



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总 2516 期/每周一出版/本期 32 版

新闻热线: (010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
《中国经营报》社有限公司出版
社长、总编辑/李为民

零售价/ RMB5.00

扩大消费 20 条：汽车、电子产品、家居等是重点

A2

保险战灾害：看得见的及时理赔 VS 看不见的“防灾减灾”

B1



游戏 IP 和电影票房 30 年的“摩擦”

商业案例 D4

随着《超级马力欧兄弟大电影》于 2023 年 7 月 14 日在哔哩哔哩弹幕网和腾讯视频上线，意味着这部游戏改编的电影基本结束了在中国内地院线的放映。

公开资料显示，该片在中国内地地的票房为 1.71 亿元人民币，但是其全球票房却高达 13.45 亿美元，不仅创造了有史以来全球游戏改编电影的最高纪录，而且在动画电影领域，也是全球影史第二名，仅比《冰雪奇缘 2》少了 1 亿美元。此外，该片还是截至目前为止的 2023 年度全球票房冠军，超过第二名《银河护卫队 3》的约 5 亿美元，在全球年度票房榜上一骑绝尘。

据外媒报道，该片的成本

约为 1 亿美元，这也意味着该片的票房回报比达到了惊人的 13 倍之多。在口碑方面，海外平台 IMDb 的评分为 7.5 分，国内的豆瓣评分为 7.8 分。综上所述，《超级马力欧兄弟大电影》实现了商业、口碑方面的双丰收。

但《中国经营报》记者注意到，在该片之前，国内外的游戏和电影行业都不乏将游戏改编为电影的尝试，但在商业方面成功的仅十之一，商业与口碑双丰收之作更是寥寥无几。

记者就此采访了多位游戏和电影行业的人士，总结原因主要有三：一是游戏围绕玩家或玩家所扮演的人物展开，因此游戏的剧情是为了加强玩家的体验与代入感，而电影则是



讲述故事主角的剧情，这相比小说、漫画等其他类型 IP，改编难度大幅增加；二是游戏改编电影需要去平衡游戏玩家与路人观众的关系；三是游戏 IP 改编电影往往会受到预算限制，尤其是游戏改编电影大多是动作、枪战、科幻、魔幻等类型，需要很高的投入成本，而鉴于此

前三十多年游戏改编电影大多失败的历史教训，许多电影公司和游戏公司自身也会谨慎投资，但这反而会让这类电影陷入恶性循环。

基于以上背景，《超级马力欧兄弟大电影》无疑会成为横跨游戏和影视两个行业研究的典型案例。

社评

深挖政策空间 促房地产市场稳健应变

房地产行业迎来新的政策信号。中共中央政治局 7 月 24 日召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。会议指出，要切实防范化解重点领域风险，适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策，因城施策用好政策工具箱，更好满足居民刚性和改善性住房需求，促进房地产市场平稳健康发展。

作为国民经济重要支柱产业，房地产行业的任何风吹草动都影响甚广、牵动人心。过去几年，中国房地产行业经历了一系列的深度调整，突出表现在一批民营房企因为资金问题陷入困境，土拍市场的热度明显下降。与此同时，社会的购房意愿也明显降低。并且，这种整体下行和市场降温状态还在继续。据国家统计局数据，今年上半年全国房地产开发投资 58550 亿元，同比下降 7.9%；商品房销售面积 59515 万平方米，同比下降 5.3%。

如是宏观背景下，高层作出“我国房地产市场供求关系发生重大变化”的判断，并首次提出“适时调整优化房地产政策”，是实事求是的体现，也顺应了市场和社会期待，为房地产市场的企稳回升确立了新基调。

所谓房地产市场供求关系发生重大变化，主要是指供求两端都出现了新情况。从供应端看，当前房企债务风险依然客观存在，绝大部分城市的房地产资产价格也有

所下跌，二手房市场挂牌量更是屡创新高，“炒房”的空间已被有效压缩；从需求端看，受多种因素综合影响，社会购房热情明显褪去，人口形势也发生变化，过去“万人摇号抢房”的局面很难再现。供求两端的这种显著变化表明，中国房地产行业正在由过去“过热”的卖方市场，转向有“过冷”之度的买方市场。据此，过去针对房地产市场以“限制”为主的调控政策，显然就有了调整优化的必要。高层的最新定调，为这种调整优化打开了窗口和通道。

其实，因应市场行情的深刻变化，房地产市场的政策调整，在过去一段时间里已呈现出密集之势。据不完全统计，仅 2023 年以来，就已有百余城出台房地产调控政策超 300 次，并有不少热点二线城市也对限购政策进行松绑。近期，更是信号连连：住建部召开企业座谈会，明确要继续巩固房地产市场企稳回升态势，大力支持刚性和改善性住房需求，进一步落实好降低购买首套住房首付比例和贷款利率、改善性住房换购税费减免、个人住房贷款“认房不用认贷”等政策措施；紧接着，北上广深四大一线城市纷纷表态要更好满足居民刚性和改善性住房需求，促进房地产市场平稳健康发展。这说明，地方政府与市场均对政策调整有着内驱力和期待，相关部门和地方行动也为更大力度和范围的政策调整优化，作出了积极的探索。

