

七年筹划多次“跳票” 北京文化曲折“封神”路

本报记者 张婧超 北京报道

跳票多年国产魔幻史诗电影《封神》在6月5日宣布计划于7月20日上映。该消息一经发布，立刻冲上微博热搜。

究其原因，一方面是《封神》

三部曲号称投资共30亿元，业内有人将其比作“中国版《指环王》”，另一方面则是《封神》三部曲的出品方北京文化(000802.SZ)早在2017年便公开了该系列电影的计划，而后又宣布于2020年上映，但却多次“跳票”。

更值得关注的是，作为《封神》三部曲的出品方，北京文化因其在过去几年里，连续押中《战狼2》《我不是药神》《流浪地球》《你好，李焕英》等爆款影片，在业内素有“爆款机器”之称。但与之形成鲜明对比的，则是北京文化自

2019年至今的连续亏损、2020年曝出的财务造假风波以及公司管理层近年来的动荡。

《中国经营报》记者注意到，北京文化在2019年~2022年，净亏损呈现连续收窄趋势，在今年第一季度，其归属与上市公司股

东的亏损进一步收窄至1176万元。但其营业收入也从2019年开始一路下滑，因此亏损收窄主要归功于其对成本费用控制。

由于在影视行业过往的历史中，爆款电影、电视剧、综艺等产品对上市公司业绩的拉动有着较为明显

的作用，综上所有背景，业内对《封神》三部曲也有了更多期待。

而这部取材于中国古代神话小说《封神演义》的魔幻大片能否帮助北京文化在降本的同时实现开源增收，扭转其连亏四年的窘境，成为当下业内关注的焦点。

风波：“爆款机器”与“一地鸡毛”

2021年1月4日，北京文化因涉嫌信息披露违法违规收到被证监会立案调查的通知书，同时也收到来自北京证监局的两封警示函。

北京文化的坎坷曲折须从2020年说起。

2020年4月29日，北京文化公布了2019年年报。当晚，北京文化原副董事长娄晓曦就在新浪微博实名举报北京文化财务造假称：“北京文化2020年4月29日发布公告，巨亏20多亿元、倒改2018年审计报告、低价出售世纪伙伴，试图粉饰太平、把财务造假的‘罪’改成‘错’，欺瞒监管机构、侵害广大股东利益，本人在此予以实名揭露、举报！”

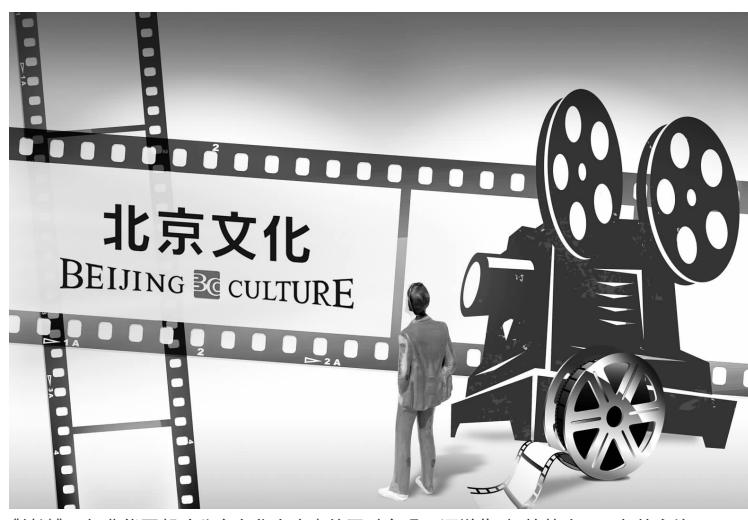
北京文化随后回应称，公司原副董事长娄晓曦因涉嫌挪用资金罪，已出逃海外。娄晓曦已于2020年1月19日被北京市公安局朝阳分局正式立案，目前此案正在侦查过程中。8个月后，宋歌辞去北京文化总裁职位。

2021年1月4日，北京文化因涉嫌信息披露违法违规收到被证监会立案调查的通知书，同时也

收到来自北京证监局的两封警示函。第一封警示函是因为2018年财务信息披露不准确和未能对收购子公司进行有效整合，缺少对子公司项目管控、预算资金管理与监督等关键控制环节两个违规事项；第二封警示函则是针对时任公司董事长兼总经理宋歌、时任财务负责人张云龙、时任董事会秘书陈晨，根据上述违规事项的发生，判定三位高管未按照规定履行勤勉尽责义务。

