

经营者说

深度融合能否让文化产业实现二次腾飞

□□ 本报记者 郑洁

2月26日,北京市文资办和光明日报社共同主办了“深度融合:文化产业的二次腾飞——文化创意产业领军人才研讨会”。通过“互联网时代的文化产业发展”“文化企业的融资之道”“创意设计助推产业转型”3场对话,探索文化与其他相关产业融合发展的趋势和对策。

移动互联网将改变文创产业

清华大学新闻与传播学院常务副院长尹鸿认为,文化创意产业的第二次腾飞一定跟互联网有关系,文化企业都应在互联网业态上深度挖掘。

小米科技副总裁尚进认为,大家眼中卖手机的小米科技其实本质上是一家互联网公司,他们最近也在网上策划了一个“小米的互联网思维”的话题,在网民中深受关注。小米科技很早就涉足移动互联网领域,据介绍,“小米互娱”已经成立,互动娱乐就是嫁接在互联网业态上的文化娱乐产品,“小米互娱”未来发展将不止依赖于小米品牌,会独立进行品牌运营,通过“米聊社区”等渠道,使之具有更为广阔的互通性。

爱奇艺市场部副总裁陈剑峰谈到,最近在爱奇艺火爆的两部剧《来自星星的你》和《爱情公寓4》,都是移动互联网力量的体现。据介绍,《来自星星的你》成功将话题引燃到微信圈。而在2014年春节,在爱奇艺独播的《爱



情公寓4》,在8天时间里观看量达到了8亿,并且60%以上的观众是使用移动设备进行观看的。虽然两剧的受众不同,但两部剧有一个共同特点,就是在网络上的播放量远远超过电视台的收看率,他认为这恰恰说明在移动互联网时代,更多的用户通过各种各样的设备搜索、点播视频,这样一种观看行为已经越来越明显。

互联网也深刻改变了出版业。当当网是图书网购模式的集大成者,其总运营部总经理谢志宁在本次研讨会上说:“中国最大的实体书店西单图书大厦最多容纳图书品种20多万种,而当当网去年网上销售已经超过100万种,常年保有库存也有80多万种,是最大实体书店的几倍。而这样的茫茫书海正是依赖互联网搜索技术这个革命性的变化,帮助读者迅速找到自己想要的书。”

移动互联网将进一步影响视频行业的发展。2014年春节,在爱奇艺独播的《爱情公寓4》在8天时间里观看量达到了8亿。其中,60%以上的用户通过移动设备观看该剧。

谢志宁总结了当当网的3个发展阶段,从中可以看出互联网技术对传统行业的颠覆。当当网的第一个阶段——Web1.0阶段,主要是以丰富的品种为基础,以搜索技术为核心,依靠向读者主动推送的形式经营。第二阶段即所谓Web2.0阶段,开始有互动形式,形成当当社区,并可跟其他同类社区和自媒体共联分享;此时当当网通过长期的数据积累,已开始具备跟踪读者从哪儿来、看了什么书等个性化需求的能力,开始通过《猜你喜欢》等栏目进行个性化消费推荐,准确率非常高。现在当当网已

经进入了第三个阶段,即以移动互联网和大数据为代表的时代,当当网拥有自己的阅读器、移动客户端等,让移动阅读端口无处不在。

不可逆转的“文化金融”

中国人民银行营业管理部副主任姜再勇表示,据央行统计,截至去年底,全国已累计有30种文化创意型融资产品。北京市的商业银行已经开办了30多家文化创意产业特色支行。民间金融工具介入文化创意产业也非常活跃。央行还发布了《2014年度文化金融发展报告》,对文化和金融结合发展的现状和趋势进行总结和预测。

姜再勇说,从效果来看,北京地区文化金融的各项指标在全国增长是最快的。以信贷为例,文化领域落地的信贷2013年末余额达713亿元,增长幅度是30.3%,远远超出了文化创意产业自身的增长速度。股票融资方面,在北京,有51家文化企业已经上市融资,并且在新三板扩容以后有3家文化企业在新三板挂牌交易,这都是融资发展的新势头。

