

票务公司：从演出市场的“中介”到“主角”

□□ 本报记者 刘妮丽

随着演出市场的发展，票务网站开始成为演出市场举足轻重的一个角色。大麦网、永乐票务、聚橙网、中演票务通已在演出市场耕耘数十年。而资本也早将触角伸向了这一领域，目前，大麦网已获得3轮融资，并曾两次拒绝过世界票务公司特马捷的收购请求；永乐票务日前也获得了来自蓝港互动的投资，聚橙网分别在2011年、2012年获得两轮数千万元的投资，并打算今年在创业板上市。

从运营模式来看，这些传统票务公司已不满足于票务运营，纷纷抢占上游内容资源，或布局线下渠道，或投资电影，或与网游公司合作开发IP（知识产权），或运营剧院，或收购海外剧场。他们已经从演出市场的“中介”逐渐成为“配角”甚至“主角”。

案例一： 永乐票务：布局全产业链

近日，蓝港互动投资2300万元入股北京春秋永乐文化传播有限公司（以下简称“永乐”），双方将在游戏、电影、舞台剧等领域合作。其经营的永乐票务具有超过5万场文化演出、体育活动的票务运营经验，在全国已设立10余家分支机构。在永乐票务的基础上，2014年，永乐成立永乐影业，目前已发行和投资多部影片，如《智取威虎山》、《十万个冷笑话》等作品，未来永乐影业还将进一步扩大电影领域的业务。

玩转文化投资

“永乐跟蓝港互动的合作，IP开发就是最大的契机。蓝港互动和我们对大娱乐和泛娱乐的看法和理解很一致，未来在项目IP开发上会有更多共同收益。”永乐董事长杨波表示。

对票务行业而言，无论是演出还是赛事，它的体量是有限的，而且受制于资源。怎么说像蓝港互动这样的投资方呢？杨波表示：“这个需要从IP的内容开发和建设上来说。永乐十年来已积累大量的用户数据，通过深度的用户数据挖掘，洞察用户的喜好，发挥品牌优势。现在永乐已跟互联网公司展开深度合作。IP开发对永乐来说

是下一步的重要工作，把线上好的IP通过线下资源转化过来，提升品牌竞争力。”

2014年，永乐影业参与发行的动漫大电影《十万个冷笑话》获得不俗的票房成绩，杨波透露：“《十万个冷笑话》这种冷门项目，是我们从40多部电影里精心挑选的，国内电影赔钱的多，赚钱的少，想找到一部有潜力的作品非常考验投资者的眼光。”

2015年，永乐影业的投资计划主要基于两个方向：一是联合IP开发，如在游戏、动漫、电影、舞台剧等领域寻找优质的IP来开发；二是只做线下，永乐的线下有很好的优势，通过线下把IP资源整合之后，再做复制。

目前，永乐跟中融信托联合发了一个基金产品——乐融融，这是针对文体业务做的理财产品，中融信托也是首次做了文化品类的尝试。“我们不仅在基金层面，还会在其他层面进行更深入的合作。因为平台上有大量项目，我们会在平台上加一个基金板块，用这种方式把消费者和基金管理方整合在一起。”杨波说，“这个模式还会继续延续下去，在此基础上我们会成立一些基金公司，在资金上支持永乐体育、影业、演艺3个板块的发展。”

掌握内容资源

从2003年成立到现在，永乐在票务行业已摸爬滚打10多年。2004年，恰逢北京儿童艺术剧院改制，当时，永乐以100万元买断了北京儿童艺术剧院的16场演出，将当时只有10元、20元的票价进行合理调配、提升，16场演出获得了300万元的票房。这是永乐第一次尝到“内容为王”的甜头。

在内容资源匮乏的演出行业，一个票务公司对上游演出资源无法把握就容易陷入窘境，没有演出或者没有好的演出时，票务公司该怎么活？

因此，种种原因都促使杨波开始往上游内容资源靠拢。“拿到优质内容的同时就拥有了用户，因为别人没有的内容你有，你便可以做独家销售，用户就是你的。”杨波表示，“首先要把用户黏住，不管是卖实体票、电影票还是演出票，如果无法控制上游内容资源，放在哪个网站上卖都一样，而永乐是要做源头和闭环。永乐未来要在IP上跟很多战略合作伙伴达成股权关系，



