

# 多地电影院上座率限制放宽至50%

大片或加快入场

□本报记者 于蒙蒙

## 上座率限制放宽至50%

全国影院自7月20日有序恢复开放营业，但30%的上座率限制让众多影院和片方犯愁，部分影院担心票房难以覆盖成本，而选择延迟复工，有的片方采取“持片观望”的态度。

上述状况将得到改善。中国证券报记者了解到，部分省市的电影局下发通知，从8月14日起调整为影城单场上座率不超过50%，超过2小时的影片可连续正常播放，但需适当延长场间间隔，影城可售卖品，但不得在厅内食用。影院疫情防控坚持属地管理原则，在当地防疫部门指导下常态化、规范化操作。

值得注意的是，近期多部即将上映的电影片长超过2小时。譬如全新修复4K+3D版《哈利·波特与魔法石》，片长152分钟。8月14日晚将开始提前点映的《八佰》片长147分钟。此前规定影院如果播放超过2小时片长的电影，必须安排中间休息。

业内人士指出，放宽上座率限制等新规对电影行业无疑是重大利好，将促进更多优质影片进入市场，助推国内电影票房回暖。

## 大片开始入场

作为上座率限制放宽后的首部大片，《八佰》的票房表现成为市场焦点。该片8月14日在全国部分影院点映，8月21日起进行全国公映。

资深电影行业观察者“电影票房”指出，《八佰》点映目前排映已超过4500场，由于符合标准的影院只有1700家左右，所以平均每家影院排映接近三场。在本周才确定并通知点映影院的情况下，短时间决定拿出三个厅于周五晚黄金时间排映，足见市场对该片的重视。

“《八佰》是疫情后第一部定档的国产大片，值得期待。”上海某券商传媒分析师叶韬（化名）表示，目前影院复工率在七成以上，票房相对低位，主要还是缺好的新片，《八佰》的吸引力很大。

不少机构对《八佰》的表现给予高度预期。叶韬预计，该片票房在20亿元-30亿元。北京某券商传媒分析师林琳（化名）同样认为票房有望突破20亿元，前提是放映时间足够长。灯塔专业版显示，截至8月13日，想看《八佰》的人数达72.34万人，首映日预排片场次达到3.4万场，三家机构分别给出了11.5亿元、14亿元、17亿元的票房预测。

中国证券报记者注意到，《八佰》的主要投资方为华谊兄弟，联合出品方包括阿里影



新华社图片 制图/王建华

中国证券报记者获悉，全国部分省市电影院上座率限制将由30%放宽至50%。北京、成都、上海、广州等地的影院已经接到通知：8月14日起电影院上座率限制将放宽到50%，取消120分钟片长电影中间休息的规定。

业内人士指出，这将促进更多优质影片上映，助推国内电影市场回暖。中国证券报记者注意到，包括《八佰》在内的影片将受益本次政策，部分券商认为，若上映时间得到延长，《八佰》票房有望突破20亿元。

业、光线传媒、腾讯影业等公司。分析人士指出，华谊兄弟2018年-2019年连续两年大亏，今年一季度净利亏损1.43亿元。因此，《八佰》对于华谊兄弟意义重大，希望通过该片大幅改善业绩。

有的机构测算了《八佰》上映可能给华谊兄弟带来的收益。国内某家中型券商传媒分析师称，假设《八佰》总票房为14亿元-22亿元，制作方分成比例占净票房的36%，假设华谊兄弟出品占比为45%-60%，预估《八佰》可为华谊兄弟带来2.08亿元-4.36亿元的制片分账收入；假设发行方分成比例占净票房的6%-8%，华谊兄弟发行占比100%，其预估《八佰》可为华谊兄弟带来0.84亿元-1.76亿元的发行分账收入。总计《八佰》可为华谊兄弟带来2.92亿元-6.12亿元的分账收入。

## “内容为王”逻辑不变

全国影院复工已经过去三周。业内人士指出，院线上市公司恢复尚需时日，明年一季度或是拐点。

华安证券研报指出，需求端方面，大众观影积极性受到打压；供给端方面，电影院上座率限制以及优质影片缺席。受上述因素影响，8-9月份国内整体票房将为历史同期的20%

-30%。10月份随着国庆档的开启，如果届时电影院的常态化防控成果得到验证，预计上座率将回升到往年同期水平。同时，上半年积压的优质电影将扎堆上映，电影板块有望迎来迟到的“报复性消费”。

