

实探上海国际电影节：

# 新片密集发布 点燃夏季观影热潮

第26届上海国际电影节正如火如荼举办。中国证券报记者在现场看到，博纳影业、阿里影业、光线传媒、百纳千成等企业的高管齐聚电影节现场，共话电影市场发展前景。当前，正值2024年暑期档，各大影视企业新片纷纷定档，上海国际电影节为暑期档添上了一把火。

灯塔专业版数据显示，目前2024年暑期档票房已超111亿元，定档影片达80部。

● 本报记者 杨梓岩



视觉中国图片

## 影迷纷至沓来

上海国际电影节期间，全国各地影迷纷至沓来，走进上海的47家展映影院，加入这场“光影狂欢”。

来自新疆的郭先生告诉中国证券报记者，上海国际电影节期间，他想看《我想聊聊杜拉斯》《神女》《她的重生》等6部电影。“去了好几家展映影院，场场爆满。”郭先生表示，自己提前一个月就开始关注抢票情况，最终还是有不少心仪的场次和影片没有抢到票。

电影节官方购票平台提供的数据显示，本届上海国际电影节开幕前，1624个放映场次的出票量已达45万张，较去年观影人次总数。其中，约七成成为上海本地影迷，江苏、浙江、北京、广东等地的影迷约占29%。为了迎接拉着行李箱来沪观影的影迷，34家展映影院开设了行李寄存服务。

作为中国唯一的国际A类电影节，上海国际电影节的金爵奖评选受到各方关注。据了解，今年入围金爵奖五大单元评选的参赛作品共有50部，来自29个国家和地区，包括世界首映38部、亚洲首映6部，首映率再创新高；中国的《刺猬》、西班牙的《一间自己的浴室》、伊朗的《拾荒人》等14部影片将在主竞赛单元展开激烈角逐。包括竞赛片在内，本届电影节共展映来自64个国家和地区的461部影片。

## 共话产业未来

在上海国际电影节金爵论坛以及各影视企业的新片发布活动上，阿里影业、博纳影业、光线传媒等上市影企的高管均谈到电影市场未来发展。

在影企高管看来，电影市场和消费者偏好正在发生剧烈变化。“相信很多电影公司都有同感。传统意义上的一些类型和题材，观众似乎没有那么喜欢；而此前有明显‘天花板’的题材，如悬疑类题材这两年得到观众热捧。”6月16日，在上海国际电影节金爵论坛上，阿里影业总裁李捷表示。

博纳影业董事长于冬认为，电影行业近两年加快复苏，从业者却感到“艰难”。“观众和市场正迭代变化，博纳影

业要面对全新的市场、观众和行业生态。”于冬说。

电影制作周期是24个月到36个月，而观众对于电影的价值主张、审美趋势变化更快。制作方如何契合观众审美的变化是值得思考的问题。对此，李捷表示，初步判断未来四种类型的影片具有抗周期性特性，可以解决观众审美变化的问题。“一是品质感影片。品质感是电影与短视频、剧集、综艺最大的区别，电影院里的沉浸式体验无可替代；二是大制作影片，但有一定风险，因为投入大；三是个体命运与家国情怀、时代共鸣相关联的影片；四是让中国观众看到世界各个国家不同文化、不同表达方式的好

影片。”

技术迭代带来机遇和挑战。如何看待人工智能技术对电影制作的影响？光线传媒董事长王长田谈到：“去年我倡导全公司每个人都要用AI，现在每个人都自觉在工作中运用AI。”

“AI确实能在动画电影的形象设计、动态分镜等方面提供一些帮助，但AI终究是工具，现在还不成熟。”王长田表示，AI应用于电影可能需要两三年时间才能成熟。

李捷表示，人工智能可以提升影视产业效率，降低成本。而传统影视制作以创作者、创意为核心，这个不会因人工智能而改变或动摇。”

## 点燃观影热潮

正值2024年电影暑期档（6月1日-8月31日），上海国际电影节为暑期档添上了一把火。

回望2023年暑期档，灯塔专业版数据显示，2023年暑期档总票房为206.15亿元，总观影人次破5.05亿，总场次达3461万场，票房超20亿元的影片有4部，日票房连续破亿元天数达71天。上述数据均刷新中国电影暑期档纪录。2024年暑期档能否延续去年的热度？

6月17日，在博纳影业25周年发布会现场，于冬宣布影片《红楼梦之金玉

良缘》定档7月26日。他表示，在2024年暑期档将《红楼梦之金玉良缘》推荐给全国的家长和年轻的学生，相信看完电影之后会引发大家对《红楼梦》这本书的热情，探索书中人物的命运和故事。

