

从企业到产业：

探索文化国资管理新路径

本报记者 曲晓燕

今年的国产电影市场佳片不断,《战狼2》无疑是其中最耀眼的一部力作,除了收获累计近58亿元的票房外,更有消息称其将代表中国参与明年奥斯卡最佳外语片的角逐。在这部创下中国影史多项纪录的影片背后,人们可以看到多家北京文化企业和北京市文化产业促进机构的身影,比如,《战狼2》发行方之一影都文化投资发展有限公司就坐落于中国(怀柔)影视产业示范区,不论是这座园区还是企业本身,都得到了北京市国有文化资产监督管理办公室(以下简称“北京市文资办”)的有力助推。

企业强则产业强。深谙此理的北京市文资办近年来在面对“一带一路”建设、京津冀协同发展、雄安新区建设、疏解非首都核心功能、建设全国文化中心等一系列重大机遇和挑战时,在“双效统一”原则的指导下,通过加强统筹、优化服务,重视产业功能区规划编制、建立文化金融支撑体系等一系列举措,全面推动文化企业健康快速发展,其思路 and 做法对于在文化产业发展基础较好的大城市进一步推动产业创新发展具有一定的启示意义。

“一企一策”推动国企创新发展

数据显示,今年第一季度,北京市文资办监管企业资产总额达746.64亿元,同比增长25.6%;实现营业收入58.35亿元,同比增长24.4%。高速增长的背后是“一企一策”的精准施策,将监管文化企业进行分类,挖掘培育

企业核心竞争力,让企业做大做强,发挥龙头企业的示范作用,进而带动产业整体增长,促进文化企业实现社会效益和经济效益的“双效统一”。

还是以影都文化投资发展有限公司为例,该公司除了参与发行《战狼2》之外,还参投了好莱坞战争大片《血战钢锯岭》以及古装武侠电影《绣春刀2》,作为一家2015年才成立的企业,这样一份成绩单着实令人喜悦。“我们是影视投资领域新兵,作风比较稳健,因为国企是‘赔’不起的。”该公司董事长蔡新颜表示。作为北京市文资办监管企业,项目投资的评估及考核都有一条红线,当下的经济效益和长远的社会效益都要考量。

对于大热的影视投资企业是这样的监管机制,而对于传统出版行业则更注重转型发展。例如“老资格”的北京出版集团,目前已发展成为拥有8家专业出版社、5家杂志社和14家子公司的大型文化企业,旗下的北教传媒在北京市文资办等的指导和支持下,作为第一家国有控股图书发行企业挂牌“新三板”,首轮定增融资金额达8004万元,保持了行业领先地位和竞争优势。

而对实体书店的扶持则更多显示了“双效统一”在国有文化企业中的积极实践。2015年,24小时不打烊的中国书店北京燕翅楼店开业,集书香文化示范地、文化传承展示地等于一体,在服务全民阅读方面创造了显著的社会效益。两年来,该店共组织特色文化活动90余场,服务读者4000余人次。以古籍、文史、艺术等中国传统

与服务全民阅读的经营理念,实现了从一家实体书店到一个城市文化地标的转身。

扶植重点 加强平台服务功能

北京市文化企业近年来的快速发展还得益于产业发展环境和体系的完善,得益于产业发展关键环节上的重点突破。

文化产业功能区是北京市文化企业发展的重要承载平台。近年来,北京市文资办着力推进全市范围内的17个重点文化产业功能区的中长期规划工作,编纂完成了《文创产业功能区发展报告(2016)》,对功能区建设发展进行了科学规划,同时重点推进产业园区发展与区域发展、区域发展与创业者发展的协调统一。前文提到的怀柔影视产业示范区,就已逐步形成了集行业产业链条完善、高校人才聚集、金融服务O2O创新创业服务平台于一体的影视产业发展文创园区。其中,吸引社会资本加入,有效推动了怀柔区“影都”定位的区域规划发展。

此外,北京的展会、消费季等具有产业服务功能的平台也在不断完善:“2017北京惠民文化消费电子券”启动发放,5000万元消费券直接发到消费者手中,可自由选择文化机构消费,涵盖文化艺术、新闻出版发行、广播影视、文化电商4个行业领域;北京西文化旅游产业投资基金定向支持京西文化旅游发展;北京歌华文化发展集团参与举办的“2017中美青年创客大赛”以“共创未来”为主题,通

过比赛的形式促进中美两国创客文化与生态的建设,为两国青年搭建交流沟通的平台;首都文化产业投融资项目推介会涵盖影视动漫游戏、网络影视、新媒体等产业领域,促进了一批文化与科技、信息、金融、旅游等产业融合发展的企业发展。