国信证券研报预计，今年票房同比减少2/3以上。该研报指出，影院复工推动院线恢复，但部分影院面临员工招聘、现金流紧缺等问题。影院的经营杠杆效应明显，具体表现为利润变动幅度大于收入变动幅度，即便复工但固定成本使得院线公司今年二三季度续亏；根据测算，在悲观/中性/乐观场景下，预计今年下半年平均票价分别为30.08元/31.67元/33.25元，基于下半年上座率6.5%-7.5%的假设（2019年上半年上座率为11%），预计观影人次分别为4.09亿人次/4.40亿人次/4.72亿人次，预计今年票房为145亿元-168亿元。

国信证券研报进一步指出，长期票房恢复看上座率，“内容为王”逻辑不变。从盈利能力看，预计明年一季度影上市公司迎来拐点。长期看，决定票房的核心变量是票价、银幕数和上座率。其中，票价围绕37元上下波动，银幕数短期目标为恢复至8万块，上座率取决于内容和疫情防控情况，按照长期上座率12.5%-13%的乐观预期，国内票房明年有望突破700亿元。

# 上海建工首次进入世界500强

董事长徐征：今年有望实现两位数增长

□本报记者 李岚君

8月12日，上海建工董事长徐征接受中国证券记者采访时指出，进入世界500强是上海建工再攀高峰的新起点。公司将加快从工程承包商向建筑服务商的转型升级，建设国际一流的“建筑全生命周期服务”。

上海建工此次以2054.97亿元营业收入首次进入《财富》杂志世界500强榜单，排名第423位，并继续位列全球最大250家工程承包商第9位。

## 盈利有望大幅增长

2019年，上海建工营业收入为2054.97亿元，同比增长20.49%；新签合同额3608.47亿元，同比增长18.8%；归属于上市公司股

东的净利润39.3亿元，同比增长41.38%。值得注意的是，净利润增速比此前公司业绩快报高出5.8个百分点，2019年的盈利业绩超出市场预期。

徐征直言：“今年疫情对公司的影响比较直接，但我们有信心把损失的时间追回来，尽快消化不利因素。2020年公司仍将实现两位数的增长。”

截至2019年末，上海建工的总资产达2572.81亿元，归属母公司的股东权益为330.54亿元，每股净资产2.97元，基本每股收益0.41元，同比增长41.38%。

上海建工于1998年上市，是中国建筑业先行者和排头兵。徐征介绍，作为竞争类国企，上海建工积极投入激烈的市场竞争，不断增强企业经营活力，确保国有资产保值增值，经营业绩多年持续保持两位数增长。

## 新兴业务成新增长点

徐征指出，上海建工五大新兴业务的效益逐渐显现。近年来，上海建工着力发展城市更新、水利水务、环境工程、数字化工业化建造和建筑服务业五项新兴业务，有利于上海建工抗衡周期风险，打造新的业务增长点。

谈到公司今后的发展规划，徐征希望，上海建工未来的增长既有规模，又有质量。“不满足于作为单一的‘工程承包商’。上海建工不再是一家传统的施工企业，而是不断涉足新的产业，产业链越来越广。”徐征表示，“近年来更是积极投入创新转型，将自身打造为‘建筑服务商’，为客户提供从投资、策划、设计到建造、运维、更新等一体的建筑全生命周期服务。”

要成为建筑全生命周期服务商，需要营造

良好创新环境，激发科创人才活力。徐征指出，今年上海建工再推核心员工持股计划，拟在2020年至2022年分期实施。具体来看，核心员工持股计划的参加对象包括集团职业经理人和集团所属单位主要经营者等不超过100人，股票来源为公司回购或二级市场直接购买。首年度员工持股计划不超过1500万元。其中，集团董事、高管9人认购550万元，所属单位主要经营人员40人认购880万元。

对于上海建工拟将全资子公司上海建工建材科技股份有限公司（简称“建材科技集团”）分拆至上交所主板上市的考虑，徐征指出，通过本次分拆上市，母公司与子公司可发挥各自优势。建材科技集团聚焦发展预拌混凝土业务，并拓展其他新兴、绿色环保材料业务，进而有利于改善上海建工资产质量，增强上海建工整体盈利能力。

