 韩昱

春节将至。1月16日,《证券日报》记者实地探访了多家线下商超,调研消费者的年货准备情况。

在天津的一家沃尔玛超市内,一位正在挑选阿胶饮品的张女士告诉记者,“一周前我就开始准备对联、窗花、年夜饭的食材等年货,这次来主要是给家里长辈看看营养品、血氧监测仪和足浴盆。”

今年消费者的年货购物车反映出怎样的消费潜力与趋势?消费复苏又将对我国经济产生怎样的作用?川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受《证券日报》记者采访时表示,预计2023年消费对我国经济增长的贡献将大幅提高。作为经济增长的持久动力,在传统消费基础上,顺应消费升级趋势,培育新型消费,扩大服务型消费供给,满足居民个性化消费需求将成为新亮点。

## 年货消费结构改变 健康类产品受关注

除线下采购外,越来越多的消费

者选择从网上购物平台直接订购年货。京东消费及产业发展研究院发布的《2023年货消费报告》(以下简称《消费报告》)显示,在其年货节开始一周后,京东上“年货”作为热搜词搜索量同比飙升226%。

无独有偶,什么值得买发布的《年货升级年味可期——2023什么值得买年货趋势报告》显示(以下简称《年货趋势报告》),年货节期间,什么值得买平台内容发布量同比增长47.0%。

记者通过梳理多家网购平台的年货消费报告观察到,今年年货消费结构的特点是消费者对品质需求更高,消费更偏理性,同时对健康类产品的关注成为了新的爆点。

上述《年货趋势报告》显示,今年年货消费整体趋势的关键词是“升级”,健康类产品、品质家电等均是消费升级方向所在。尤其以保健品、体检、健康功能家电为代表的“健康年货”成为今年年货消费的亮点。

上述《消费报告》也反映出相似的年货消费特点。报告显示,年货节期间,京东国际进口保健品销售额同比增长83%,辅酶Q10销售额同比增长超过3倍,调节“三高”类保健品销售额同比增长超过200%。

在东方金诚首席宏观分析师王青看来,2023年可选消费将迎来大幅反弹。健康主题商品、营养保健品等属于可选消费,当前及未来一段时间销售显著增长符合一般规律。

## 可选消费 或将引领消费增长

2022年12月份召开的中央经济工作会议提出,“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。近日,各部门和地方纷纷推出促进消费增长的举措。例如,工信部提出,落实扩大汽车、绿色智能家电消费以及绿色建材、新能源汽车下乡等促消费政策;四川将拿出近2亿元省级补助资金,聚焦汽车、家电、家装、零售、餐饮等重点领域开展发放消费券、购置补贴以及各类促消费活动。

近日,地方两会相继召开,各地在政府工作报告中也提及了促消费措施和2023年消费增长目标。例如,河北提出,着力提振居民消费。制定恢复和扩大消费的实施意见。加大对餐饮、住宿、零售等行业帮扶力度;安徽提出2023年社会消费品零售总额增长9.5%的目标;河南提出社会消

费品零售总额增长8%的目标。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清表示,总体来看,多地提出的2023年消费增长目标符合消费市场发展趋势,与各地居民收入、消费结构和水平基本匹配,体现了地方抓内需促消费的决心和信心。

王青认为,2023年全年GDP同比增速有望达到5.0%至6.0%左右,主要拉动力是居民消费较快反弹。这是多地强调提振消费,且社会消费品零售总额增速目标普遍高于经济增速目标的一个原因。预计2023年我国社会消费品零售总额同比增速有望反弹至8.0%左右,可选消费或将引领消费增长。

谈及如何更好激发消费潜力,宋向清表示,推进线上线下消费市场联动;鼓励特色商品和服务走出区域小市场,走向全国乃至全球大市场;利用春节等节日集中打造各种展会,如食品品鉴展、文化民俗产品展、花卉艺术展、美酒嘉年华等。

“金融机构也可围绕教育、文化、体育、娱乐等重点消费领域,开发更多金融产品,加强对服务消费的综合金融支持。”王青表示。

# 滴滴出行恢复新用户注册 网约车市场或迎变局

■本报记者 向炎涛

时隔一年半,滴滴出行网络安全审查终于迎来实质进展。

1月16日,滴滴出行官方微博发布消息称,“一年多来,我公司认真配合国家网络安全审查,严肃对待审查中发现的安全问题,进行了全面整改。经报网络安全审查办公室同意,即日起恢复‘滴滴出行’的新用户注册。后续,公司将采取有效措施,切实保障平台设施安全和大数据安全,维护国家网络安全。”

此前2021年7月2日,网信中国发布网络安全审查办公室关于对“滴滴出行”启动网络安全审查的公告,依据《中华人民共和国国家安全法》《中华人民共和国网络安全法》,网络安全审查办公室按照《网络安全审查办法》,对“滴滴出行”实施网络安全审查。审查期间“滴滴出行”停止新用户注册。