北京市文资办主任周茂非谈到,2013年北京文化创意产业实现增加值2406.7亿元,增速为9.1%,高于GDP近1.5个百分点;全市规模以上文化创意产业实现收入10022亿元,同比增长

7.6%,尽管增速放缓,但文化创意产业在北京市作为支柱产业的地位丝毫没有动摇。

周茂非说,北京市文资办依照“文化金融”融合发展的精神,在文化宏观规划方面做了大量工作,不久将面向社会公布北京市各个区县文化创意产业发展定位,打造20个文化创意产业功能区。在资金方面,北京市每年统筹100亿元文化创新发展专项资金,每年拿出一部分资金面向社会公开征集项目。目前已先后组建一批新型投融资工具,成立了注册资本50亿元的文投集团、担保公司、投资基金公司等,并与国家开发银行、中国建设银行共同发起成立文化创意产业统贷平台,与中国工商银行、北京银行等12家银行签订文化金融合作协议,这些金融机构每年提供1200亿元的授信额度,支持北京文化创意产业发展。

专家认为,在北京的第三产业序列中,排在第一位的是金融业,而文化创意产业已经排到了第二位。文化金融已不是文化要靠金融扶持的单向命题,而是金融界也要重点对待文化创意产业的发展。

芝麻开门

文创赛事:能为项目提供什么服务

□□ 本报记者 郑洁

由北京大学文化产业研究院(以下简称“北大文产院”)主办的“未来领袖”文化创意大赛创办于2009年,截至2013年已举办四届,逐步成为文化创意创新项目寻找融资机构、发布新产品的具有影响力的赛事。这项比赛从2013年起逐步扩容,外延扩大,从中也可以折射出民间投资人和创业者对于文化创意产业的热情,从大赛的参赛项目也可以看出文化市场的一些未来趋势。

对准创业者的需求

学校是人才的摇篮,或许这就是北大文产院将创意大赛选拔目标对准学生和初创者的原因。“未来领袖”文化创意大赛执行秘书长邓丽丽看到了很多激励人心的创业故事。3个做手机游戏的大学生,纯粹出于爱好走在一起,在参赛过程中,他们的团队被一家开发公司看中并收购,但他们仍继续参赛,因为还想继续学习,在他们看来要走的路还很长。

一个服装学院设计系学生,在上学期期间就已到各个公司里实习,毕业后把以往设计得到的收入全部用于成立自己的设计公司,他还找好了合伙人——负责渠道和品牌建设的某时尚杂志编辑。“这个学生现在天天啃馒头,借住同学家里。但他跟我们说最需要的不是钱,而是学习机会,以及找到相关的助力。比如他问我们,以后还能找你们吗?因为他预见到了公司后续可能会遇到的如队伍管理、产权保护等问题。而这正是我们这个大赛平台要去做的。”邓丽丽说。

近年来,邓丽丽一直专注文化创意产业的项目实践和研究。“我们的初衷是依托北大的学术背景,重点挖掘学生和初创者的创意,但前几届的举办,有点像推着走的感觉,2013年的参赛规模达到历届最高,参赛团队或公司出现了一些成长型的企业,未来我们的赛事很可能会将外延放大,进一步强化我们的平台功能。”据了解,2013年,大赛征集项目1000多个,分成“校园组”和“企业组”两组参赛,并将文化关联产业如移动互联网、电子商务、服务外包等引入。邓丽丽说,很多人参赛有不同的诉

求,有人希望获得融资和投资人关注,有人希望能够借助这一平台对接各类资源。

项目平台的金融出口

邓丽丽认为国家推进文化创意产业融合发展正当其时。从“未来领袖”文化创意大赛历届参赛项目来看,一些基于移动互联网技术的跨界业态迅速抬头。从2013年的入围项目“六年一班‘80后’怀旧主题餐吧”“3G手机电视频道内容提供商IAM公司项目”等可见一斑。

