

病毒大流行是否会影响好莱坞创收季?

■编译/如今

沃格尔资本管理公司 (Vogel Capital Management) 首席执行官、前娱乐行业分析师哈尔·沃格尔说,最新的季度数据将“对所有人都是灾难”。

好莱坞大电影公司日前开始公布最新季度财报,由于新型冠状病毒大流行以及受重创的电视广告业务增长缓慢,预计整体财务状况将有所下滑。

新冠病毒大流行在3月份影响了第一季度业绩。但是第二季度随着病毒危机的全面爆发而开始,这意味着最新的收益报告包含的整整三个月都在病毒危机的阴影下。美国和其他主要市场的电影院大多在4月至6月关闭,大部分内容产品的制作都处于停业状态,而一些体育赛事如全美汽车比赛(NASCAR)、职业高尔夫巡回赛(PGA Tour)和欧洲杯足球赛已经回归。

行业高管在最近的一次投资者会议上表示,电视广告收入在4月份暴跌,但在5月和6月开始小幅反弹。“我们变得越来越有信心,第二季度已经达到广告收入的谷底了。”Evercore ISI公司的分析师维杰·杰安特(Vijay Jayant)在7月7日的报告中写道。分析师将寻找管理团队来确认这一点,甚至可能为最新趋势提供一些洞见。

付费电视用户流失的迹象已有加速,而从Netflix到迪士尼的“迪士尼+”这些流媒体平台一直被视作近期“在家订单”的主要受益者,但现在的问题是,消费者将待在家里多久?愿意并且有能力为此付费。

在病毒大流行期间,大多数公司撤回了2020年的财务目标,称病毒危机对财务影响可能是“重大的”。但是管理团队近期并没有提供太多细节。

影视行业股票在第二季度反弹,这是大盘上涨的一部分,但根据标普500指数衡量,上半年结束时的跌幅超过整体市场。

“在第二季度的股票市场上,美国媒体股急剧反弹(中位数收益率:23%),这有利于受到新冠病毒大流行影响的媒体公司周期性复苏。”贾扬特说,“有明显迹象显示,全球经济前景正在改善,投资者从这里开始,关注点将集中在复苏的形式以及广告市场近期谨慎呈现出的乐观情绪是可持续的还是短暂的。”

他预测第二季度美国电视广告市场将下降30%,而第一季度的跌幅为3%。杰安特预测刚开始的第三季度将下降20%,随后第四季度下降10%。

在行业基本停滞的这段时期,杰安特写道,他预计“由于第二季度的经济压力和付费电视市场缺乏视频产品所推出的促销优惠,第二季度的趋势将略有恶化”,传统的付费电视用户第一季度减少190万,第二季度将减少250万。

从成本方面来看,“鉴于今年体育节目的推迟,媒体公司不会在内容产品回归之前摊销版权费用,这表明尽管广告效果可能会在第二季度触底,但利润率可能好于预期。”杰安特说。

总体而言,华尔街的分析师预测,票房损失、电视广告和其他收入下降,以及由于制片生产、体育赛事转播和其他支出的延迟而可能节省的成本,将部分抵销第二季度整个行业季度财务的下降。

沃格尔资本管理公司首席执行官、前娱乐行业分析师沃格尔说,最新的季度数据将“对所有人都是灾难”。他预计第三季度会“变好”,但是得到明年才能看到盈利状况。

鉴于许多公司增加了新债务,资产负债率和流动性也可能在收益电话会议上引起更多关注。“由于下一两个季度的财务结果可能会在一定程度上降低风险,因此我们更看好于资产负债表良好且对增长动力具有较高可见度的公司。”杰安特说。

除此之外,所有人都将目光投向了最近推出的流媒体服务平台的成功。另外,希望分析师向各大电影公司的管理团队询问他们对重新开放电影院和主题公园的最新期望。

以下是对财报表的仔细观察后,分析师对好莱坞主要公司的收益报告和预期的期望。

AT & T/华纳传媒

美国电信领军企业AT & T在上周四早间公布其第二季度业绩,从而拉开了好莱坞集团财报季的序幕。

HBO Max流媒体平台的服务早期订户发展势头令人期待,以及《史酷比狗》(Scoob!)优质的视频点播版本的成功也带来了乐观色彩。正如许多人所预测的那样,华尔街将寻找病毒



大流行是否加速了原本已经萌芽的行业新趋势。

AT & T首席财务官约翰·斯蒂芬斯(John Stephens)在最近的电话会议上发表讲话时说,“新冠病毒流行只影响了第一季度的业绩,但我们预计对第二季度的影响作用力会完全发挥。”

从积极的一面来看,在观众对有关HBO Max平台的新闻和良好评论的兴趣增加的情况下,预计CNN会不如意。由于最近一季度的病毒大流行,电视广告收入将受到重大打击,电影部门的

