

影院跨界“午休生意”难复制

“电影院午休”的话题日前在社交平台走红。北京商报记者发现,除西安以外,北京也有影院正在向消费者提供这一服务。据卢米埃北京芳草地门店负责人王经理透露,午休服务日均客流十余人,每月办卡用户二三十人,项目上线累计服务至少二三百人次。收费方面分为两个标准:月卡69.9元,单次体验19.9元。在业内看来,影院午休服务不能盲目复刻,必须因地制宜,落地要同时满足影厅资源、硬件座椅、商圈客群三大条件。影院增值服务的发展,取决于电影内容与增值服务本身的双重吸引力。跨界业态需要兼顾消费端的性价比。

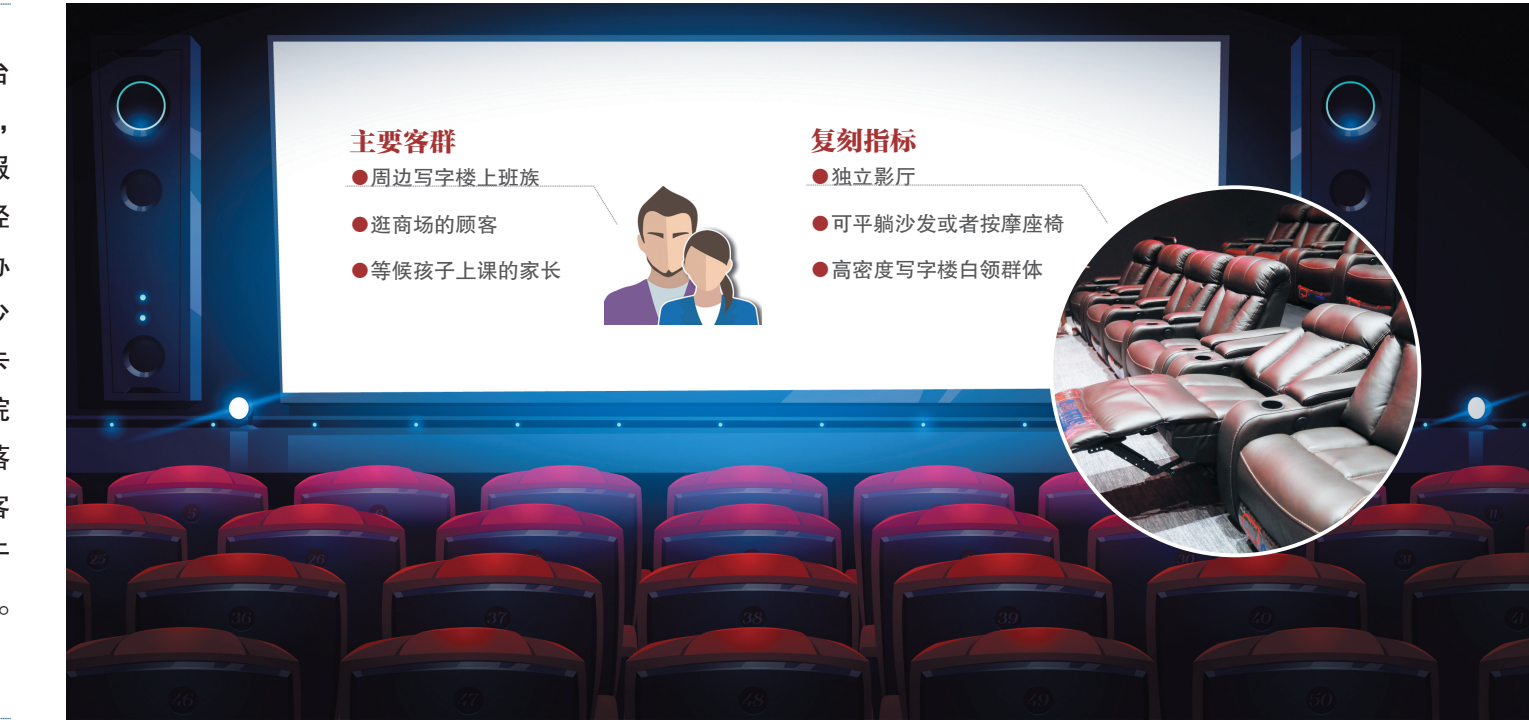
瞄准上班族

西安卢米埃影城的午休服务日前在网络走红,引来各地消费者呼吁本地影院跟进上线该服务。北京商报记者调查发现,卢米埃影城北京芳草地店也已上线该项服务。

王经理向北京商报记者表示,事实上该店于2025年5月就已上线午休服务,“从筹备到落地仅耗时一个多月”。目前,午休服务仅工作日周一至周五12:00—14:00开放,影城专门清空了一个可平躺VIP沙发厅的午间全部排片,作为专属午休空间,规避与影片放映冲突的问题。

