

旅游投资爆发式增长——

好项目稀缺的风险隐患

□□ 本报记者 李婧

在旅游逐渐成为国民消费“刚需”的时代，中国旅游投资正面临着爆发式增长，根据国家旅游局的统计，2013年旅游行业总投资达到了6848.9亿元。越来越多的投资商正蜂拥而至，全国各地的旅游项目数量急剧膨胀，但旅游项目质量却存在两大问题：项目雷同和良莠不齐。精品旅游项目缘何稀缺？好项目去哪儿了？作为投资商，如何沙里淘金寻找到好项目，又该如何保证投资回报？对此，在近日由国际旅游投资协会、巅峰智业集团联合主办的第四届中国旅游项目投资大会上，诸多来自旅游投资、运营管理、规划设计、服务营销等领域的专家进行了头脑风暴。

旅游市场精品项目少

中国旅游投资的主要问题在哪里？有人说是缺资金，有人说是缺项目，有人说是缺市场。对此，国际旅游投资协会总干事王琪的回答是项目水平和质量不高，“实质问题是好项目太少，没有很好的项目，就不可能完成投资商对于投资回报的盈利要求。”

在王琪看来，旅游投资在过去的几年间爆发出的投资热情很大程度上来自政府的积极推动和投资商对旅游地产的看好。“有人说地产绑架了旅游，但我认为实际上旅游投资离不开房地产作为拐杖。最近我走访了一些企业，其中最早进入旅游地产企业开发的项目陆续进入了销售高峰期，但有些项目的投资企业发现和当初的预期并不太一致。”王琪说。

在第一批旅游地产开发热潮逐渐进入到销售环节后，这些开发商发现事情并不像他们想的那么简单，一些

云南的旅游房地产项目的资金链已经断裂。王琪预测，可能在未来不太长的预期时间内，我国旅游地产项目会出现一些由于项目的定位、选址、配套等问题而导致的烂尾项目，这种风险是客观存在的。同时，他指出中国旅游投资将出现一个新的机会：那些真正能满足游客市场需要的旅游项目将获得空前发展机会。

他以近期国际旅游投资协会考察的两个旅游项目为例：广州长隆集团在珠海横琴的项目并未进行旅游地产开发，现在已经开业的一期项目只有横琴湾酒店、马戏城和海洋王国，今年开业后市场火爆，将来还将进行第二期、第三期投资，其主要项目仍然是旅游项目；杭州杭旅商贸集团开发的杭州西溪天堂是一个酒店集群项目，其2013年的营收增长为800%，在酒店业深受影响的背景下逆势增长。“这两个项目的共同特点是项目的选址、定位、设计、建造和运营都达到了很高水准。说到底旅游项目自身具备相应的盈利能力，就可以做到离开房地产这根拐杖一样，可以凭自己的真功夫赚钱。”王琪说。

精品项目缘何稀缺？

目前大量投资商和房地产企业涌入旅游行业，旅游市场不差钱，但精品项目却很少。王琪认为，市场需要盈利能力强、市场前景好、产品定位清晰的项目，而对资产构成、股权结构、团队质量的判断需要投资方对旅游行业具有认知上的专业性。但目前投资方普遍缺乏旅游行业经验。

“旅游项目具有它的特殊性和行业规律，旅游和地产是两回事，目前旅游投资领域里存在着严重的投资结构问题，投资重心主要倾注在比较‘重’的地

产板块，而较软性的文化创意板块被忽略。一些不懂旅游项目的大企业没有把金钱和时间放在产品研发上，有创意的旅游项目很少。”王琪表示。

而陕旅大通基金董事总经理李真圣认为，地方政府在招商引资中也存在一些问题，导致难出精品项目。他说，地方政府在招商引资过程中过多依赖于优惠政策，而忽视投资环境的综合改善。投资商一般与地方政府谈旅游投资时关注的是政府给予什么优惠政策，包括土地和技术的支持，但很少关注投资环境的改善。目前，很多地方的投资管理存在着多头管理问题，在投资结构上不太合理，融资渠道上主要是依托于银行贷款，对资本市场的重视程度不够。旅游资源由于行政区域人为性的划分，造成了旅游资源被分割、资源无法整合的现象。

对此，李真圣建议，旅游企业与地方政府合作时，要重视景区投资环境的完善，“这部分必须由政府去完善，因为这是企业无法完成的，如公路的修建、公共设施的完善是需要政府配套的。”

投资机构如何寻找好项目？

对于旅游市场上精品项目难找的问题，在文化旅游投资上万达文化集团频频有大手笔。其副总裁莫跃明感慨：“中国是旅游资源大国，照理说精品不应该缺，但实际情况却是旅游精品项目不多。”