高层最新定调，为接下来的房地产市场政策调整优化幅度，传递了新的社会预期，也提振了行业发展信心。当务之急，是要重视提高政策调整优化的效率和执行的精准度。比如，不同城市的房地产市场基本面和限购力度均有所区别，要把政策善意足额传递给市场，关键还是要把“因城施策”落到实处，保障好各城市的自主调控权。此外，前一轮对房地产市场的纾困政策，主要针对解决的是房企的资金困难，是为保交楼创造更好的条件。而当前，面对房屋交易市场的遇冷，则要更具针对性地为需求端的限制松绑，以有效提升市场的交易热度。毕竟，只有消费潜力释放了，市场流动性恢复了，房地产行业的良性运转才能有源头活水。这方面既要因地制宜地破除不必要的限购政策，也要通过推进存量房贷利率调整等配套政策来为改善性需求的释放争取更大的空间。

为有效应对房地产市场供求关系的重大变化，政策调整优化之外，房地产企业也应该树立新的发展理念，把更多的精力放在产品质量的打造和服务创新上，而不是再寄望于重新走上“高杠杆、高负债、高周转”以及过度重规模而轻质量的老路。应该明白，中国房地产市场经历了过去二三十年的高速奔跑状态，适度“慢下来”，是大势所趋，高歌猛进式发展之路，终究难以持续。相应地，随着城镇化率上升

到新高度，改善性需求正在逐步成为市场主流，消费者对于房屋品质、居住品质也有了更高的追求。要挖掘房地产行业的发展潜力，更好满足市场需求，就必须在质量和服务上多下功夫。

要实现房地产市场的平稳过渡，也要多在社会信心上做加法。就当前而言，千方百计稳住就业和社会收入预期，是确保房地产行业能够稳健发展的基石。实际上，房地产市场本轮快速降温，消费意愿显著降低，除了与市场的政策环境有关，也与民众收入预期和消费信心的松动有直接关系。受过去几年经济大环境变化及疫情影响，相当一部分改善性需求出现抑制或是延迟。因此，要稳住房地产市场长远健康发展的基本面，必须更加重视社会发展信心和预期的修复与改善。

当然，房地产行业作为支柱产业，直接关系千家万户切身利益，其能否平稳过渡，稳健应变，也事关社会发展稳定，攸关无数家庭的就业、收入及发展预期。与房地产相关的贷款占银行信贷的比重接近 40%，房地产业相关收入占地方综合财力的 50%，房地产占城镇居民资产的 60%。这种大体量，决定了房地产行业经不起任何折腾和闪失，在这一点上必须进一步凝聚共识。由此，深挖政策空间，充分利用政策调整优化的红利，促房地产行业稳健应变，必须稳、准、快。

本期热词

激素集采

生长激素是身材矮小儿童的刚需产品，治疗费用高昂，每个儿童每月费用在数千元甚至上万元，而且一般需要连续多年注射。长期以来，社会对生长激素降价呼声很大。

生长激素集采扩围 B14

广电 5G

所谓核心网，是指整个运营商网络的中央部分，负责管理、控制和处理数据流量，以及提供用户认证、安全和服务管理等功能。在建设 5G 网络时，核心网的设备和组件是首先部署和配置的，确保网络的核心功能正常运行。

中国广电启动 5G 核心网二期建设 将谋求差异化竞争 C1

难以“钱进”

业内较为熟知的 2020 年 FIRST 青年电影展上的《情诗》，成本约两万元，只在车上就拍出了一对中年夫妻的故事；更广为人知的是早前忻钰坤的导演处女作《心迷宫》，成本约 170 万元，演员都来自地方剧团或者是地方女演员。

难以“钱进”：中小成本电影的投融资困局 C3

AI“造美”

从 AlphaGo 战胜围棋世界冠军李世石，到 ChatGPT 的火爆出圈，AI 竞赛持续深入，延伸至千行百业。而极具创造力的日化美妆领域也在探索 AI 美学。

AI“造美”记 D3

经济大势

A1~A4

上半年交通固定资产投资创历史新高 A2

高技术制造业贷款余额同比增长 41.5% 连续 3 年较高增长 A4

营商环境

B1~B16

利率优势显现 “特定养老储蓄”受追捧 B2

个人住房金融政策再迎利好 B4

政策信号强烈 金融加持“扩内需” B6

加码布局收银台 B7

巨头角逐商家数字化千亿商机 B9

成都大运会助推赛事名城建设 激发城市新活力 B9

政策发力、预期升温 B10

上海楼市静待政策窗口期 B12

房地产业再迎政策礼包 B12

暴雨突袭京津冀 B13

快递物流企业应急保畅通 B13

智在公司

C1~C8

生鲜电商喜忧参半 C2

自建供应链是下一站？ C2

游戏蝶变：二次元内卷 中小厂商崛起 C4

中国车企“技术反向输出”时代到来？ C5

解码二手车市场变局： C7

行业现整合洗牌新趋势 新能源二手车或迎春天 C7

华晨宝马戴鹤轩：可持续发展不仅是 C8

公司治理 更是一种价值观 C8

消费连锁

D1~D4

本土企业借势大运会 体育营销热点再起 D2

各类物资充足 D3

零售企业全渠道保障北京供应 D3



中经传媒智库



本报官方订阅微信



广告许可证：京海工商广字第 0224 号

本报常年法律顾问所：北京德和衡律师事务所

总机电话：01088890000

发行/征订电话：01088890120

广告热线：01088890020

监督电话：01088890050