2021年7月4日,国家网信办依据《中华人民共和国网络安全法》相关规定,通知应用商店下架“滴滴出行”App。2021年7月16日,国家网信办会同公安部、国家安全部、自然资源部、交通运输部、税务总局、市场监管总局等部门联合进驻滴滴出行科技有限公司,开展网络安全审查。

滴滴“缺位”的时间里,各大网约车平台再现群雄逐鹿,不少新玩家纷纷涌入,各家网约车品牌也进一步完善自身的服务和产品。而随着滴滴出行恢复新用户注册,网约车市场或迎变局。

根据易观千帆2022年12月份数据,城市用车行业中滴滴出行活跃人数领域渗透率达19.27%,嘀嗒出行8.75%,花小猪打车2.89%,T3出行1.92%,曹操出行1.08%,其他平台活跃人数领域渗透率不足1%(未计算聚合平台)。

“滴滴出行恢复新用户注册后,其新增用户规模有望迎来短期爆发式增长。公司收入有望提升。”易观分析汽车出行行业高级咨询顾问江山美对《证券日报》记者表示,从行业来看,滴滴出行恢复用户注册后,其行业渗透率有望进一步提升,行业集中度有望上升。

在江山美看来,网约车行业的竞争方向将从流量竞争向服务力竞争转变,为乘客和网约车司机提供更好的服务和保障将是网约车平台在红海市场脱颖而出的关键因素。因此规范化管理、安全监督机制、司机培训管理、乘客服务等因素的重要性将不断提升。

# 董明珠联合数十家企业深度布局 格力电器缘何热衷预制菜

■本报记者 贾丽

格力电器跨界入局预制菜又迈出一大步,格力电器掌门人董明珠亲自挂帅。

1月16日,格力电器微信公众号发文表示,广东省预制菜装备产业发展联合会(下称“联合会”)第一次会员大会日前在珠海格力电器股份有限公司召开。珠海格力电器股份有限公司当选理事长单位,格力电器董事长兼总裁董明珠当选理事长。

当日,格力电器内部人士在接受《证券日报》记者采访时表示:“格力深度布局预制菜装备,其资源向产业链的装备制造领域倾斜,将与原有家电、智能装备业务结合。”

“该联合会将助力打通产业链上下游,进一步推动预制菜产业进入规范化、专业化、品牌化、资本化、规模化的有序良性发展阶段。”广东省食品安全保障促进会副会长、中国食品产业分析师朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示。

据悉,中国联通广东省分公司、珠海集元水产科技有限公司、广州市乐百纳餐饮设备制造有限公司等多家企业当选理事单位。

目前,联合会已有40家会员单位,分别来自科研院所、种植养殖及食品加工、冷链运输、装备制造、农产品销售、工程技术服务、投资及管理服务等预制菜产业相关领域,形成上下游产业链企业类型全覆盖。

对此,森科技创始人胡洪森对《证券日报》记者表示,“以覆盖全产业链的方式进一步减少了补链强链所需的时间成本,将让广东预制菜产业迅速走上正轨。”

有接近格力电器人士透露,随着预制菜装备产业链发展壮大,格力电器内部有意通过单独孵化、资源整合等方式,实现成熟资产资本化。格力

电器相关负责人也表示,格力电器将成为行业“连心桥”的角色,推动联合会会员企业协同发展。

“格力电器在推动预制菜装备产业集群发展的过程中将承担更大责任。格力电器的装备制造在产业链中起到‘枢纽作用’,转化上游的技术、理论,支撑下游的预制菜生产加工流程,再结合格力的品牌影响力,将作为链主企业调动产业活力。”钉科技创始人丁少将认为。

“让具有影响力的企业家董明珠担任联合会理事长,将有利于进一步促进预制菜产业快速升级。目前来看,我国预制菜产业已经进入高速发展、高速扩容的红利期,但整体产业结构较为低端,缺乏大品牌,产业发展仍处于初级阶段,需要企业联合布局,从品牌、资本等多角度推动产业链健全和产业化规模化发展。”朱丹蓬认为。

业内人士预计,如果按照每年20%的复合增长速度估算,未来6年至7年我国预制菜市场可以成长为万亿元规模的市场,这将催生大量的预制菜装备需求。

格力电器看中预制菜装备这一广阔空间,此前就动作频频,如去年就曾高调提出,要联合打造1000亿元规模的预制菜冷库冷链装备产业,吸引了众多资本关注。另据了解,以格力电器等企业为主的预制菜产业金融服务联盟也在酝酿之中。

在胡洪森看来,“格力电器跨界入局预制菜,一方面是因为未来预制菜市场规模将达万亿元,对其开拓增量空间是个好机会。另一方面,格力电器在冷链、智能装备等领域已有布局,能与预制菜产业形成协同发展。”

丁少将表示,预制菜对于格力电器而言是新领域,关键在于把握行业特征,针对性地满足客户诉求,这需要格力电器充分发挥智能制造的优势,在自动化、信息化、定制化等方面做好准备。

本版主编 沈明贵 编辑 张博 制作 曹秉琛  
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