灯塔专业版数据显示，目前2024年暑期档票房已超111亿元，定档影片已达80部。

暑期档待映影片包括《寂静之地：入侵日》《默杀》《伞少女》等，涉及犯罪、悬疑、喜剧、动画、科幻、惊悚、爱情等多类题材。

市场关注度较高的影片包括引进惊悚片《寂静之地：入侵日》，王传君、张钧甯等人主演的犯罪悬疑片《默杀》，以《唐人街探案》系列为观众熟知的陈思诚、刘昊然再度携手推出的剧情片《解密》，由张家辉、阮经天演绎的《重生》，以及由沈腾、张雨绮等人主演的聚焦澳门回归前黑帮往事的《逆鳞》。时隔5年后，追光动画“白蛇系列”第三部作品《白蛇：浮生》也将在今年暑期档上映。中信建投证券认为，暑期档电影市场景气度有望上行。

# 低空经济发展加速 碳纤维行业迎增量市场

● 本报记者 张鹏飞

近日，小鹏汇天旅航者X2在廊坊市成功完成首飞，标志着载人低空飞行器在京津冀地区实现首飞。根据德邦证券的测算，单台eVTOL（电动垂直起降飞行器）对碳纤维的需求为100公斤至400公斤。业内人士表示，低空经济腾飞将为碳纤维复合材料带来增量市场，碳纤维行业有望迎来爆发式增长。

## 利好政策频出

2024年中国·廊坊国际经济贸易洽谈会于6月16日至20日在廊坊市举办。在此次洽谈会上，小鹏汇天旅航者X2在北京大兴国际机场临空经济区完成首飞。这是包括飞行汽车在内的载人低空飞行器在京津冀地区首飞。

据悉，小鹏汇天旅航者X2全机身采用碳纤维材料打造，兼顾安全性和轻量化。小鹏汇天表示，首款量产产品分体式飞行汽车“陆地航母”将于今年四季度开启预订。

2023年以来，低空经济相关利好政策频繁出台。目前，全国26个省份政府工作报告提到发展低空经济，深圳、珠海、合肥、芜湖、苏州等城市已经制定实施方案，产业发展有望加速。

在政策推动下，低空经济发展加速。碳纤维复合材料因质轻、高强等特点成

为无人机主力结构件材料。其中，eVTOL作为低空经济的重要载体之一，其主流的设计方案均采用碳纤维作为主要机身结构材料。从头部eVTOL制造商亿航智能、小鹏汇天、峰飞航空等公布的设计方案看，机身结构均采用碳纤维复合材料。

根据德邦证券测算，单台eVTOL对碳纤维的需求在100公斤至400公斤之间，有望拉动千吨级需求。

中信证券研报显示，低空经济产业链长、辐射范围广，上游主要为构建各类低空产品的原材料，包括金属原材料、特种橡胶与高分子材料等。随着碳纤维复合材料性能的不提升和成本降低，预计未来碳纤维将在更多行业发挥关键作用，特别是在轻量化和环保方面的需求将推动碳纤维应用进一步增长。

机构预测，未来低空经济有望形成万亿元级市场规模。对于碳纤维行业来说，这是一个增量市场。

## 大量资本涌入

近年来，受益于下游市场的蓬勃发展，碳纤维行业吸引大量资本涌入。

《2023年全球碳纤维复合材料市场报告》显示，2023年，我国碳纤维运行产能为14.08万吨，比上年增长25.7%。进入2024年，国内碳纤维产能持续增长。据百川盈孚统计，今年一季度国内碳纤维新增

产能6800吨/年，同比增长33.4%，环比增长5.66%。

从投资项目看，光威复材、中简科技、神剑股份、中钢国际、东华科技等碳纤维上市公司相继投资，新增规划产能约1.2万吨。碳纤维行业快速扩张，但同质化竞争等问题受到关注。

“国内碳纤维技术与产业发展成果显著，很多产品基本上与国际领先水平保持并跑。”国家碳纤维工程技术研究中心主任徐樵华表示，“当前，部分企业追求短期利益，忽视了产品的研发投入和质量控制，导致市场上出现大量低质低价产品。这种现象削弱了行业整体竞争力。”

光威复材董事长卢钊钧认为，低端碳纤维材料很快将进入红海市场。“作为头部企业，破局之路的关键在于全产业链布局及产品质量提升。”卢钊钧近日在接受中国证券报记者专访时表示，光威复材将坚定往产业链下游走，做好高端复材，努力成为具有全球竞争力的碳纤维全产业链供应商。

## 市场前景向好

面对低空经济带来的巨大市场前景，国内碳纤维产业继续扩张。

近日，光威复材旗下内蒙古光威项目一期年产4000吨碳纤维生产线完成全部设备安装调试及试产工作，正式投入运

# 实地走访东北水泥市场 错峰生产助力价格回升

● 本报记者 董添

6月以来，东北地区水泥价格节节攀升，一度突破400元/吨，领涨全国市场。近日，中国证券报记者实地走访调研黑龙江、吉林地区水泥市场发现，严格执行错峰生产是当地水泥价格走高的重要原因。此外，前期价格较低触发成本线，在需求回暖的背景下，水泥价格触底反弹。