业绩也将显示出病毒危机带来的痛苦。

伯恩斯坦(Bernstein)的分析师彼得·苏皮诺(Peter Supino)在最近的一份报告中分享了这一警告:“基于我们的广告收入崩溃以及电影制作/电影院的停工,我们预计对现金流的担忧将继续上升。”

华纳传媒公司的前CEO,最近成为AT & T公司CEO的约翰·斯坦基(John Stankey)在有关电影业务的第一季度财报电话会议上表示:“目前,影院业务显然是一个压力大的业务,而

且影院已经关门。这很难产生收入,不要指望这会很快反弹。我认为这将是我们将通过观察消费者而形成的观点。”

康卡斯特/NBC环球

有线电视公司康卡斯特(Comcast)的股票在最近几周受到各分析师的追捧,该公司将于7月30日发布第二季度业绩,并可能对Peacock流媒体服务平台的早期应用进行更新。

在NBC环球,很多重点将放在广告趋势上。毕竟,康卡斯特的首席财务官迈克·卡瓦纳(Mike Cavanagh)在第一季度财报电话会议上警告说:“由于体育赛事的持续推迟,我们预计广告收入将比第一季度大幅下降。”与恐惧相比,多大的打击会影响到投资者的反应。

“我们在向Sky进行更短期的工作时会降低预估,并对NBC环球和Peacock的策划进行微调。”麦格理资本(Macquarie Capital)的分析师蒂姆·诺伦(Tim Nollen)在最近的一份报告中写道,“由于媒体网络收入的急剧下降,康卡斯特将比同业面临更大的收入压力,我们预计NBC环球的广告收入将下降30%,天空电视台的广告收入将下降60%(缺少英超足球赛),公园和电影院也还在关闭。”他补充说,这些业务的重新开放“将对第三季度大有帮助”。

诺伦预计,NBC环球最近一季度的收入将下降31%,至57亿美元,息税折旧及摊销前利润将下降50%以上,至10.9亿美元。

在环球影业就《魔发精灵2》的数字发行与放映商发生争议之后,还请留意管理层对环球影业这部影片优质视频点播和传统电影发行策略的最新评论,以及其主题公园的前景。

沃尔特·迪士尼

迪士尼被业内视为娱乐业巨头,与新冠病毒大流行中的同行相比,它受到了更多的业务冲击——从电影和电视网络到主题公园。但是,当该行业巨头于8月4日公布季度业绩时,华尔街无疑将花费大量时间进行分析的关键数据之一是“迪士尼+”流媒体服务的最新订户数据。

“SensorTower的数据显示,‘迪士尼+’第二季度移动和平板电脑设备上的下载量接近3000万次,我们认为这一数据支持了我们先前的对该季度新增2440万用户的预测。”杰安特在他的收益预估中写道。这意味着“迪士尼+”在6月底已达到5790万订户。迪士尼在4月初曾表示,该服务已拥有5000万付费用户。

诺伦预计,迪士尼直接面向消费者和国际业务的部门将是唯一一个在最近一个季度实现收入增长的部门,而他认为主题公园的收入将下降75%以上。

同时,本季度的电视广告收入趋势将“继续受到挑战,特别是在没有现场体育比赛的情况下”。杰安特警告说,“管理层在公司5月份的财报电话会议上宣布ESPN频道的广告步伐大大低于去年的趋势后,我们没有理由认为该季度的势头会有显著改善,因为体育运动仍没有回归。”

诺兰预计迪士尼的季度收入总体将下降38%,其所有部门的运营结果总计将亏损1.44亿美元,而去年同期的利润将近40亿美元。

除财务数据外,分析师还将热衷于分析迪士尼CEO官鲍勃·查佩克(Bob Chapek)在他的第二次财报电话会议上对主题公园业务的最新消息,他对此非常了解。贾扬特写道:“虽然我们认为是重新开放公园相关的收入额将是正数,但公园部门盈亏平衡还有很长的路要走。”

福克斯公司

福克斯CEO兼执行董事拉克兰·默多克(Lachlan Murdoch)和他的团队将在迪士尼公布收入的当天下午提供其收益更新。

杰安特认为其最新的季度收益更新有3个积极因素。“福克斯新闻第二季度的平均黄金时段观众为360万,同比增长50%,比第一季度令人印象深刻的水平还增长了6%。”他写道。另外,“早期迹象表明广告商对体育广告库存的强烈需求。”这位分析师指出,例如,在本季度,NASCAR重回“巨大赛事”的评级。“5月份的第一个电视转播是三年多以来最受关注的NASCAR比赛。”他说,这“对于即将到来的美国职业棒球联赛来说是个好兆头”。对福克斯公司来说,第三个利好因素是,其体育节目时间表通常要到下半年才会增多。“鉴于美国职业棒球联赛的电视转播时间以秋季为主,而整个体育转播权以美国国家橄榄球联赛为最抢手的。”

(下转第15版)