同时，他分析了精品项目需要具备的要素：“精品项目是资源、资金、人才三者的有机结合，所以要打造精品，第一要有好的创意和策划，并且设计团队必须是世界顶尖的；第二是旅游业态必须丰富多彩，选择的余地要大；第三旅游服务要无微不至。”



江苏常州中华恐龙园凭借成熟的运作,成功对外输出商业模式。

北京巅峰智业文化旅游创意股份公司首席顾问刘锋认为，精品项目从策划到规划、设计、运营，都需要专业化的机构来实现无缝对接。“未来的旅游投资要想大有作为，要真正做到每个项目具有特色化、差异化、个性化的体验，要吸引能提供卓越生活方式的供应商的加入。旅游的发展不仅只有依靠土地才能腾飞，实际上借助创意、文化、科技，旅游照样可以做得非常成功。”刘锋说，此外，他建议投资商关注团队专业能力问题，过去旅游投资更多关注了定位，做什么、卖什么，但往往忽略了谁来做的问题，专业运营能力突出的团队很重要，甚至可以向外输出商业模式，如江苏常州的中华恐龙园。

今年刚上市的知名房地产企业阳光100正在谋求转型，布局休闲度假市场，其副总裁范小冲认为，今天的都市人压力巨大，从人性出发，找到让游客恢复身心、回归心灵安宁的项目是很重要的，这样的项目就会是精品，精品不一定来源于风景名胜，不一定来源于建筑，但一定源于人性。

范小冲认为，做旅游项目时不仅仅要关注资源，投资回报问题也很重要，现在的旅游地产停留在初级阶段，很多实际上是景观住宅，如何使资源



浙江杭州西溪天堂并没有依靠房地产,而是通过科学的规划和精准的运营,创造了良好的盈利模式。

很好地流动起来，让投资收益和旅游共赢这是很重要的。

真正让人放松身心的旅游项目可以在幽静深山、森森禅院，但如果在城市中心应该如何选择？范小冲介绍，阳光100的经验是转型到开发街区综合体，在城市中心挖掘城市的文脉，像上海新天地能找到未来的生活方式那样，把街区重新复活，真正的城市就会有个性，会变成有文化、有度假、有旅游性质的街区综合体。

综合体式的投资思路得到多位专

家赞同，王琪建议，要重视旅游综合体投资，目前的“景区投资”应升级为“旅游综合体投资”，因为后者投资见效快、回报时间长。以某名山旅游投资为例，他曾建议投资方“少做山上文章，多做山下文章”。因为初期如果将投资重点放到山下的旅游休闲娱乐项目上，投资少、附加值高，同时快速产生盈利能力，在山下投资建设酒店很快能产生效益，而随着项目盈利能力提高，进一步获得金融投资则顺理成章，但山上投资数亿元修建坡道，则对景区短期回报不利。

资本看台

美国独立电影融资有道

由于数字技术的快速发展,拍摄高清电影的门槛越来越低。互联网社交网络推广和营销影片又成为每一个电影人都可自己操作的事。互联网融资平台可以帮助电影人获得投资。热衷于影视的投资人也能从互联网融资平台上找到喜爱的项目并发现艺术人才。这些为独立电影和独立电影人提供了更多机遇。



美国独立电影融资平台之一kickstarter

□□ 陈焱

随着数字技术的飞速发展和好莱坞每年生产大片的数字的降低，现在是独立电影制作和问世的良机。独立电影的门槛降低了，融资方式的多样化也为独立电影的发展提供了保障。独立电影融资和开发过程可长可短，长至几年、十几年，短至几个月。在这个过程中，独立电影制片人设法得到两个关键材料：一是拥有一个好的故事、小说、电影剧本或社会上的真实事件故事，独立电影制片人要想有可将这个好故事搬上银幕的版权执行权；二是能够将这

独立电影的融资机遇

近年来，好莱坞六大公司每年发行的影片数量在减少。2008年，好莱坞主流大公司加起来一共发行了168部影片，而2009年好莱坞几大公司只发行了158部影片。这个数字在逐年递减；2010年和2011年都是141部，2012年好莱坞六大公司只发行了128部影片。好莱坞大公司发行影片数字减少的主要原因之一，是每部影片平均制作和发行的费用越来越高。

2007年，好莱坞主流大公司一部影片的平均制作费为7080万美元，发行营销和放映拷贝费用为3090万美元。仅五六年时间，2012年好莱坞主流大公司一部影片的平均制作费约为9000万美元，而发行营销和放映费用可高达另一个9000万美元。有些影片的发行营销和放映费用甚至更高。

尽管也有这两项费用加起来的1.5亿美元的影片，但大部分影片的制作和营销费用接近2亿美元。这个变化使电影这个投资风险本来就较大的产业的投资风险更大了。电影制片公司更得小心翼翼地决定是否为影片开绿灯。这也是近年来我们常常看到系列影片层出不穷的原因之一。相对而言，系列影片的风险会小一些。系列影片