## 实行错峰生产

“东北地区水泥需求主要分为三部分，包括房地产、基建以及农村市场需求。此前，水泥价格下行，跌破成本线。面对严峻的市场形势，企业通过错峰生产改善供需关系，5月以来，价格开始企稳回升。”资深水泥专家刘作毅对中国证券报记者表示。

记者走访金隅冀东集团在黑龙江、吉林区域的多家水泥厂了解到，东北地区水泥市场旺季主要集中在春夏秋三季。冬季由于天气寒冷，下游地产、基建开工率低，属于水泥市场传统淡季。在保供前提下，当前区域内水泥企业开启自律性生产，通过错峰方式减缓因价格战导致的全面亏损。

“没有执行错峰生产之前，区域内一直在打价格战。金隅冀东集团率先实行错峰生产，从熟料生产端进行严格管控，降产能与提质量并存。”金隅冀东水泥吉林区域党委书记李晓明对中国证券报记者表示。

另外，金隅冀东集团积极拓展俄罗斯市场，首批出口至俄罗斯的水泥已于2024年5月24日顺利装车并运出。此举为公司后续进一步开拓国际市场、增强企业核心竞争力奠定坚实基础。

## 推进智能化转型

“过去，水泥行业有一句俗语‘晴天一身土，雨天一身泥’。当前，水泥生产已实现自动化，并逐步向全面智能化转型。”金隅冀东水泥黑龙江公司党总支书记、经理严桂忠告诉中国证券报记者。

记者走访看到，很多水泥厂已经实现花园式生产，一些水泥厂实行全面智能化建设标准。金隅冀东水泥磐石有限责任公司通过产能置换的形式，按照智能化标准建设新生产线。

金隅冀东水泥磐石有限责任公司数智化技术部副部长房亮介绍，利用新一代信息技术，构建数字化精益生产、全流程智能化检验、设备全生命周期管理、全流程智能物料管控、数智化决策等智能化闭环管理体系，实现从传统水泥生产企业到数字化、智能化现代化企业的转型。

“水泥厂未来的转型一定是全面智能化。从世界范围看，制造业全面智能化的标准是黑灯工厂、无人工厂。通过精细化管理以及绿色转型，打造企业在区域内的成本优势。”李晓明告诉记者。

记者在金隅冀东水泥磐石有限责任公司看到，智能化实验室里的机械臂正在操作自动化生产线输送的样品。实验室机器人与数字化管理系统、专家优化系统连接，对水泥质量数据进行记录、统计、综合分析。

“这套监测系统可以节省大量人力成本。目前，磐石公司生产一线不足30人，优化了工序和管控流程，这在以往不可想象。”磐石公司党总支书记、经理张柏东对记者表示。

## 打造成本优势

中国证券报记者走访了解到，水泥市场区域性较强，企业最重要的是抢占当地市场份额。通过先进的制造装备，降低单位能耗，是水泥厂获得成本优势的一大关键。

“近年来，环保标准趋严，能源价格上升。水泥厂提高装备技术水平，升级改造关键设备，比如篦冷机、磨机等，有利于获取成本优势。水泥头部企业在智能化、绿色化方面的探索已取得长足进步，并积极延伸产业链，走向海外市场。”刘作毅告诉记者。

位于河北唐山曹妃甸的冀东发展集团有限责任公司是北京金隅集团二级集团公司，承担着打造金隅集团高端装备制造的重任。记者走访了解到，金隅冀东东北区域水泥厂的装备来自金隅冀东发展集团。在水泥行业整体降产能、全面智能化转型的当下，如何打造拳头产品，让水泥企业更具有竞争力，是上游装备企业思考的重点。

“装备企业需要从工艺设计、装备制造、建筑安装、生产调试到备件供应、维修服务、生产运营等各个环节管控水泥生产线。水泥行业发展至今，粉磨、选粉、烘干等环节都需要围绕产量高、电耗低等目标做文章。近年来，旗下金隅电气（唐山）有限责任公司致力于为建材行业智能制造转型‘量身打造’总装型智能配电柜，满足第二代新型干法水泥生产线智能化建设相关标准，并持续向数字化、智能化迈进。”金隅冀东发展集团相关负责人对中国证券报记者表示。

为减少能源消耗，增强绿色发展优势，金隅集团旗下吉林环保公司与吉林化纤等企业签订了长期战略合作，对工业垃圾进行协同处置，通过固废消纳的方式，打造循环经济产业链。

“一方面，可以帮助工业企业消纳固废，增加水泥企业收入。另一方面，可以减少煤炭等燃料用量，降低成本。2024年1-5月份协同处置量5.97万吨，较上年同期处置量增长3倍以上；危废收入1533万元，较上年同期增加260万元。环保产业发展成为企业新增长极。”吉林环保公司党总支书记、经理陈君告诉中国证券报记者。



金隅冀东旗下吉林公司

本报记者 董添