

产业升级 文化资本的新机遇

□□ 牟丹

在经济结构调整和消费升级双重红利的推动下,以文化创意为引擎、以新技术新模式为加速器的文化产业进入了快车道。互联网文化娱乐、创意设计艺术、文化旅游地产、新媒体与视频直播、文化体育与教育、文娱装备与技术产业等领域,呈现全面爆发的态势。

8月26日,在山东举办的“山东省文化产业资本创投峰会”,聚焦文化金融体制与机制创新,意在搭建文化产业对接金融资本的高效平台,提升文化金融合作发展的质量和水平。

经济转型 困难与机遇并行

自2014年文化部、财政部、中国人民银行联合发布了文化金融指导意见以来,很多研究机构、金融机构纷纷成立了文化金融研究机构和部门。对于文化金融的定义,中国文化金融50人论坛秘书长金巍说,文化金融,即文化生产领域金融服务与资本市场的产业生态和运行体系。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举指出,我国的经济转型已经进入了关键时期,原因是按照国外一些经济研究机构的研究,中国2016年经济增速极有可能跌破“十三五”的底线,从去年的10.1%到今年前4个月的5.2%,社会资本的投资增速仅为去年的一半。所以,虽然官方媒体有很多充满正能量的积极宣传,但

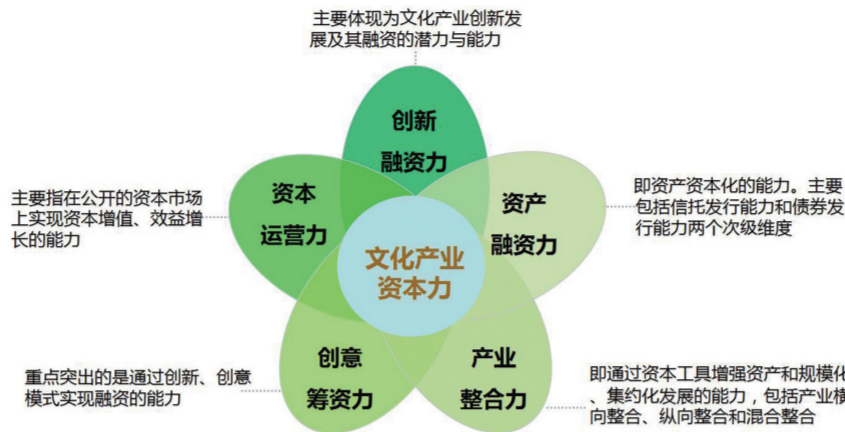
客观来讲,很多体现经济发展的指标已经不容乐观。

“前两天国家电网的朋友提到今年国家电网的用电量持续下降。昨天一位专车司机,他原来是老板,因为生意不好做才兼职做司机。”魏鹏举举例说,“很多因素说明,现在中国经济发展现状非常严峻。”

魏鹏举认为,一方面从客观上来说,维持经济高速增长的一些基本要素现在都已不存在或者发生转移,无论是能源资源还是劳动力都在发生调整;另一方面,从国家发展的战略角度出发,我们也不能再选择以前的经济增长方式,所以,国务院前不久专门研究制定了促进实体经济发展办法,对文化产业的发展是个利好。

严峻的形势往往伴随着机遇与发展,文化产业也是如此。在魏鹏举看来,此时正值文化产业发展的重大机遇。他解释说,一方面从经济转型的角度来看,国家在战略层面显然对文化产业给予了极高的期待。“十三五”规划纲要提出,文化产业成为国民经济支柱产业,而在目前公布的“十三五”规划纲要的整个文字稿里面,描述文化产业的发展是唯一用到“支柱型产业”这个词的,其他领域都没有使用这个概念。也就是在“十三五”规划纲要里面,支柱型产业成了文化产业的专有概念。

另一方面,从“互联网+”的角度看,互联网对于文化产业有着长期利好影响,这也是文化产业发展的机遇。“以电影为例,互联网的进入对电影



产业链的每个环节,尤其是票房营销的环节,都会有促进和提升。同时,互联网还会把自身的六七成用户导入到电影行业。”魏鹏举说。

金巍也对未来5年文化金融的4个发展趋势做出了预判:第一个特点是主体下沉,以社会资本为主体的金融服务与投资主体结构形成。当下特点是政府资本、金融资本在文化产业发展初期作为主导力量,而今后文化产业将进入一个转型期,应该更加侧重于社会资本和市场的力量。

