

阿里影业吹响盈利号角，电影院线黎明将至？

一张电影票卖350元？近期《阿凡达：水之道》定档于12月16日的消息不胫而走，各大电影院就已经开始抓紧开启预售通道，其中个别电影院票价高达350元，引发市场热议。

此前疫情肆虐，电影院经营一度跨入寒冬，不少以电影院线为主业的公司纷纷陷入了亏损泥沼，而今市场开放趋势日渐明朗，阿凡达又是国际知名IP著作，正是影视企业提振业绩的大好时机。据新浪财经官号统计，截至今年前三季度，万达电影报亏5.3亿元，金逸影视报亏2.8亿元，横店影视报亏1亿元……

阿里影业是为数不多能上交盈利答案的公司。11月29日，阿里影业发布2022/23半年度业绩，截至2022年9月30日，阿里影业营收18.29亿元，同比增长35%；经调整EBITA录得盈利1.49亿元。

在院线市场多重承压的大环境之下，阿里影业依然能取得不错的成绩，的确很意外。具体拆开来看，阿里影业主要营收结构有内容、科技、IP衍生及商业化三个板块，此番逆势增长，不仅证实了阿里影业这种商业构成的正确性，同时也为行业提供了一个积极可行的新范式。

窠络用户心智

众所周知，如今电影院线市场的寒意更多是观影人次增长放缓所带来。就如万达电影公告称，2022年前三季度，全国电影总票房256.8亿元，同比下降26.1%，观影人次6.1亿，同比下降30.5%。

在观影人次流失、营收大幅下跌的危机之下，影院势必要练好内功、提升经营能力来留住观众和吸引观众。

一方面，改善内容供给效率，丰富优质内容提高获客能力。优质的内容始终是影视公司最大的杀手锏，在内容业务领域，阿里影业深度布局全品类娱乐内容，不断拓宽内容赛道，持续向市场输出优质作品。

院线之内，不断积累制作开发能力。在电影市场处于整体萎靡期内，阿里影业依然保持着稳定、高质量的内容输出节奏。在2022/23半年度报告内，阿里影业参与了18部影片的出品和发行，覆盖喜剧、爱情、动画等多个品类，共享票房70亿，占国产片观影票房的60%。其中《独行月球》、《人生大事》、《神探大战》三部影片成功跻身票房前三。

院线之外，重点发力精品剧集。阿里影业通过运营工作室的模式与平台、编剧以及各合作方之间建立紧密联系，充分利用资源优势，持续打造精品剧集内容。比如阿里影业旗下敦淇工作室自制的《重生之门》上线仅6小时在优酷和猫眼的热度就达到了9000+，《点燃我，温暖你》播出后豆瓣评分7.5，热度登顶各大榜单。

得益于此，阿里影业在22/23半年度期间，内容板块收入达10.40亿元，同比增长85%。由上述数据可以看出，阿里影业对优质内容的判断相当精准，未来在内容业务上有望实现持续高速增长。

另一方面，深化C端产业链服务，增强用户粘性。在上游，完善在线票务平台服务



体系，今年上半年，淘票票联合大麦进一步优化“淘麦VIP”会员体系，深度布局“电影票+演出”应用场景。

比如淘麦VIP今年以来推出电影买一赠一、9.9元看脱口秀等多种购票优惠活动，以满足不同用户的需求，此外，VIP会员还能享受快速通道、明星见面会等吸引权益，为会员带来更好的消费体验，试图强化用户粘性。

眼下，多地区院线运营逐步恢复，对于阿里影业来说，淘票票依旧是面向消费者的最佳窗口，现阶段继续深度挖掘用户需求，留住更多用户才是重中之重。

在下游，推出热门周边产品，增进与消费者之间的情感连接。阿里影业将旗下的潮玩品牌“锦鲤拿趣”与多个影视综结合打造潮玩产品，有如《沉香如屑》Q版手办、《独行月球》角色手办“独孤月”和“金刚鼠”等。一定程度上，这些衍生品不断促进着阿里影业和观众建立更深的联系。

在影院市场整体经营困难重重的情况下，阿里影业发力内容、维系用户忠诚度而且取得效果显著，对于其他影视玩家来说，阿里影业运营策略有一定的可学习之处。

踩准客户痛点

阿里影业在文娱消费市场发展布局向来极具前瞻性，早在2017年，阿里影业就强调自己要成为电影行业的服务者，时至今日，有数字化宣发平台“灯塔”的助力，阿里影业在B端的布局战略也越来越完善。

在用户层面，灯塔平台背靠阿里资源，可以轻松获取到支付宝、淘宝、高德等平台数据，便于分析和把握用户在文化娱乐上的需求和兴趣点，并根据推广效果实时检测，及时调整和优化宣发策略，精准触达用户。