## 上半年资本开支1010亿元

5G网络建设方面，截至2020年6月底，中国移动在国内超过50个城市累计开通了18.8万个5G基站，提供商用服务。公司全力推进5G SA核心网建设，为实现年内SA规模商用奠定了基础。上半年，中国移动母公司与中国广播网络有限公司签订了5G共建共享合作框架协议。

上半年，中国移动的资本开支为1010亿元，全年资本开支计划1798亿元。上半年，中国移动5G相关资本开支为552亿元，全年计划约1050亿元。由此推算，下半年中国移动资本开支计划约为788亿元，用于5G的投资约498亿元。

中国移动计划全年新建30万个5G基站，在全国所有地级以上城市提供商用服务，推动SA核心网年内实现商用。除了5G建网投资，中国移动表示，要加快推进移动云基础设施建设，进一步完善IT云资源布局；优化形成“3（热点区域中心）+3（跨省中心）+X（省级中心+业务节点）”数据中心布局。

上半年，中国联通与中国电信新增共建共享5G基站约15万站。截至目前，中国联通可用5G基站累计达到约21万站。其中，公司自建超过10万站，在超过50个重点城市实现连续覆盖。

下半年，中国联通资本开支力度有望加大，中国联通介绍，目标三季度末提前完成全年新增共建共享5G基站25万站，全年公司可用5G基站数超过30万站。中国联通上半年资本开支258亿元。其中，5G开支126亿元，计划全年资本开支700亿元，5G资本开支350亿元。按照该计划，中国联通下半年资本开支预算为442亿元。其中，用于5G达224亿元。

# 消费电子产业链19家A股公司上半年盈利

□本报记者 张兴旺

Wind数据显示，截至8月13日记者发稿时，消费电子产业链21家A股公司发布了半年报，19家公司实现盈利。券商分析称，下半年起在5G换机和AIoT创新的叠加影响下，消费电子板块将迎来创新与成长动能恢复。

## 业绩增长

在披露了半年报的21家消费电子产业链公司中，工业富联、海康威视、生益科技、鹏鼎控股、领益智造等19家公司上半年实现盈利。13家公司上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长，同比增长率超过20%的公司有9家。

欧菲光主营业务为光学影像核心业务和微电子业务，产品广泛应用于智能手机、平板

电脑、智能汽车等领域。上半年，欧菲光实现归属于上市公司股东的净利润为5.02亿元，同比增长2290.28%。欧菲光表示，报告期内部分大客户订单增加，光学业务继续保持快速增长，摄像头模组和光学镜头出货提升。同时，受益于大客户平板电脑销量增长和触控业务结构优化，公司整体盈利能力持续改善。

晶方科技主要从事于传感器领域的封装测试业务，封装产品主要包括影像传感器芯片、生物身份证识别芯片等，产品广泛应用于手机、安防监控、身份识别、汽车电子、3D传感等电子领域。上半年，晶方科技实现归属于上市公司股东的净利润1.56亿元，同比增长623.97%。

国信证券指出，5G时代加速到来，看好苹果产业链等消费电子景气旺季。5G换机周期进度超预期，产业整体向上。

## 重视研发

11家公司研发支出超过1亿元。其中，工业富联上半年研发支出37.17亿元。

工业富联表示，电子产品行业技术及产品存在更新迭代速度快的特征，为适应电子产品行业的波动性特征，主要参与者必须加大研发力度，保持持续创新的能力，不断推出新产品以满足市场需求。

海康威视上半年研发投入30.63亿元。海康威视表示，继续加大研发投入，强调底层技术积累，提升系统设计能力，升级产品与解决方案，打造公司业务综合竞争力。

欧菲光上半年研发投入达到9.04亿元。欧菲光表示，布局领域涉及摄像头模组、潜望式摄像头、光学变焦、光学镜头、指纹识别模组、

3D Sensing、智能汽车以及显示交互等。

欣旺达主要产品为锂离子电池模组，上半年研发投入6.90亿元。欣旺达称，上半年紧贴客户需求，积极扩大市场份额，与国际化大客户合作广度与深度进一步加强，在国内手机数码类锂离子电池模组主要供应商的地位得到进一步巩固，形成稳定的大客户群体，成为公司业绩增长的保障。公司积极加大研发力度，加强品质管理，提高单位产品的附加值。