第二要以直接融资为主。从2010年的金融支持文化产业发展,到2014年文化金融合作间接融资一直是文化金融的主要方面,但是现在,即使间接融资渠道通畅也不能解决文化产业资金短缺问题。第三为聚焦版权。内容产业是文化核心,所以以内容产业为中心的体系是一个大的趋势。第四是科技为先。

文化产业发展投资前景广阔

毅达资本合伙人、董事总经理周春芳站在文化产业股权融资的角度分享了科技资本在文化产业发展中的作用。文化产业官方分为广播影视业、新闻出版业、广告会展业、创意设计业、工艺美术业、演艺娱乐业、文化旅游业动漫游戏业及其他九大类,而业内人士将九大细分行业归纳整合后看到了投资的机会。

文化娱乐消费升级带来了经济红利。根据国际经验,人均GDP超3000美元时,文化消费会快速增长;超过5000美元时,文化消费则会井喷。2008年我国人均GDP超过了3000美元;2012年超过5000美元。过去几年旅游、影视,包括娱乐行业的快速发展也证明了这一规律。

文化产业是在技术推动下新兴产业的发展。随着互联网、移动互联网、云计算、VR、AR等技术,以技术引

领的进入快速发展阶段。

对于投资方的投资偏好,周春芳也表达了自己的看法:“虽然很难找到统一的文化企业的发展模式和发展路径,但是通过梳理之后发现,那些在投资领域或者现在发展非常好的项目,目前大多数都是以技术见长,也就是技术能力比较强,这是一个非常重要的特征。”

中信建投证券投资银行总监董军峰则认为,大部分细分领域还是非常受资本追捧的。目前,整个大的细分领域主要集中在影视领域、传统的平面媒体、有线网络和游戏。其中占比最大的板块为影视领域,传统的平面媒体包括出版和报纸,有线网络因为是受益于行业政策的发展最早上市的,在90年代左右第一波上市;动漫游戏也是这两年随着移动互联网的人口红利或者是政策红利逐渐发展起来的。

六大领域构成文化金融体系核心

金融必然离不开资本,文化金融是文化产业界与金融资本界的跨界、跨部门沟通与合作。因此,文化人需要用资本的视角与思维理解金融规则与逻辑,金融人同样也要用文化人的视角与习惯理解文化产业的特点与规则。

新元智库就在这个方面进行了多年的探索与研究,提出了“文化资本力”的概念,并建立了一整套“文化资本力指标体系”,由此让文化产业界与金融资本界有了一种共通的语言。

新元智库去年开发了中国文化产业投融资数据平台,在文化金融的体系

当中,新元智库进行了思考。其一是资金转化工具。社会资本和大型企业通过产业投资基金的方式进入到文化产业当中是个普遍现象。许多大型的上市企业,包括互联网巨头纷纷设立了自己的天使投资基金、风险投资基金,包括并购性的产业基金。

其二是信息服务平台。在大量的中小微企业和资本之间需要专业化的信息服务,才能够打通资本和企业的连接。

其三是建立信用评价平台。运用数据的模型,采用大数据分析方式在商业银行和企业之间建立信用征信的机制。

其四是建立风险补偿机制。将商业银行和小额贷款,用政府的风险补偿机制去进入到市场当中去。

其五是建立创新扶持机制。目前,文化产业主要是大力培育新兴业态,建立创新扶持机制使文化产业的结构进行转型升级,能够使文化产业更多的企业在新技术和新的商业模式推动下实现快速成长。

其六是多元金融工具。担保、小额贷款、租赁等金融工具。

文化产业既然被赋予文化产业的使命和经济责任,那么,作为我们就要义无反顾地探索、遵循经济规律和产业逻辑,同时培育产业精神、促进产业发展。我们已经看到,文化金融和文化产业资本市场已经出现了很多中坚力量,包括很多新兴智库在推动培育文化产业精神和促进文化金融的发展。找到与文化产业发展合适的对接点,逐渐形成现代化的文化产业精神,即文化工业精神,相信文化产业未来的发展前景无限。

海外时空

戏剧博客如何留住戏粉

近年来,自媒体的概念在中国火热流行,许多人依靠自媒体获取最新资讯。在国外,自媒体的概念早已经盛行,自媒体已经成为追求效率、喜好便捷的外国人的不二之选。在Twitter(微博客)、INS(Instagram的简称,聊天软件)等平台上,各行业、各种类的资讯、文章充斥眼球,一应俱全,满足人们对于信息和知识的需求。

□□ 本报实习记者 唐弋

在今年美国的戏剧博客的最终排行榜上,Theatermania.com(钟爱戏剧)名列第二位,以网站96.35分的评分仅次于BroadwayWorld.com Featured Content(百老汇世界特色内容),受粉丝关注和喜爱的程度可见一斑。