但北京文化的动荡还未结束。

2022年7月，北京文化又被多家公司告上法庭。北京文化发布的公告显示，北京登峰国际文化传播有限公司、北京壹同传奇影视文化有限公司、嘉影上行(北京)文化传媒有限公司和西虹市影视文化(天津)有限公司四家公司均对其提起了诉讼。公告披露，前述四家公司向北京文化起诉的金额累计超过1.5亿元，涉及



《封神》三部曲能否帮助北京文化在降本的同时实现开源增收，扭转其连亏四年的窘境？

视觉中国/图

电影项目发行收入及相关利息、投资收益、诉讼费、违约金等。其中，吴京的登峰国际和陈思成的壹同传奇两家公司起诉索赔超过1.2亿元。

根据北京文化2022年年报

和2023年一季报，公司截止到2022年12月31日和2023年3月31日的货币资金分别为7805万元和5465万元。若最终败诉，则最终将对该公司的流动性造成影响。

业绩：收入跳水、成本连降

2020年~2022年，北京文化的收入分别同比下降50.19%、30.01%、63.75%，并继续连年亏损。

北京文化虽连续参与投资、出品了《心花路放》《战狼2》《我不是药神》《流浪地球》等多部位列年度票房榜前茅的影片，但近年来的业绩却并不理想。

特别是在2018年还盈利1.25亿元、2019年又参与出品了《流浪地球》的背景下，2019年竟巨亏23亿元。北京文化对此的解释是：“主要原因是全资子公司世纪伙伴和星河文化经营业绩下滑，基于审慎原则，公司计提相应的资产减值准备和商誉减值准备所致。”

在此背景下，北京文化选择了“减费降本”。其2019年营业总成本为9.31亿元，在2020年~2022年则分别为4.27亿元、2.84亿元、

30.01%、63.75%，并继续连年亏损。对于这三年的亏损原因，一方面是疫情导致下游的线下院线营业以及上游的影片拍摄制作受到影响，另一方面则是北京文化连续计提商誉、资产减值损失或信用减值损失。

与之相对的则是北京文化自2019年开始激增的负债。Wind金融终端的数据显示，从2018年到2022年，在每年报告期末，北京文化的资产负债率分别为24.22%、45.55%、62.48%、57.7%、56.01%。

从其费用投入方面来看，在2019年，北京文化尚有523万元的销售费用、1.5亿元的管理费用，之后开始连年下降，甚至到2021年、2022年和2023年第一季度，已毫无销售方面的费用投入。在运营支出方面，预付账款从截至2019年12月31日的16.52亿元一路减少至截至2022年12月31日的14.62亿元，应付账款则从10.15亿元减少至5.39亿元。

其2019年~2022年年报的合并现金流量表也显示，北京文化的经营活动产生的现金流出从2019年的23.87亿元一路减少至2022年的2.19亿元，投资活动产生的现金流出从2019年的7.13亿元一路减少至2022年的5499元。

不过值得庆幸的是，北京文化似乎正逐渐摆脱贫债带来的财务压力。2022年年报显示，其利息费用已从最高时(2020年)的6832万元降至766万元；2023年一季度则显示，其应付账款从近四年最高点(2020年)减少过半，预收账款缩减至最高点(2019年的)的五分之一，长期应付账款也减少至最高点(2019年的)的七十分之一。

《封神》：是《长城》还是《指环王》？

《封神》由于有《指环王》制片人参与，且与《指环王》系列一样同为魔幻题材、取材于小说，又都为三部曲。

对于影视公司而言，爆款往往是业绩翻身、爆发的主要驱动力。记者从北京文化方面了解到，其目前正在推进的主要电影项目包括《封神》三部曲、《749局》等。而在近期能够上映的便是《封神》。

而《封神》的上映之路也颇为曲折。

北京文化2017年一季报曾披露，《封神》三部曲开发期为2014年6月~2016年12月，筹备期暂定为2017年1月~2018年6月，拍摄期暂定为2018年7月~2019年6月，上映节奏上，《封神》暂定2020年暑期公映。

在2020年1月，北京文化在接受投资者调研时介绍，《封神》第一部已经拍摄结束，进入后期制作阶段，第二部和第三部拍摄预计在2020年1月份结束，第一部上映时间预计在2020年暑期档。而后又对外宣布，《封神》第二部暂定2021年暑期公映，第三部则暂定2022年暑期公映。

不过，2020年蔓延开来的新冠肺炎疫情严重冲击了整个电影行业，国内电影院线在2020年1月下旬整体暂停营业，众多影片择机或者延后上映。北京文化在2020年和2021年的年报中分别两次变更上映计划，均未能如期上映。