“未来领袖”文化创意大赛为参赛项目提供了融资平台。邓丽丽介绍,一些成长型企业也进入这一平台寻找投融资与合作机会,提出的融资金额达到了几千万元的级别。陕西文化产业投资控股集团的一家下属公司准备做“新丝绸之路”沿线文物的复制制品,经过重新设计,走的是产业化、时尚化、生活化的产品开发路线。该企业有资源并能获得相应文物开发授权,但随着业务扩张仍需要大笔资金,此外他们还希望能在北京获得资源整合的机会。

随着影响力的不断提升,投资界和文化金融界逐渐对“未来领袖”文化创意大赛有了关注,这也说明文化产业的供需两旺。在前三届,交通银行北京市分行给予大赛有力支持,不但为大赛提供了一定的活动资金,还提供了针对参赛项目的融资孵化辅导,并对符合贷款条件的参赛企业提供了贷款支持等。第四届大赛获得了北京大学企业家创投基金、中传创业基金、太合电影基金、北京产权交易所等金融机构的支持。

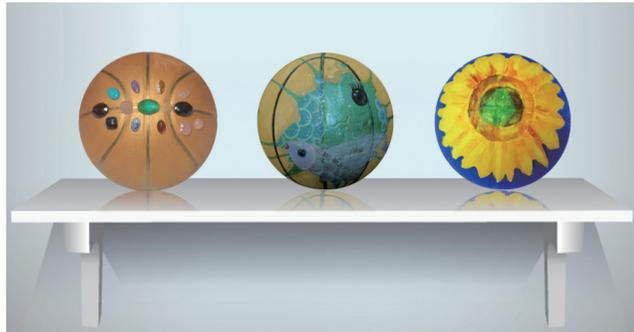
邓丽丽说:“现在在全国创意类的赛事很多,但一个平台机构必须拥有通畅的‘出口’,才能对创意者和投资人形成吸引力,也能将平台意愿真正实现。除了资金,各类资源出口甚至像法律保护、产权保护等都需要构建。”

创业者需要“动态孵化”

邓丽丽对大赛的“动态孵化”概念做了进一步的说明:“动态孵化”,是“未来领袖”文化创意大赛区别于其他创业大赛的一个重要方面,参赛项目比出结果不是大赛的最终目的。

大赛在赛程中和结束之后,会对参赛团队进行一系列的辅导培训,比如,在征集参赛项目阶段,会走进校园和园区,对有意参赛的学生团队、创业团队宣讲国家对文化创意产业的相关扶持政策、文化创意产业的发展趋势与行业动态等;在复赛前,则对参赛团队进行诸如银行信贷融资业务介绍、风险投资基金股权投资介绍、文化企业的商业模式分析等方面的集中辅导培训;而在决赛前,大赛会组织业内专家作为创业导师,走进参赛团队,进行一对一的贴身辅导,包括针对性的企业诊断、项目价值评价、商业模式分析、融资计划调整等内容。在大赛结束后,跟进全部大赛获奖团队后续的项目进程,协助他们获得包括天使投资、银行贷款等不同类别的融资。

“经过我们2013年的努力,在2012年第三届大赛获奖的团队中,就有九十度旅游、库巴拉动漫等5个项目团队分别获得了天使基金的股权投资或交通银行北京市分行的贷款,企业从初创期向成长期迈进。”邓丽丽说。



2013年“未来领袖”文化创意大赛参赛企业的设计作品《艺术篮球》

剧院营销管理系列(二)

剧院建设现状引发的思考与启示

□□ 东生

随着我国经济的发展,人们对文化消费的需求不断提高,演出业也得到了较大的发展,如今剧院已成为一个城市经济发展、文化繁荣的重要标志。近20年来,全国各地先后涌现出了一批各式各样的大剧院,其中不乏好的建筑,但在文化利好政策的驱使下,因盲目跟进而产生的诸多问题也日益显现。

文化需求高涨 剧院数量不断增加

以我国目前建成的大剧院为标准划分,我国剧院发展史大致可以分为4个阶段。

第一阶段是1990年以前。从50年代开始到60年代,国内演艺建筑建设处于停顿状态,均为原有或改建的剧院或影院。这个时期我国一共有24个剧场,主要集中在北京、上海、广州等地。70年代到80年代初,我国演艺建筑和声学设计技术属于起步阶段,这个时期较为典型的剧场有北京天桥剧场、广州星海音乐厅等。