进入Theatermania.com博客主页便可以看到博主将博客分为百老汇戏剧、外百老汇戏剧、其他城市戏剧信息、票务折扣、新闻与回顾、黄金会员、更多等几个板块。在每一个板块中又细分出福利、卡巴莱歌舞表演、音乐会、舞蹈、戏剧、家庭、儿童、节日、魔术表演、歌剧等22种小板块。这些板块按照演出性质或演出对象等进行划分,更加细致、准确、便捷地满足各类人的观演需求。

为了便于粉丝查找演出信息,博主还贴心地将演出时间精确为“今天”“本周”“周末”“任何时间”。网站上除了演出资讯、票务信息、新闻等

更多的是对于剧团负责人、演员或者艺术大咖的文章介绍和对于戏剧艺术家创作人生的深入思考,让粉丝在更加清楚地了解演出背后的故事、拉近剧目与观演者的距离的同时,避免对于戏剧艺术表面的热爱和懵懂地欣赏。

虽然博客看不到具体的粉丝数量,但是Theatermania还有属于自己的Facebook主页、Twitter和Ins。博主在Facebook上拥有39万个粉丝,主页点赞数为39万次,单条点赞数更是高达9216次;而在Twitter上,博主共发表了2.68万篇文章,关注者也是多达8.07万人;在Ins上,博主拥有2.9万的拥护者,共上传了1249张图片来吸引广大粉丝的注意。

在Theatermania的Facebook上除了其简介、照片还有视频放置。现在国内许多创业公司、自媒体甚至较为成熟的公司都看到了短视频带来的巨大红利,开始转而做视频。国外这样的情况也不例外。Theatermania视频主要是正在上演的话剧、歌剧等的宣传视频,其中不仅包含了舞台上精彩瞬间集锦,还包含了幕后故事和花絮,博主将自己拿到的一手资料剪辑成1分钟到4分钟长短不等的短视频,让粉丝更加直观地抢先了解戏剧内容,同时还能与主创分享幕后故事。

Theatermania中“主打视频”一栏近期分享了一则短视频是庆祝音乐剧《WICHED》(《魔法坏女巫》)成为第10个上演时间最长的音乐剧。《魔法坏女巫》是《绿野仙踪》的前传,不仅在2004年一举拿下TONY奖的10项提名,其中的音乐更是家喻户晓。这则短视频在Theatermania的Facebook上不仅视频播放率为127万余次,还获得了近

两万个粉丝点赞。

国外的自媒体几乎与各大剧院都有联系,就如Theatermania,除百老汇以外,还与波士顿剧院、芝加哥剧院、拉斯维加斯剧院、伦敦剧院、迈阿密剧院、纽约剧院等12家剧院建立了合作关系,便于及时跟进剧院的信息,进行排名和打分。

自媒体的营利主要来自两个方面:广告与售票。打广告是常见的营利方式。对于Theatermania来说,凡是想要看它的主页都需要先进行邮箱注册,而注册的新用户均可以以折扣的价格拿到新上演的戏剧的票。而且对于会员来说,几乎每个月、每个季度都有新的折扣票出售。

在博客的故事栏里,博主与粉丝们分享了一位他非常喜欢的、已逝的剧作家——尤金·奥尼尔,并以奥尼尔最被众人谈论的自传型戏剧《进入黑夜的漫长旅程》为切入点,洋洋洒洒讲述了奥尼尔悲惨却具有戏剧性的一生,并赞叹这部戏剧为:“虽然我知晓和热爱美国数以百计的戏剧,但是,有时我认为《进入黑夜的漫长旅程》是美国唯一可以称之为戏剧的作品。”虽然言辞夸张,但这样具有美国人表达特点的语言,足以表示尤金·奥尼尔以及《进入黑夜的漫长旅程》为像博主一样的粉丝带来的震撼。从观众的视角解读戏剧及演员,让博客的粉丝阅读时会产生共鸣,从而与博客产生自然的粘性。

最前沿的舞台艺术咨询、最恰当的剧场合作方式、最一手新闻与访谈、最深入的文章、最吸引眼球的短视频内容,或许这些就是Theatermania可以从众多戏剧自媒体中脱颖而出并深受广大粉丝好评的重要原因。