在宣发层面，阿里影业将宣发平台“灯塔”与营销全案设计“黑马”、内容营销机构“淘秀光影”融合成宣发链路闭环而打造的内容宣发平台，在帮助企业客户通过淘票票、优酷等内部资源进行精准投放的同时，也会极力促成客户在外部主流媒体当中实

现流量曝光，高效调动各平台宣传优势，达到最大化的宣发效果。

在今年前三季度，阿里影业先后为《独行月球》、《还是觉得你最好》等多个影视剧项目提供独家策划直播和内容营销服务，比如开展“淘票票星光点点”公益放映计划、举办试映会等。

此外，淘秀还在抖音上构建影视剧的官方营销账号，打造高流量的宣发阵地。据数据显示，淘秀在《今生有你》《重生之门》《入殓师》等热门影视项目的短视频营销中，累计创造三百余个10W+爆款视频。

在拓展方面，灯塔平台推出热力站、大V宝、爆米花指数等线上服务和试金石等线下服务，并发掘用户招募、明星直播、淘影问答等更多功能，增强影视平台与用户的互动，进一步强化推广效果，促成影片宣发环节的高转化率。

就目前来看，阿里影业的产业闭环已经形成，在线票务、智能宣发、衍生品授权和开发……阿里影业的“一条龙”服务配合阿里大文娱内的其他版块，各种优势互补形成协同效应，B端服务能力大幅提升。

跨越边界现生机？

阿里影业除了巩固“疆土”，还热衷于开拓“无人区”。从单纯依赖电影票房收入到不断丰富非电影票房收入，扩展多元化的能力已经成为当下头部影视公司重要的一点。

不止阿里影业，在展示多元化布局能力方面，万达电影、金逸影视们也不遑多让。这两年，片子供应不足，电影院维护成本无法抵消，回本更是困难，从今年3月份以来，就有不少影院开始探索新的影院业态，提高电影院的利用率。

譬如金逸影城在广州部分地区引入剧本杀；太平洋影城（王府井店）先后推出国际音乐剧展映、儿童剧本杀、大咖公开课及亲子研学活动等；成都市莱纳星影城开售午休服务；万达影城也顺势推出了卡塔尔世界杯一系列影院观赛活动，以及推出系列相关周边产品。

在院线大环境不景气的情况下，大部分影院在新业态的尝试可谓相当努力。毕竟在如今不怎么性感的院线赛道上，大家只有一个共同目标——维持影院的正常运营，避免逼近倒闭的边缘。

事实证明进行新尝试并不失为明智之举。就如今年4月22日至24日，“白熊脱口秀”在潇湘青春影城悦方店连演三场的上座率均达到15%。另外从一些影院官方的卡塔尔世界杯宣传页中不难看出，近百人的影厅上座率也接近50%，效果还是非常可观的。

不破则不立，如今大家都深知，不跳出“电影院只能看电影”的固定逻辑，难以保证院线的生存。不过影视公司们需要明白的是，剧本杀等娱乐方式能带来的可能只是短暂热度，搞这些副业始终是权宜之计。

首先，除却世界杯这类有时限的高热度赛事，剧本杀、午休服务等多种差异化的尝试还不够成熟，观众群体还需要进一步培育。其次，国内对疫情的管控正在放开，院线排片也会逐步回归正常，没有优质影片，观众依然会流失。

回归本位，等候黎明

不可否认“影院+多种业态”的跨界探索，为影院增加营收的确起到不小作用，但影院的主营业务还是内容，后续要把用户拉回电影院，势必要回归追求内容的正常轨道。

庆幸的是，影视行业头部玩家对此趋势早已有所察觉。在第35届金鸡百花奖上，阿里影业、万达影业集体发布了40多部新片片单，其中包括《满江红》、《龙马精神》、电影版《想见你》、《流浪地球2》等等。此外博纳、光线、华谊、中影等公司的储备片量也十分丰富，有国产原创动画电影《深海》、警匪题材电影《坚如磐石》，还有科幻电影《宇宙探索编辑部》等等。

根据前面财报所显示，阿里影业已然现身证明发力优质内容的益处，当下再有诸多玩家陆续发力内容布局，不难猜测，优质内容将成为头部影视公司厮杀的重点领域，接下来，影视行业或会迎来新一波内容质量和数量上的内卷。