文化金融 “补贷投”联动促发展

一直以来,我国文化企业发展面临的重大难题就是融资难、融资慢、融资贵。针对这些老大难问题,北京市文资办探索建立文化投融资服务体系,并率先启动了文化产业“补贷投”联动体系。

北京市文资办联合建设银行、北京银行等30多家机构,推动债券融资、企业展览展示等功能模块试运行,形成了“IP孵化、信息查询、信用管理、股权债权融资、企业挂牌”等线上线下服务的北京市文化金融服务网络平台,为文化企业提供一系列金融服务。其中,北京市文资办已经举办多场网络影视、新媒体等项目路演和投融资沙龙,服务文化企业600多家、投资机构100多家。

数据显示,在这些举措的推动下,仅今年上半年,“补贷投”联动体系已经累计为文化企业提供超过140亿元资金支持,直接撬动社会资本近600亿元,资本投放效率不断提高,与文化经营生产的正相关性逐步显现。此外,国家文化与金融合作试验区也将挂牌,为文化金融合作生态的下一步发展奠定了基础。



产业聚焦

做有文化品位的赞助商

林楠

近期,又有一批新的真人秀和综艺节目登上了荧幕,数量之多让观众应接不暇。然而,伴随着数量如此之多的新节目开播,收视数据和业界分析却大都认为,真人秀和综艺节目的收视颓势并没有因为新节目的增多而改变——恰恰相反,越来越多的节目进一步分散了有限的电视收视群体,进一步降低了他们对特定节目的“忠诚度”,进而导致了整个节目类型市场空间的下滑。

皮之不存,毛将焉附,市场空间的下滑,暴露出来的问题是多方面的。曾几何时,知名企业、品牌冠名真人秀和综艺节目是一派十分火热的景象,从几千万元到几十亿元的冠名费,不断刷新着大众的想象空间。但随着整个节目类型市场份额的下滑,借助真人秀和综艺节目来为企业的产品和品牌“刷存在感”已经变得越来越难。

事实上,如果问起现在哪档真人秀节目最好看,或者哪个综艺最火爆,人们都可能答不上来,更不要提赞助和冠名这些节目的企业是哪些了。毫不客气地说,曾经十分好使的“知名产品+知名节目”的模式遭遇了

滑铁卢。

其实,这不过是一种简单粗放的营销模式,本质上还是“砸大钱,获大利”——其虽有符合经济理性的内在逻辑,但随着当下细分、众包、共享等新经济模式层出不穷的新时代的到来,这种粗放模式走向衰落也

几乎成为必然。原因无他,首先,这样的模式有赖于大量品质优良节目的持续生产,而这类节目的产量却受制于一定的条件,不可能完全满足宣传推广的需要;其次,真人秀和综艺节目之间的竞争从本质上说还是内容的比拼,当争夺市场份额



黄卓 绘

的“厮杀”进入白热化之后,越来越多的节目制作方回归了内容制作本身,未来将更多地通过付费播放或为播出平台增值的方式获得收入,赞助和冠名也许只会变成辅助性的增收渠道。

商业赞助和冠名确实是企业宣传品牌和推广产品的一种好方式,然而当形势发生改变时,做宣传推广的企业就不能偷懒了,应该适时选择一些新的冠名、赞助项目。笔者发现,近几年来,有很多国外的公司、品牌冠名或赞助了很多文化活动,涉及演出、非遗、民族文化保护等诸多领域,这些活动虽然不像真人秀和综艺节目那样具有现象性的轰动效应,但这些活动深厚的文化内涵和较高的文化品位决定了其对于企业品牌和产品具有更长远意义上的助力。比如,某知名汽车品牌就凭连续多年冠名支持国内的非遗田野调查活动而广受好评,进而让公众对其品位和眼光的评价要远远高于载着爸爸和孩子们“去哪儿”的那些车款。

风物长宜放眼量,对于当下许多举棋不定的企业而言,要想显得“更有文化”,也许是时候换个思路了。

中柬合作项目“吴哥王朝”落成

本报讯 10月25日,“一带一路”重点文化交流项目“吴哥王朝”在柬埔寨暹粒举办落成发布会。

该项目是中柬两国文化部门鼎力合作的大型文化旅游综合体,位于柬埔寨暹粒市区,距吴哥窟5公里,由中国四川德阳美忆文化旅游发展投资有限公司与柬埔寨加华集团共同组建的加恒国际(柬埔寨)文化旅游投资有限公司打造,总投资2.2亿元,规划设计及施工建设近两年。项目以大型情景舞台演艺秀《吴哥王朝》为核心,融剧场、商业、娱乐、餐饮等多种业态为一体,包括大剧院、水上世界、中柬文化体验街等。其中,《吴哥王朝》汇聚中柬两国杂技、舞蹈、音乐、舞美、服装等方面的人才和资源,描