□□ 冻清

9月6日,“蓝牙技术联盟”官网显示,Snapchat(阅后即焚)已经成为其成员,并透露其将进军硬件领域而准备开发一系列VR(增强现实)眼镜。Snapchat是一款图片分享应用,由斯坦福大学的2个学生开发,并于2011年推出第一个版本。用户可以通过这个软件拍照、录像、编辑并分享给好友。Snapchat近几年越来越受到美国青少年的欢迎,即使Facebook对它觊觎已久并推出了数款类似功能产品,但依然难以阻挡Snapchat不断增长的用户数量。

气质不同方式相异

Snapchat,Instagram和Facebook一直存在着明争暗斗,但由于三者气质不同,造成平台分享方式相异,吸引的粉丝群也各不相同。当人们想要下载Instagram的应用时,会看到网站的评价为:“超强滤镜图片分享平台”。正如评价所言,Instagram以其清新的气质为粉丝提供了一个记录美好瞬间、分享故事的平台。作为社交平台,Facebook就像国内的人人网、微信朋友圈、QQ一样,成为了年轻人的生活方式,满足了人们的分享心理。而对于Snapchat,它的疯狂气质在于“阅后即焚”的功能将年轻人的生活碎片化,上传照片并在一定时间内让其“人间蒸发”吸引了25岁以下年轻人的追捧。

根据Snapchat的数据显示,在用户每天分享的5000万张照片中,80%的用户在白天发送信息,且峰值出现在上学时段。用户享受Snapchat的原因之一就是,人们在将照片分享到Snapchat后,可以设定照片显示的时

间,从几秒到数十个小时均可。一旦分享时间进入倒计时,就意味着照片会在不经意间自动销毁,其他用户想要再次看到分享将是不可能的事情,这极大地满足了受众的猎奇心理。

同时,除了“阅后即焚”的功能,用户还可以通过Snapchat平台进行相互聊天。Snapchat联合创始人埃文·斯图格说:“社交媒体一般将监督视作模拟连通感受的机制。我们发现通过Snapchat实时分享某个瞬间,可以让用户觉得正在与朋友面对面交流,即使他们远在另一个大洲。”同时,进入Snapchat会发现其在网上公开用户的个人资料,并向用户显示3种分享次数最高的照片类型以及他们的积分,这个积分是通过在Snapchat平台上发送和接收的照片数量来计算。

在中国“转正”困难重重

就在去年,Snapchat进行了新一轮5.37亿美元的融资。其实一直以来,Snapchat的融资十分频繁,从2011年9月成立到去年,Snapchat的累计融资额高达11亿美元。近日更有消息称,Snapchat正在以约200亿美元的估值进行新一轮大约2亿美元的新融资。至此,Snapchat已经冲到了F轮融资,一旦完成,其融资总金额将超过15亿美元。

除了超强的融资能力,面对Snapchat带来的软件功能压力,Instagram推出了“故事”功能,Twitter也推出了“推荐表情”功能。虽然,Facebook几年来一直效仿Snapchat并推出一系列被称为“山寨”的功能,但是依然没有阻断Snapchat一夜成名并发展壮大,甚至拒绝Facebook的收购意向。

但中国版的Snapchat在国内的推广并不十分成功。原因在于,相对于外国人在陌生群体中分享照片的习惯,中国人更愿意在熟悉的朋友群中晒自己的生活、家庭甚至美食,同时,强大的微信、微博图片分享没有给Snapchat提供可乘之机,国人惯用的修图软件甚至美颜相机、自拍神器可以替代滤镜带来的乐趣和满足感,最重要的一点是,QQ、微信的诸多功能设置和多个自拍、修图软件几乎涵盖了Snapchat的所有功能,无论是QQ给好友猜去悄悄话、微信的2分钟之内撤销消息、视频滤镜等功能,还是APP应用FACEU、美拍,甚至直播软件,都将Snapchat在中国置于一个类似鸡肋的尴尬境地。

改进与竞争并存

今年8月,Snapchat因涉嫌歧视亚裔引起部分用户愤怒,而后将“黄种人脸”滤镜删除,在此之前,有许多媒体曾质疑Snapchat用户上传的照片存在涉黄和暴力的现象。

面对外界的各种质疑,Snapchat一直在不断地改进。近来,不断有消息报道:Snapchat正在与好莱坞谈合作,Snapchat拟斥资1.1亿美元收购搜索应用VURB,还要推出360度视频广告平台。

除了Snapchat的风生水起之外,WhatsApp(跨平台即时通信)、kakaotalk(韩国免费聊天软件),以及国内继陌陌之后推出的地理位置移动社交软件探探等软件,都慢慢走入公众视线,成为了大众生活常用的应用之一。虽然这些软件在各方面的功能上还无法和Snapchat相比,但在不断地充实与改进下,相信它们的未来也是不可估量的。