由于品牌的作用，会有些固定的观众群，市场营销推广也不需走从无到有的每一步路。

虽然好莱坞六大公司每年发行的影片数量在逐渐减少，但影院每年上映影片的数量却是相对平稳的，于是独立电影在电影院里与观众见面的机会增加了。电影观众，尤其是喜欢艺术影片的观众，对系列大片有些腻味的感觉，他们希望看到新故事、新影片、新品牌。这些因素都给独立电影创造了更大空间。我们再一起回顾一下2009至2012年美国每年独立电影上映的数量：2009年399部、2010年422部、2011年468部、2012年549部。

由于数字技术的快速发展，拍摄高清电影的门槛越来越低，而技术上能达到的银幕效果也越来越好。互联网社交网络推广和营销影片又成为每一个电影人都可自己操作的事。互联网融资平台可以帮助电影人获得投资。热衷于影视的投资人也能从互联网融资平台上找到喜爱的项目并发现艺术人才。

2013年，一个更有趣的现象是互联网上的个人可操作的影片发行平台也十分活跃，甚至包括影片的电影院发行平台。这些都给独立影片和独立电影人创造了前所未有的机遇。10年前甚至5年前都无法想象这种机会存在的可能性。

此外，社会上越来越多的电影大师班课程也在不断地帮助独立电影制片人和导演提升他们的运作和创造能力，促成更多成熟的独立电影问世。许多鼓励独立电影的电影节、电影市场和网络媒体平台也在不断被开发并不断完善、成熟，这些也为独立电影和独立电影人提供了更多更有意义的帮助和发行推广平台。

独立电影的融资方式

独立电影制作的融资方式有许多种：类似于大制片厂的融资形式、电影基金、国外版权预售、合拍、最大限度利用税收优惠政策寻找拍摄地区、广告植入、后付、自己投资、运用众筹融资的网站平台融资。成功的独立电影更多的是综合利用以上几项方式来融资。

在美国，已形成了成熟的独立电影融资环境。笔者在此主要介绍了2013年在美国独立电影融资领域占主要地位的融资网kickstarter。

kickstarter是一个从2009年开始运作的创意方案众筹融资网站平台，在该平台上可为多种媒体产品融资。项目融资人或者团队把他们项目的内容、亮点、图片、视频等放在该融资网站上，说明融资目标金额、对投资者的回报方

式等问题。项目融资人必须自订一个1天至60天的融资期。如果项目融资人在融资期内成功地达到融资目标，kickstarter平台公司会收取一些费用，项目融资人可将融到的资金减去kickstarter平台公司的费用取回，开始他们的创作项目。如果项目融资人在融资期中没有达到融资目标，前面已答应投资的投资方不可在该平台继续为那个融资项目投资。项目结束，一切从头开始。

kickstarter目前已为100多个电影项目成功地融到小到几千元美元，多到几百万美元不等的资金。一个项目在不同阶段，都可以在该网站融资：拓展阶段、前期准备阶段、拍摄期阶段、项目后期制作和发行阶段。到2013年底，从kickstarter这一众筹融资网站上融到资金，已完成的故事长片就有几十部，还有获奥斯卡提名的纪录短片。

2014年1月，在美国犹他州帕克城举行的美国圣丹斯电影节上展映的影片中，有近20部是从该众筹融资网站平台上融到资金的。其中《心在彼处》是一部花费600万美元制作的独立电影，该片近一半的资金来自kickstarter众筹融资网站平台。这部电影在圣丹斯电影节上放映的第一日就被美国环球集团公司旗下的艺术品牌焦点影业

公司买走了北美版权。在kickstarter众筹融资网站平台上，已有超过500万位大大小小的投资人，投资了5万多个包括电影在内的创意项目。

不可或缺的法律合同

当条件成熟了，制片人手里有了电影剧本，有了导演和主要演员，资金可以到位了，这时，面临的则是组成摄制组，开始前期准备。这期间会签订许多法律合同。就融资方面的财务合同而言，在美国好莱坞，目前在业界普遍使用的《收款账户管理合同》可供大家参考，其中英文版本可在《好莱坞模式：美国电影产业研究》一书的附录中查找。这篇合同中有许多独立制片人会遇到具体问题。如果电影投资人和制片人能按这份合同的思路去管理和保护对影片的投资，可以说，投资人是有能力在不懂电影产业的情况下控制部分投资风险的。在独立电影的制作过程中，大部分影片是需要《完片担保合同》的，否则你融到的资金可能进不来。

（本文摘自后浪出版公司图书《好莱坞模式：美国电影产业研究》，有删节，作者先后在美国南加州大学、索尼影视娱乐有限公司、米高梅电影公司任职。）