传统票务企业不满足于票务运营，开始涉及产业链上下游，进行全产业链布局。(制图 张海宁)

是因为要联合开发有核心价值的内容，真正达到共赢。”

当下演出市场的萎靡以及市场化程度不高等问题，导致目前上游产品并不丰富，作为一个平台，只能主动学会解决内容资源问题。杨波认为：“演出与电影不同，电影可以天天挑内容，但演出不一样，我不能要求张学友和周杰伦天天演出，那么卖什么呢？必须自己制造内容，所以我们在多个国家准备成立自己的公司，目前韩国公司已经成立。这样在内容的引进方面能占主导优势。永乐会对上游的内容资源做深度研究和开发，保证平台上有更多内容服务于消费者，保障永乐在产业链当中规划的完整性。”

做强文化科技

“永乐未来还要成立一家科技公司——永乐科技，用科技手段改变传统行业的运营方式。”杨波表示。现在在全国已有500多个剧场拥有永乐的电脑联网售票系统，如国家大剧院，它的预定系统、客服系统、销售系统、网站等所有科技类建设服务均由永乐提供；再如故宫，永乐为故宫也定制了一套线上销售系统，通过O2O方式，在永乐官网可以买到故宫的票，不用现场排队，直接刷身份证就可以进入故宫了。

从2014年开始，永乐就开始做全

产业链布局，从永乐经纪到永乐体育、永乐演出、永乐电影、永乐金融，这几大板块在逐步做大做强。今年，永乐将针对这几大板块做内容的深入挖掘。

作为互联网娱乐企业和纯粹娱乐平台，永乐的产业特性很强。“乐视网推出的乐视手机上市，就颠覆了行业对于用户的价值观念和消费需求。其实永乐也一样，如果要短期内把永乐做大做强，除了利用现在互联网的优势之外，还要利用平台和用户优势，进一步整合永乐自身的优势资源与更多伙伴合作。”杨波表示。

“永乐整个上游产业布局和格局基本确定，我们仅用5个月的时间孵化影业，永乐影业已经完成第一轮融资，第二轮、第三轮融资也在洽谈中。基于上游和消费者之间的关系，永乐将全力做好技术、资金、服务等方面的工作，这是永乐下一步要做的事情。”杨波说。

案例二： 聚橙网：冲击2015创业板

“我们不是一个纯粹的票务公司。”这是深圳市聚橙网络技术有限公司（以下简称“聚橙网”）CEO耿军一直强调的一句话。2011年9月，聚橙网获得深圳市招商局科技投资有限公司和

成都招商局银科创业投资有限公司上千万元注资，聚橙网成为首获风投的民营演出经纪公司。2012年底，聚橙网又获得华映光基金管理有限公司数千万元的投资。耿军透露，聚橙网2015年的新一轮融资已谈好。聚橙网计划在2018年实现15亿元销售额的目标，并打算2015年登陆创业板。

尝试“互联网+”

聚橙网的全国扩张，就与零售企业类似，耿军一直对演出、戏剧非常喜爱，最早便做了个类似“豆瓣同城”的平台，开始做票务。但“豆瓣同城”这种活动式做法的盈利模式不明确，于是，聚橙网开始专注于票务电商，但耿军发现，这个市场竞争太激烈，利润微薄。而电影票务市场竞争更惨烈，在耿军看来，简直是“负毛利”。

“票务在全世界的发展依靠的是并购、整合，但在中国，票务市场却越来越分散，再加上百度、格瓦拉、微信等分食电影票务市场蛋糕，票务市场就更分散了。”耿军表示。

耿军意识到，只有做演出经纪，快速在全国布局，聚橙网的项目优势才能得以树立。2013年，获得融资后的聚橙网开始专注做票务、演出经纪的全国连锁扩张，同时，公司开始拓展产业链，公司业务布局分为4个板块：上