收费方面分为两个标准:月卡69.9元,单次体验19.9元。

“我们会免费提供毛毯、靠垫;每天中午顾



客离场后会对接椅进行酒精消杀,毛毯定期送洗消毒,午休结束后与下一场放映之间预留半小时左右的清洁间隔。”王经理补充道。目前,该门店日均午休客流十余人,每月办卡用户二三十人,项目上线后累计服务至少二三百人次。

北京商报记者在调查中发现,现阶段午休服务的核心客群主要为周边写字楼上班族,以及覆盖逛商场的顾客、等候孩子上课的家长等临时休憩人群。跨区域专程到店的消费者较少。

“写字楼办卡用户续卡率较高,并且部分用户存在错峰到店的特点,并非每日到场。”王经理说道。

对于营收层面,王经理表示,午休业务几乎无法带动爆米花等零食消费,仅拉动部分水饮等方面的销售。其更大价值在于拓客,部

分原本很少观影的写字楼上班族,通过午休服务了解影城,后续选择下班后前来观影。

三大复刻硬指标

北京商报记者以消费者身份咨询北京多家影城,均表示目前暂未上线影厅午休服务。部分门店反馈道,后续是否跟进该模式,仍需等待集团总部通知。

北京某影院市场部负责人曾女士向北京商报记者表示,门店已经关注到影院午休这一行业热点,但受暑期档、“十一”等重点档期影响,影院排片紧凑且多为连场放映,现实落地存在阻力。

另有北京某影院工作人员表示,门店现有影厅座椅不支持平躺,硬件条件本身就达不到开展午休服务的基础要求。

卢米埃西安区域市场经理许桑表示,影院午休服务不能盲目复刻,必须因地制宜,落地要同时满足影厅资源、硬件座椅、商圈客群三大条件。门店需要能够划出独立影厅用于午间休憩,不干扰正常排片;要有可平躺沙发或者按摩座椅,普通固定观影座椅无法满足午休需求;周边要有高密度写字楼白领群体,社区影院缺少目标客群,很难运营。

前瞻产业研究院首席研究员李灵卉进一步分析道,午休服务对影院的真正价值是打开了“影厅=空间资产”的认知,而非这个午睡服务本身。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪也表示,午休服务既能在一定程度上摊薄影院固定成本,还能为周边上班族建立强情感连接。但受多种因素影响,不同城市的影厅开展该项服务时需因地制宜。

绿城中国上半年净利几近归零

利润空间持续收窄

业绩报告显示,2026年上半年绿城中国实现营业收入394.81亿元,同比下降26.02%。回看企业自身经营曲线,继2024年营业收入达到695.62亿元、创下近五年峰值之后,绿城中国营收已连续第二年出现回落。

营业收入下滑的背后,合同销售额的下滑成为重要影响因素之一。上半年,绿城中国合同销售额为947亿元,相较于2025年同期的1222亿元,同比下降22.5%;权益销售额更是下降至407亿元,同比下降24.49%。

根据中指研究院数据,2026年上半年,绿城中国全口径销售业绩位列第五名,紧随保利发展、中海、华润置地、招商蛇口四家央企之后。

虽然销售规模依旧稳居房企第一梯队,但对比2025年同期1222亿元的全口径销售额,行业第二名的位次,绿城中国的销售排名已下滑三位,销售规模亦同步缩水。

营业收入规模收缩的同时,绿城中国上半年归母净利润仅0.82亿元,同比大幅下降60.95%。尽管归母净利润依旧维持正值,然而该项盈利指标已连续三年走低,盈利持续承压的态势并未好转。

北京商报记者梳理发现,2022—2026年上半年同期,绿城中国归母净利润分别为18.01亿元、25.45亿元、20.45亿元、2.1亿元及0.82亿元。

仅三年时间,绿城中国归母净利润便从高峰期的25.45亿元大幅缩水几近归零。对此,绿城中国方面给出的解释是,主要是受该集团上半年结转面积及均价同比下降影响,导致收入减少;同时,由于房地产市场仍处于调整期,且公司为促进长远发展,继续积极推动长库存去化,导致上半年收入结转的毛利率有所下降。