到2021年4月，北京文化发布公告称，为分散投资风险、缓解流动资金压力，公司与西藏慧普华签署了《投资份额转让协议》，转让《封神》系列三部影片各25%份额，转让价格均为2亿元，累计合同金额6亿元。截至公告披露日，公司已收到西藏慧普华上述转让款5.5亿元。

2023年4月，北京文化在2023年一季报中表示，“《封神》于2018年9月开机，第一部已取得龙标，项目正在发行中。第二部和第三部已取

得拍摄许可证，也都在2018年9月开机，目前都处于后期制作阶段。”

在今年6月5日晚，《封神》最终确定上映日期，立刻引发关注，也被业内给予了厚望。公开资料显示，《指环王》三部曲的制片人巴里·M·奥斯本担任制作顾问，导演为曾与《流浪地球》系列的导演郭凡同批去往美国交流学习的乌尔善，主演则有黄渤、李雪健、陈坤、袁泉、费翔等。

《封神》由于有《指环王》制片人参与，且与《指环王》系列一样同为魔幻题材、取材于小说，又都为三部曲，因此当前市场上也将《封神》视为中国版《指环王》。

“自从春节档之后，一直没有大片来承接市场，直到前几天，才有一部‘五一档’的《人生路不熟》票房过了10亿元，所以有大制作的电影能够确定上映，对我们来说是一个好消息。”一位院线人士说。

值得注意的是，《封神》的主创阵容虽然强大，但近几年，魔幻题材影片以及中外合作的大制作影片绝大部分出现了票房和口碑两个方面的失败，如《长城》《图兰朵：魔咒缘起》。

同时，由于《封神》三部曲的投资高达30亿元，按照行业规律，其票房须达到约90亿元才能达到盈亏线，而能否达成这一目标，关键取决于《封神》第一部的口碑与票房。

值得注意的是，《封神》选择上映的7月20日是周四，而业内新片上映往往会选择更临近周末的周五。此外，在今年暑期档，开心麻花参与出品的《超能一家人》目前是《封神》最有力的直接竞争者，且在后者定档日期的第二天上映，这也将增加《封神》的竞争压力。

对于为何选择这一日期上映，记者联系采访了北京文化董秘办，不过，截至记者发稿，尚未获得回复。

裸眼3D产业拐点将至 移动端规模化应用提速

本报记者 秦枭 北京报道

6月6日凌晨，苹果在今年的WWDC上发布了其旗下首个MR

(混合现实)头显设备Vision Pro，并在业内引起了广泛的讨论。不过，当大家还在惊叹于苹果Vision Pro将数字内容带进真实世界的同时，

不借助VR眼镜、头盔等设备的裸眼3D正在快速发展，并进入了市场。

目前，能满足用户日常使用需求的裸眼3D笔记本、显示器、PAD

平板等商用产品已陆续发布，裸眼3D移动端的普及正在推动互联网内容向3D方向转变，包括3D直播、点播、游戏、教育等场景。

多位业内人士对《中国经营报》记者表示，裸眼3D大规模商用的时代即将到来，预计2024年将出现支持裸眼3D的手机产

核心技术基本成熟

裸眼3D是对不借助偏振光眼镜等外部工具，实现立体视觉效果的技术的统称。其基本工作原理是，通过各种光学技术将屏幕图像分离成不同的视角图像提供给双眼，并利用双眼视差原理产生立体观看效果。

早在十余年前，一些厂商便开始试水裸眼3D。2011年，任天堂推出了便携式游戏机3DS，利用视差障壁技术让用户可裸眼体验3D图像效果。除此之外，部分手机厂商也加入进来，夏普、HTC、LG、摩托罗拉等众多手机厂商都相继推出过支持裸眼3D的手机。

但是，受限于当时的技术水平，彼时的裸眼3D普遍存在视差角间图像串扰严重、单视图分辨率低、辐辏调节冲突明显等问题，存在屏幕亮度低、图像模糊、图像重影等现象，导致观感体验差，容易让使用者产生视觉疲劳和眩晕感，这波热潮也随之冷却下来。

近几年，随着光学显示、终端研发、内容处理和用户体验方面逐渐成熟，裸眼3D可实现终端小体积轻量化，无需佩戴外接设备(偏光眼镜、VR头显等)即可拥有自然舒适和沉浸式3D体验。