游制作、演出经纪、剧院管理、票务，实现了全产业链运营。

在演出板块，聚橙网产品线覆盖了演出票务、演出经纪等方面，对传统演出行业分散的资源进行了高度整合和营销，在短时间内，成为深圳整合能力、营销能力、上升速度均靠前的演出公司。

在票务板块，聚橙网涵盖了各大剧院的演出票务，其拥有自主知识产权的聚橙票务系统，在全国主要城市实现全网在线选座、全国联网售票。剧场运营方面，聚橙网目前管理运营的场馆包括深圳龙华文化艺术中心影剧院、南山文体中心剧院大剧场及小剧场、苏州昆曲剧院、自营剧院20家。

目前，聚橙网在网会员突破100万。聚橙网开始以“互联网+”思维来经营企业，开展O2O布局。聚橙网以票务、演出和活动为产品主轴，创造了全新的社交网站结合电子商务的经营模式。耿军举例说，目前聚橙网的互联网基因用于网络技术开发，如二维码系统、票务系统、手机APP运用等业务领域。

控股剧院 海外扩张

在演出制作方面，聚橙网投资成立小橙堡儿童艺术剧团，是聚橙网在主办逾千场国内外经典儿童剧演出经验累积下的新突破。该剧团整合国内外优秀的制作人、导演、编剧、演员等资源，借助聚橙网的全国城市连锁运营网络及销售平台，将儿童剧制作和演出提升到一个新的高度，打造国内亲子娱乐演出品牌。

目前，聚橙网已控股了12家剧院，包括8家儿童剧剧院和4家综合性剧院。2014年，聚橙网以3亿元票房的成绩稳居国内演出市场票房收入前列。

演艺行业人士分析指出，聚橙网以前也是以票务代理为基础发展起来的，现在却有了自己的剧院，主办了很多演出。如果纯粹的代理演出，实在是很难与其他票务企业竞争，但如果一个自己主办演出的平台发展起来，无疑是大麦网等票务企业的强力竞争对手。

2015年，聚橙网开始海外扩张，耿军透露，目前他们打算收购国外剧院或者音乐版权类公司，希望在2018年实现15亿元销售额的目标，并打算2015年登陆创业板。

融资速递

投资50多亿—— 浙江兰亭打造文化创意小镇

本报讯 4月7日，浙江省绍兴市柯桥区兰亭镇政府与中国书法家协会达成初步意向，建设中国书法家协会培训中心兰亭基地。此举是兰亭镇构建兰亭书法文化创意小镇的关键一步。

根据《兰亭书法文化创意小镇功能区块图》，未来，一条长达13公里的书法景观大道纵贯83平方公里的兰亭镇，将整个兰亭镇分为东西两片。东片自北向南依次是张家葑生态湿地、印山越国王陵遗址、兰亭国家森林公园、兰南竹海，西片自北向南依次是城镇核心区、兰亭湖生态休闲区、兰渚竹茶生活体验区。

根据规划，兰亭书法文化创意小镇初步设定了16个项目，总投资达50多亿元。其中，中国书法博物馆项目，投资预计上亿元，项目位于兰亭景区南侧，包括综合展厅、临时展厅、报告厅、藏品库房、书法广场，拟将之建成为集收藏、展览、拍卖、创作、研究等功能于一体的综合性书法展馆。

中国兰亭书法艺术品交易市场项目，预计投资1.2亿元，借助书法圣地的品牌效益，打造全国较有影响力的文房四宝集中交易市场，以及现代物流配送市场，使兰亭成为中国文房四宝的销售展示中心和信息发布平台。越文化影视基地项目，预计投资15亿元，还原魏晋历史风貌和《兰亭序》所描述的场景，建设魏晋风情小村，打造古越文化影视拍摄基地，创作拍摄纪录片《永和九年那场醉》以及其他与兰亭相关影视剧，大力推进影视文化创意产业的发展。