渤海证券认为，随着5G手机价格逐渐向千元靠拢，5G手机的渗透率将提升，消费电子景气度将重回高点。中金公司指出，创新与成长是电子行业永恒的主题。2020年下半年起，在5G换机和AIoT创新周期叠加下，消费电子板块创新与成长动能将迎来恢复，2020年下半年-2021年有望迎来行业景气加速上行机会。

# 中国移动上半年营收3899亿元

□本报记者 杨洁

8月13日，中国移动披露2020年半年报，上半年实现营收3899亿元，同比微升0.1%。其中，通信服务收入3582亿元，同比增长1.9%。EBITDA（税息折旧及摊销前利润）为1457亿元，同比下降3.6%；股东应占净利润558亿元，同比下降0.5%。同时，政企市场业务增长明显，5G助力个人市场移动业务ARPU（单用户平均收入）有所改善。上半年，中国移动在超过50个城市累计开通了18.8万个5G基站，发展了7020万户5G套餐用户。

相对而言，中国联通的业绩改善更加明显。受超预期半年报业绩影响，中国联通港股8月13日大涨，截至收盘涨幅达25.60%。

## 政企市场业务增长明显

政企市场被中国移动视为“蓝海”。中国移动介绍，聚焦智慧城市、智慧交通、工业互联网等重点领域，持续推进“网+云+DICT”信息服务。上半年，中国移动的移动云收入达到44.6亿元，同比增长556.4%；政企客户数达到1129万家，较2019年底净增101万家；DICT（IDC、ICT、移动云及其他政企应用及信息服务）收入达到209亿元，同比增长55.3%。

中国移动董事长杨杰指出，努力推动业务发展从通信服务向信息服务拓展延伸，从个人、家庭、政企、新兴“四轮”市场全向发力，从资源要素驱动向创新驱动转型升级。

财报显示，中国移动战略转型成效明显，发展动能不断增强。2020年上半年，公司非个人市场业务收入（家庭、政企、新兴市场）同比提高15%，在整个通信服务业务收入的占比由25.9%提升至29.2%。非传统通信业务（传统通信业务指的是语音、短彩信、无线上网、有线宽带业务）同比提高11%，在整个通信服务收入占比由14.8%提升至16.2%。

中国联通超预期的半年报业绩同样与向非个人市场、产业互联网方向转型有关。上半年，中国联通产业互联网业务收入同比大增36%，达到227亿元，占整体主营业务收入比例提高到16%。具体看，ICT业务收入75亿元，同比增长39%；IDC及云计算业务收入达到121亿元，同比增长29%；物联网业务及大数据业务收入分别达到22亿元和9亿元，同比分别增长55%和67%。

## 5G价值提升值得期待

得益于5G商用，运营商移动业务方面有明显改善。中国移动加速客户向5G迁转。截至2020年6月底，移动客户达到9.47亿户。其中，4G客户达到7.60亿户，5G套餐客户达到7020万户；截至2019年底公司5G套餐客户仅255万户。上半年，中国移动的移动用户ARPU为50.3元，同比下降3.7%，降幅进一步收窄；手机上网DOU（单用户平均每月上网流量）提升39.7%，达到8.6GB。

中国移动表示，与迁移前相比，5G用户的ARPU实现5.9%的增长，上网DOU增长28%，5G价值提升值得期待。

而得益于第二季度移动用户ARPU和移动服务收入双双环比止跌回升，上半年中国联通的移动服务收入同比下降2.8%，降幅较去年全年显著收窄；移动出账用户总数达到3.1亿户，移动用户ARPU达40.9元，同比提升0.2%，改变下滑趋势；移动用户DOU达9.4GB，同比提升27%。

其中，中国联通二季度移动用户ARPU为41.8元，同比提升4.2%，环比提升4.5%。中信建投证券研报认为，公司移动用户ARPU提升与5G套餐用户数增加有关，5G用户ARPU值较4G提升约10%。此外，公司低价值用户减少。

新兴业务方面，中国移动持续探索内容服务和互联网金融，培育优质互联网产品，不断形成市场影响力。上半年，咪咕视频月活跃用户同比增长114.8%，视频彩铃用户超1亿，和包月活跃用户同比增长92.2%。