

C 群雄争霸,重回烽火之年

2018年2月内地电影票房突破100亿元,上年同期仅61.7亿元。今年的辉煌开局一部分得益于影片质量的提升和民众消费习惯的改变,但不能忽视的是整个电影产业链经历2016寒冬后也正向春天迈进,优胜劣汰、内容为王。回顾2017年全年,电影市场一片繁荣昌盛,年度票房跨入“500亿”时代。产业链主要涉及的IP创作、制作发行、分销发售、整合营销、媒体传播、衍生品六大核心环节以及产业关键服务环节都日渐成熟,达到了近几年的小高峰。上市公司依旧引领市场,根据Wind的统计,24家影视版块上市公司中,文投控股、中国电影、华谊兄弟等早已布局完毕“制作-发行-放映(院线+影院)”三个最吸金环节;横店影视虽以电影院线及影院类资产打包上市,但其主体以影视城最为出名,集团旗下也另设子公司涉猎制作环节,总的来说在整个产业环节中,也吃上了鱼身和鱼尾。

在产业扩张的道路上不可忽视的是互联网巨头资本的跨界加入,以阿里、腾讯为代表的互联网巨头从资本运作到业务战略合作等多方面深度涉足电影业。以阿里为例,通过大手笔收购和入股,阿里体系已经绑定了电影产业链上中下游最顶级的公司。包括投资、制作、发行端的华谊兄弟、光线传媒、博纳影业,势头很猛的新玩家和和影业,美国名导斯皮尔伯格的安培林;放映端的万达电影、大地电影和票务端的粤科软件、淘票票;收购香港上市公司文化中国后更名的阿里影业、自营的娱乐宝,以及收购所得优酷土豆集团旗下合一影业。阿里不知不觉已布局全产业链,在整个市场中和传统的影视传媒公司进行争夺和搏杀。

有不少分析认为中国的电影市场经历16年的滑落后,很难再恢复其产业整体估值,

但大浪淘沙,始见真金。尽管产业上下游频繁兼并受到监管的制约,“制-发-放”这一核心环节仍然是众多优质资本争相抢夺资源的战场,只是其投资逻辑已悄悄地从“流量”转向“质量”。影院中卖座的几大影片评分较往年都有所提高,“是金子总会发光”,总会被市场认可,《战狼2》《红海行动》等都是很典型的例子。市场不是只喜欢国外进口大片,20~35岁消费者作为电影消费主力军,更愿意为制作精良、贴合新一代青年生活、有情感共鸣的国产片买单。从终端反推其产业链上游,谁能制作出这一类影片,市场终会有所馈赠。当“来钱快”的时代远去后,产业布局必定逐渐从野蛮扩张转向精准扩张,从最新投资动向来看,IP创作、支撑服务或为下一轮创投资金抢夺的战场。

559亿元的规模只是个开始,这个数字意味着中国电影市场今年至少有1000亿元上下游规模的商业市场。但1000亿元的规模并不大,淘宝“双11”一天的交易额就有2539亿元,文化产业相比而言,输出能力还微乎其微,这么一比,电影产业的“国货”也亟待自强,开局完美,不知收官如何?

最强春节档涉及的主要上市公司

影片	涉及主要上市公司
唐人街探案2	万达电影(002739)、中国电影(600977)、文投控股(600715)、横店影视(603103)
捉妖记2	横店影视、中国电影、金逸影视(002905)、光线传媒(300251)
红海行动	横店影视、捷成股份(300182)
西游记之女儿国	中国电影、幸福蓝海(300528)、完美世界(002624)、文投控股

(数据来源:wind数据库、艺恩数据、豆瓣评分)

热门影片票房统计

热门影片	评分	宁波(万元)			全国(亿元)
		初一票房	春节档票房	总票房	全国总票房
捉妖记2	5.2	694.2	2064.8	2462.5	20.05
唐人街探案	7.1	368.7	2126.7	3127.1	26.95
西游记女儿国	4.7	215.4	527.3	623.6	4.9
红海行动	8.5	178.2	1668.5	3248.4	23.45
全影片合计		1537.6	6801.1	10100	82.04

(数据截至2月28日24:00)