同时，通过2D到3D内容AI自动转换技术，彻底改变了3D作品的创建方式，解决了3D海量内容需求的一大痛点。

从2022年起，已有能满足用户日常使用需求的裸眼3D笔记本、显示器、PAD平板等商用产品陆续发布。去年5月，宏碁发布裸眼3D游戏本，通过眼球追踪、光学透镜和即时渲染等技术，实现了不俗的裸眼3D成像表现；今年3月，Leia发布了裸眼3D安卓平板，搭载3D光场显示、动态立体人脸追踪技术和AI算法，可实时匹配舒适的视角，支持2D和3D间任意切换。

IMT-2020(5G)推进组组

长、中国信通院副院长王志勤表示，裸眼3D核心技术基本成熟，用户无需佩戴设备，即可享受自然舒适的3D体验。5G及5G-A的高速率、低延时特点和超强的数据处理能力，可有效发挥裸眼3D感知性、沉浸感、交互性等特点。

臻像科技副总经理孙雪君表示，随着沉浸式三维内容不断融入各行业，各类沉浸式显示终端的交互体验蓬勃发展，对3D内容的采集面数、渲染算力、以及对网络传输的带宽，都提出了相当高的要求。当前使用8路4K进行采集时，原始数据量级在35.5Gbps。因此，5G网络下通常要压缩200倍才能传到云端。进入5G-A时代，可以考虑更小的压缩倍率，从而获得更高清的显示效果。光场技术高分辨率和超多视点，结合5G-A上下行超宽带和确定性时延，可以给用户带来最佳的3D业务体验。

大规模商用时代即将到来

“裸眼3D产业的春天和加速期已经到来。”华为无线网络产品线副总裁、首席营销官甘斌说道。

“裸眼3D技术可广泛应用于多个行业领域，包括博物馆藏品展示、各阶段的教育培训、医疗行业的手术辅助，以及汽车制造的设计开发等。这些行业应用都可以通过裸眼3D的方式去呈现。”宏碁中国区高级产品总监罗子南表示。

不仅如此，裸眼3D的内容侧因离不开强大的即时渲染能力和实时数据传输能力，故对网络带宽提出了更高的要求。5G及5G-A的高速率、低延时的特点和超强的数据处理能力，也将极大促进数据从云到终端的网络传输速度，可以将裸眼3D的全感官全交互沉浸式体验，带入全息通讯、云游戏、数字人等更多应用场景，将更多应用场景从线下扩展到线上互联网。

孙雪君认为，在5G千兆网络的支撑能力下，裸眼3D的应用也将打破虚拟现实边界，助力更丰富的万物真实互联场景。在裸眼

3D移动终端，可提供3D全息通讯、3D远程教育、3D电商、智能助理、虚拟歌姬直播、3D文化藏品、3D游

戏等场景应用落地；在裸眼3D家用/商用场景端，则将助力3D文旅、三维健身、3D远程会议、全息手术、沉浸式影院、3D产品工业设计制造、3D服饰纺织等具体的应用。

而除了终端和网络技术之外，基于移动设备的裸眼3D也是低迷的消费电子市场的迫切需求。

王志勤表示，预计2024年将出现支持裸眼3D的手机产品。未来1~3年，5G智能终端将成为裸眼3D新兴应用的最大入口，并将带动屏幕、终端、内容、算力、音视频产业的规模化增长。

互联网分析师李伟俊表示，当前消费者对于移动终端购买力不强的原因之一是，产品迭代并没有带来革命性的消费体验，只是所谓的原有功能的升级，这也是穿戴式AR/VR以及XR消费产品在市场上开始被关注的原因。而裸眼3D作为一种新型的消费体验，无需佩戴繁琐的设备，深化应用创新推广。

便可体验3D立体效果，有望为手机厂商提供新的市场增长点。

与此同时，李伟俊表示，裸眼3D是数字影像领域具有变革性技术，但目前产业发展的主轴是娱乐和文旅，主要在大型活动、展厅、演出等方面使用。虽然裸眼3D摆脱了眼镜的束缚，但是观看角度和观看人数等方面还存在一些不足，而且包括渲染模拟的显卡、内存等有待进一步优化。

基于此，日前，中国信通院、TCL华星光电、宏碁、华为、荣耀、小米、中兴等3D领域产业链上下游，共同发布了裸眼3D产业推进倡议，通过聚合产业资源，着力解决裸眼3D技术与产业的共性问题。一是研究裸眼3D技术路线，引导形成主要技术方向及标准；二是验证裸眼3D端到端的系统能力，包括2D/3D内容转换技术、端到端3D云化业务验证等；三是构建裸眼3D用户体验标准和评测机制，进一步提升用户的视觉体验；四是梳理裸眼3D典型的应用案例，借助5G/5G-A能力，深化应用创新推广。