上半年,绿城中国毛利率已由2022年同期的17.4%降至11.1%,其中,物业销售毛

绿城中国交出一份营收、归母净利润双降的中报成绩单。8月25日晚间,绿城中国发布的2026年半年度业绩公告显示,上半年实现营业收入394.81亿元,同比下降26.02%;归母净利润大幅回落至0.82亿元,对比2023年超25亿元的盈利峰值出现显著缩水。业绩承压背后,薄利走量的销售策略持续压低项目毛利率,叠加资产减值计提等因素共同侵蚀利润空间,受多重因素叠加影响,绿城中国营业收入未能带动盈利同步修复,整体业绩呈现营收、利润双降的运行态势。

而在这份业绩惨淡的半年报披露的前一个月,绿城中国率先完成重要人事更迭。随着赵晖正式全面执掌公司经营,绿城中国的决策层与经营管理核心正式进入由中交集团主导的新阶段。不过新一届管理团队接手后,首先面临的便是绿城中国盈利疲软的经营困境,如何破局止损、扭转当前经营颓势,成为管理层亟待破解的首要考题。

利率更是较2022年同期的16.5%下滑6.8个百分点至9.7%。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,从行业整体看,绿城中国作为头部房企,其经营状况在同类企业中仍属稳健。归母净利润下滑主要受去库存降价销售,房价自身调整等因素影响,导致绿城中国的利润指标出现一定萎缩。

计提减值成最大“利润杀手”

毛利率下滑仅是拖累归母净利润下行的次要因素,资产减值计提带来的冲击则更为明显。

半年报显示,上半年绿城中国计提的非金融资产减值亏损,叠加应收款项预期信用减值损失的金额为17.3亿元。2022—2025年上半年同期,绿城中国上述两项减值计提金额依次为4.22亿元、4.52亿元、17.46亿元、19.33亿元。

这也意味着,2022—2026年上半年同期,绿城中国计提的非金融资产减值亏损,叠加应收款项预期信用减值损失,累计金额高达62.83亿元。

而这五年间,绿城中国归母净利润合计仅为66.82亿元,两项减值计提相当于同期94.03%的归母净利润。更为重要的是,减值计提风险正随时间推移进入集中释放期。

减值计提规模居高不下,直观暴露出此前“规模至上”扩张策略埋下的隐患。2022—

2026年上半年同期,绿城中国新增项目数量分别为20个、19个、15个、35个及22个,对应的拿地成本依次为304亿元、251亿元、154亿元、362亿元及186亿元。

充足的土地储备是房企经营发展的基础。即便面临减值计提压力,绿城中国依旧维持着相对稳定的土储规模,但大规模的项目布局,也相应提升了项目投资出现亏损的风险。

翻阅历年半年报不难发现,绿城中国曾多次提及资产减值损失对归母净利润造成负面影响。在2025年上半年业绩会上,时任绿城中国执行董事、执行总裁耿忠强表示,存货减值主要集中于2021年结转的项目,也就是2020年下半年获取的地块,部分车位或者业态销售价格不及预期,公司进行了部分拨备计提。往来款减值主要是合作项目,收益不及预期,偿债能力下降。

与此同时,耿忠强彼时坦言,尚无法预判未来仍需计提减值的规模。而从2026年上半年减值计提规模仍居高位的现状来看,此前“规模至上”扩张遗留的项目风险至今尚未出清。

严跃进表示,在投资扩张方面,近两年各地优质土地供应增加,对剩余优质房企而言确是投资窗口期。但需注意,去年至今部分地块成交价格偏高,若后续房价缺乏强势支撑,这类土地储备虽有账面质量,但销售去化过程中可能遇到阻力,需审慎评估地价与房价的匹配关系。

赵晖履新,盈利困局待解

计提减值压力高企、盈利水平持续承压之下,绿城中国率先落子人事棋局。2026年半年报报尾端签署人姓名,已由此前绿城中国董事会主席刘成云变更为赵晖。

赵晖、江峰二人接棒履新。从任职履历来看,赵晖于2025年6月加入绿城中国,担任党委书记、执行总裁。他历任中国交通建设股份有限公司华东区域总部总经理、党委书记,中交投资有限公司总经理、党委副书记,中交房地产集团有限公司董事长、党委书记兼中交海外房地产有限公司董事长等职务。