第二阶段是上世纪90年代后,在改革开放方针的贯彻落实下,我国文化建筑建设领域迎来新的历史时期。1998年建成并投入使用的上海大剧院,标志着我国开始了国际水平的现代化剧场,正式翻开了我国现代化大剧院建设新篇章。自上海大剧院之后,全国各地掀起了大剧院建设的热潮。

第三阶段自2000年至2010年间,东莞玉兰大剧院、武汉琴台大剧院、武汉琴台音乐厅、青岛大剧院、国家大剧院等的建成,标志着国内第二代剧院建筑向声学、技术和艺术高峰

攀登的过程。但因为这段时间我国没有掌握剧院建设的核心技术,加上很多地方为了形象工程而盲目建设剧院,导致这一时期建成的剧院质量良莠不齐。

第四阶段从2010年至今。以广州大剧院和甘肃大剧院为代表,在建筑艺术、建筑声学等方面达到了我国剧院建设的新高度,这一时期也是我国剧院建设的一个高峰期。这段时期一共建成了11个剧院,目前正在建的有21个。

剧院建设的两大突出问题

对于我国剧院建设的质量,据《中国质量报》调查统计:新中国成立以来,已建成的大剧院中,超过1/3的剧院不能满足专业演出需求,1/3的剧院存在较大的质量缺陷,仅1/3的剧院达到设计标准,70%的不合格率对我国社会财富造成了巨大的浪费。整体而言,好的剧院不多,剧院建设质量值得担忧。主要有两个问题:一是功能缺陷,二是声学缺陷。

在功能缺陷方面,据中孚泰剧院专家团队访美反馈信息中可以看出:在美国,1800座剧场及配套功能建筑面积约1万平方米,造价5200万美元,功能相当我国3万至5万平方米、投资6亿到10亿元的剧院。之所以二者之间差别悬殊,主要是功能设计上没有实现集约化。在美国,1万多平方米的剧院里,可以分布几十个200至300平方米的小音乐厅、小剧院。有些几百平米的音乐厅,设计的场所却可以容纳1000多人。有的音乐厅不仅可以作为音乐厅,也可作为人们举行派对的场所。

在剧院设计标准方面,我国剧院在建筑声学上的缺陷较大。剧院设

计不仅要追求造型之美,更应该注重声学运用,大剧院的声学设计在工程建设中占有主导地位,目前相当数量的大剧院不合格的重要原因之一就是声学指标不达标。

建设难 运营更难

相对而言,中国经营成功的剧院为数有限,大型的、优秀的剧院管理机构屈指可数,中国大部分剧场处于维持或艰难运营的状况。未来如何运营,已成为我国各大剧院要考虑的关键问题。演艺内容供应不足和缺乏科学的现代剧场管理,是大剧院未来运营的两大挑战。

与大剧院的建设热潮相比,目前绝大部分城市的演出市场并不是非常成熟,对于一个1000座以上的剧院而言,每年需要上演200场以上剧目才能保证正常运营,而一些建在城市新区的剧院,由于剧场选址及交通、人流和周边配套等诸多原因,已给后期运营造成了很大的困难。如国内有几个建在城市边缘的剧院,造价同样是上亿元甚至10多亿元,但一年中只能勉强演出四五十场,根本无法靠演出生存。

只有高水准的管理才能够不断吸引优秀的演出节目,才能支撑起大剧院的舞台,如国家大剧院、上海大剧院建成后,由于管理有方,使两个剧院成为世界优秀节目的大舞台;而保利剧院管理公司利用原有的演出经营优势,通过直营的方式,与全国多家大剧院共享演出资源,也取得了较好的经济效益。

我国已经涌现出如此多的剧院,未来我国的剧院如何逐渐建立现代经营和管理体系,获得经营上的成功和财务上的平衡值得深思。