兰亭的文创产业正显出勃勃生机。在兰亭景区“之镇”街，书法竹雕、书法雕刻、《兰亭序》临摹艺术品等特色产业集群区已经形成。而创意小镇的16个项目中的书法景观大道、兰亭书法村、兰亭文化艺术馆等项目已经完成，还有多个项目在建。据悉，目前，兰亭镇与书法关联的文化创意产业的年产值已达2.5亿元，年增加值达3000万元，增加值年均增幅在30%以上。（裴金红 李雪）

投资550亿—— 大型文化产业项目落户都江堰

本报讯 4月3日，大连万达集团与成都市政府正式签约合作，拟投资千亿元在成都打造和运营一批国际水准的文化旅游、医疗、电子商务、城市现代服务业综合体项目。其中，落户成都市下辖区都江堰的万达文化旅游城项目将投资约550亿元，项目建成后，预计为都江堰增加就业岗位约1.5万个。

本次签署的投资合作协议涉及文化旅游、电子商务以及城市综合体等领域，其中都江堰万达文化旅游城项目、天府新区万达国际医疗中心项目、双流县万达电商云基地项目将成为成都“新常态、万亿级、再出发”新起点上转型发展的标志性项目。

据了解，本次签约意味着未来5年，万达集团在成都市投资将不少于1020亿元，打造和运营一批国际水准的文化旅游、医疗、电子商务、城市现代服务业综合体项目。其中，落户都江堰的万达文化旅

游城项目总投资约550亿元，将于2018年12月30日前建成并实现运营。该项目集聚文化、旅游、商业、酒店等多种业态，涵盖电影、演艺、主题乐园等各类游乐元素。具有项目创意独特、万达拥有知识产权等特点。

都江堰是国际旅游名城，拥有丰富的文化旅游资源，如古老的都江堰水利工程被誉为“世界水利文化的鼻祖”，2000年被联合国教科文组织列入“世界文化遗产”名录，吸引着世界各地的游客；而有“青城天下幽”之称的青城山则是中国道教圣地，也是一处著名的旅游景点。其位于都江堰水利工程西南10公里处，自古是文人墨客探幽访胜和隐居修炼之地。

上述文化旅游资源无疑是吸引万达文化旅游城项目的招牌。据介绍，该项目建成运营后，预计带动都江堰市常住人口增长超过10万人，吸引游客2000万人次/年。（陈永斌 王思涵）

投资超3000亿—— 安徽今年330个文化项目获支持

本报讯 近日，安徽省政府新闻办举办的新闻发布会披露，2015年安徽省将继续加大文化招商力度，330个文化产业项目投资总额将达3308.09亿元。同时，2014年安徽省民营文化企业百强名单公布。

据介绍，去年，安徽省整体对外推出文化产业重点招商项目327个，投资总额2958.13亿元。全年签订文化产业重大合同项目137个，投资总额774.36亿元。

总体项目中，投资额1亿元以上项目为89个，占签约总数的64.96%。

从特点上看，2014年文化产业投资以内容、渠道为主的项目占比提高，新闻出版发行服务、文化创意和设计服务、文化休闲娱乐服务、文化艺术服务、广播电视电影服务、文化信息传输服务六大类签约项目数量由2013年的92个增加到110个，占全年项目总数的80.29%，同比提高13.14个百分点。投资总额为697.55

亿元，占全年投资总额的90.08%，同比提高7个百分点。签约项目中，履约率为97.81%。

从投资总额看，合肥、宣城、马鞍山排在前三位；铜陵、淮北、安庆投资增长率列前三甲，分别达到589%、519%、500%。其中，安徽皖南国际文化旅游示范区签约项目整体增长较快。

同时，安徽省民营文化企业百强名单也出炉。其中，合肥的文化企业数最多，达11家；蚌埠、阜阳、芜湖均为10家。

今年，安徽省正式推出的文化产业重点招商项目共计330个，投资总额3308.09亿元，计划引进资金2809.63亿元。与去年相比，文化创意和设计服务类、文化产品生产的辅助生产类、文化休闲娱乐服务类项目分别增加45.45%、20%和10.81%。项目平均投资总额10.02亿元。

（郗征 张凌冰）