与赵晖搭档的新执行总裁江峰则深耕中交体系多年。2001年8月其加入中交集团,历任中国交建资金处处长、财务资金部副总经理等职务。自2024年8月起,担任中交财务有限公司党委副书记、董事、总经理。

纵观二人履历,赵晖与江峰均具备深厚的中交集团背景。新一届管理班子上任之后,所要接手的是刘成云在任期间留下的一张极度分裂的成绩单。

在刘成云任职期间,绿城中国守住了财务安全底线,现金短债比攀升至2.6倍,融资成本下行至3.3%,债务结构保持平稳。半年报中,绿城中国方面也在强调,上半年有息负债持续压降,银行存款及现金(包括受限制银行存款)总额约为618.65亿元,为一年内到期借款余额的2倍,维持高位。

宜。例如北京核心商圈影院租金、人力成本较高,就需要叠加更多的增值服务。

增值服务需兼顾消费端性价比

消费者张萌告诉北京商报记者:“在办公室趴桌午睡容易脖子酸痛,难以得到有效休息。在公司附近的电影院里午休,对我而言是一种高性价比的消费体验。”

除午休服务以外,近些年以来,影院频繁尝试赛事直播、沙龙、场地租赁等,以通过多路径有效利用空间资源。在业内看来,午休试点说明实体影院可以跳出观影场景,回应城市人群细分需求,但热点不等于普通模板,新业态需要经过硬件、区位、运营多重检验。

北京大学文化产业研究院学术委员会主任陈少峰认为,影院增值服务的发展,取决于电影内容与增值服务本身的双重吸引力。跨界业态需要兼顾消费端的性价比,善用新媒体渠道开展宣传。

“不必固守‘电影放映必须是绝对主业’的思维,商业模式存在迭代可能性,但合规是底线,涉及食品销售要具备对应许可,举办线下活动要匹配消防、卫生要求,警惕人流量激增带来的空间拥挤、安全承载力不足等风险。”陈少峰进一步补充道。

在业内看来,业态选择上,影院可以尝试衍生品销售、特色套餐等多种形式。同时要理性看待新业态的回报。可以结合自身实际评估,也可采用合作经营模式引入外部力量分担压力,陈少峰表示。

李灵卉指出,午休项目的定位是闲置资源变现的“窗口产品”,没有叠加内容或社交溢价。若从该角度出发,接下来电影院可以进一步尝试沉浸式疗愈场、轻演艺等方向,是给同一空间时段叠加内容或社交溢价,单点收益更高。北京商报记者 卢扬 实习记者 张继文 张笑嫣/摄

在保持财务安全下,刘成云任期内对绿城中国管理架构也进行了调整。

2025年12月,绿城中国启动全域组织调整,形成“10个中心+2个事业部”总部架构,核心是强化战略引领与风控。重点新增风控中心,拆分独立审计、法务条线;升级战略运营中心,整合战略研究与绩效考核;合并产融与财务、小镇集团与小镇事业部,优化资源配置。

区域层面,绿城中国保留三级管控但精简优化,取消东北、华中、中原三大区域公司改为集团直管城市公司,增设成都直管城市公司,聚焦核心城市。同时取消固定区域评级,推行利润导向动态评估,淘汰亏损公司,强化经营导向,与总部调整形成协同。

经过本轮人事与组织架构调整,中交集团对于绿城中国的管理模式,初步实现了从“控股不控权”向“控股控权”的转变。但治理层面的理顺并未传导至经营利润端,公司盈利颓势尚未得到扭转。

随着赵晖、江峰正式履职,人事更迭能否成为撬动经营局面的突破口仍待观察。库存去化放缓、资产减值持续计提、盈利能力下滑等多重难题,已然成为赵晖及绿城中国新一届管理层亟待攻克硬骨头。

中国城市房地产研究院院长谢逸枫表示,从控股不控权转向控股控权的管理模式,能够进一步压实管理层责任,强化其对公司投资、项目运营及金融风险的主体责任,提升投资项目与金融领域的风险管控能力。

但该模式也同样面临现实挑战,谢逸枫进一步分析称,权力与资源高度集中后,容易出现管理重心上移,对下层一线项目的实际经营情况把控不足,这或是改革落地过程中最突出的难点。

针对土储与减值平衡、新管理层改革方向等相关问题,北京商报记者向绿城中国发送书面采访函,截至发稿暂未收到绿城中国方面的回复。

北京商报记者 李晗