相对而言，阿里出身互联网平台，本身在线上就有支付宝、淘票票、灯塔等较为完善的生态闭环，无论在C端或是B端，都比其他地产起家或是以线下院线业务出身的影视公司有更大的发展优势。或者换句话说，像万达电影、金逸影视等玩家在线上的多元化拓展空间相对不大，至少在它们财报仅有“电影行业”的单一化营收结构来看确实如此，这也就意味着对于深耕内容领域，万达、金逸们需要更为重视。

值得一提的是，当下疫情管控走向开放趋势明显，各地区电影院可以正常营业，此外，有望对票房有巨大拉升力的《阿凡达：水之道》已定档，这对院线来说无疑是当下业绩恢复最重磅的利好，也是未来向前发展的一针强心剂。行业大幅复苏有望，未来谁的内容能够激起大众观影欲望，谁就能先找到打破困境的突破口，也就更有可能在日后的发展中当中占据先机。

星系长得比想象快？到底是不是特例？星系形成模型会被颠覆吗？

婴儿宇宙中出乎意料的成熟星系表明星系的形成速度比我们想象的要快

“这个星系看起来像一个‘成年人’，但它本应只是一个‘小孩子’。”

在宇宙只有12亿年时观测到的ALESS 073.1星系中的气体和尘埃（分别以蓝色和红色显示）。（图片来源：费德里科·莱利 Federico Lelli）

新生宇宙中的遥远星系本应看似一个“小孩子”，但它本质上与成年星系很相似，新的发现表明星系的演化可能比以前想象的要快得多。

星系有各种形状、颜色和大小。关于星系是如何在早期宇宙中形成的以及它们是如何演化出成熟的特征（如旋转的圆盘和密集恒星的中心隆起）仍然存在谜团。要追溯到那么遥远的时间，天文学家需要观察遥远星系发出的光，但这些目标往往太暗，看不清楚。

在这项新的研究中，研究人员聚焦于星

系ALESS 073.1。他们从这个星系探测到的星光来自125亿年前，当时“宇宙12亿岁，大约是目前年龄的10%”，该研究的主要作者——威尔士卡迪夫大学的天体物理学家费德里科·莱利（Federico Lelli）告诉Space.com。

使用智利的阿塔卡马大型毫米/亚毫米波阵（ALMA），科学家们分析了他们成功收集到的ALESS 073.1尘埃和气体的高质量图像。他们利用这些数据来模拟物质在星系中的聚集方式并计算其运动。

出乎意料的是，研究人员发现该星系既有一个旋转的圆盘，又有一个中央隆起。他们还发现了一些迹象，表明它甚至可能拥有与成熟星系（如银河系）相同的旋臂——从星系核心延伸出的旋臂。

“这个星系看起来像一个‘成年人’，但它本应只是一个‘小孩子’。”费德里科·莱利（Federico Lelli）说道。

ALESS 073.1的核心也产生了比仅靠恒

星的存在所能解释的更多能量。先前的研究表明，这样一个“活跃星系核”（AGN）暗示着一个超大质量黑洞的存在，其

质量是太阳质量的数百万到数十亿倍。

此前，研究人员认为由于星系内的引力不稳定性或星系间的合并，中心隆起会随着时间慢慢形成。“相反，ALESS 073.1在不到12亿年的时间里形成了一个巨大的隆起，这个隆起大约占其恒星的一半，”莱利说，“这个年轻的星系看起来异常成熟。”

早期的研究还表明，由于在原始宇宙中星系正在经历的所有活动，例如吞噬周围的气体和以非常高的速率形成恒星，使得星系的形成通常被认为是混乱的、汹涌的，并且多半是结构凌乱的。莱利说，在ALESS 073.1中检测到的有序结构“与这些预期不符”。

这些新发现表明，星系可以比以前人们想象的更快、更有效地形成成熟的特征，如圆盘和隆起。莱利说：“像隆起、规则旋转圆

盘，很可能还有旋臂的结构必须在不到10亿年的时间内形成，这对于目前的星系形成模型来说是一个难以办到的事情。”

莱利说，未来，科学家们的目标是收集来自同一宇宙时期的十几个左右更多的星系的类似高质量图像。

“这些新的观测将确定像ALESS 073.1这样的星系是原始宇宙中的常规还是例外，”莱利说，“原本应该在去年进行这些观测的，但很不幸地，阿塔卡马大型毫米/亚毫米波阵（ALMA）因新冠肺炎紧急情况而关闭了。”

相关知识

阿塔卡马大型毫米波/亚毫米波阵列位于智利北部阿塔卡马沙漠，是由射电望远镜构成的天文干涉仪。因为具备“高海拔”和“空气干燥”两绝佳条件，这对毫米和次毫米波长的观测至关重要，阵列最终选择在5,000米的查南托高原上，附近还有拉诺德查南托天文台和阿塔卡马探路者实验。