绘了吴哥时期热带雨林的自然风光、洞里萨湖孕育的伟大母爱、战争的英勇悲壮以及人们重建家园的勤劳智慧;吴哥大剧院占地6000平方米,可同时容纳1200余名观众,是目前柬埔寨功能最全、具备国际化专业标准的演出剧场;水上世界近6000平方米,是暹粒第一家设备先进的大型水上乐园。

“‘吴哥王朝’将成为新的文化交流合作平台,推动四川更多的优秀项目与产品走出去,让世界各地的游客更多地了解四川,进一步促进中柬文化交流。”德阳美忆文化旅游发展投资有限公司董事长、加恒国际(柬埔寨)文化旅游投资有限公司总经理周小衡表示。

(张靖)

2017江浙沪特色文化产业项目路演及推广活动举办

本报讯 (实习记者张靖)10月24日至26日,由江苏省文化厅和扬州市人民政府主办、扬州市文化广电新闻出版局等承办的2017江浙沪特色文化产业项目路演及推广活动在江苏省扬州市举行,常州环球动漫嬉戏谷、浙江漂牛国际版权交易中心、上海米赢文化等16个项目参与了路演并接受了投融资实务培训。

据了解,参与路演项目经公开征集及专家评审,涵盖文化旅游、创意设计、影视制作等14个行业。路演过程中,各项目突出自身特色,向与会投融资机构全方位展示了项目概况、市场分析、盈利模式、

核心优势、预期收益及融资规划等内容。其中,由扬州工美集团带来的扬州文旅创意产业园项目由于特色明显、优势凸出,获得了众多投融资机构的青睐,国药控股(中国)融资租赁有限公司在路演现场与扬州工美集团签订了融资规模达2亿元的合约。

“这是特色文化产业投融资路演活动首次落地长三角地区,有效整合了江浙沪文化产业资源,也为来自全国各地的100多家参会文化企业与30余家投融资机构搭建了交流平台,激发了文化领域创新合作,推进项目、资本互利双赢。”主办方相关负责人表示。

2017年北京金秋优秀剧目展演开幕

本报讯 10月25日,由北京市文化局主办的2017年北京金秋优秀剧目展演在北京开幕。

此次展演将持续至12月10日,23台剧目、46场演出将陆续在首都各大剧场上演。这23部作品涵盖戏曲、话剧、舞剧、曲艺、儿童剧、杂技、音乐会等艺术形式,题材广泛、内容丰富,其中,戏曲类剧目所占比重较大,在继承经典戏剧文本、艺术形式的同时以新手法、新视角增加

了现代化阐释。另外,民营剧团和京津冀三地共同合作的创新剧目也是本届展演亮点之一。为了让更多首都市民欣赏到艺术演出,将文化惠民政策落到实处,本届展演期间还将举办多项公益活动。

金秋优秀剧目展演每两年举办一次,不仅调动了北京市艺术表演团队的创作积极性,也丰富了群众文化生活,繁荣了北京演出市场。

(吴嘉葆)

《时间去哪儿了》讲述金砖五国故事

本报讯 (记者陈璐)日前,首部由5位金砖国家知名导演共同执导的电影《时间去哪儿了》在全国上映。

本片由巴西导演沃尔特·塞勒斯、俄罗斯导演阿列斯基·费朵奇科、印度导演马德哈尔·班达卡、南非导演贾梅尔·奎比卡以及中国导演贾樟柯执导的5部短片组成,通过不同的故事讲述各自对时间和情感的理解;巴西《颤抖的大地》讲述小镇居民在溃坝灾难中努力寻找出路的故事;印度《孟买迷雾》描绘了一位老人与一位孤儿的忘年友谊;

俄罗斯《呼吸》描述了一对隐居在峡谷里的夫妇的情感纠葛;南非《重生》讲述了未来世界机器人寻找人类祖先的科幻故事;而中国《逢春》则聚焦于二胎政策下一对夫妇如何试图重寻往日热情的故事。据贾樟柯介绍,“时间去哪儿了”这一主题得到五国导演的积极响应,“金砖五国同为经济快速发展的国家,生活节奏的加快使得爱情、亲情等产生了微妙变化。观众可以在万花筒一样的影片里,感受不同的情感与现实、不同的风光与文化。”

第十六届国际学生影视作品展在京举办

本报讯 (记者于帆)10月22日至29日,第十六届北京电影学院国际学生影视作品展在北京举办。

本届影展共收到来自58个国家和地区1116部参展影片,参赛者遍布全球近百所影视院校。经过专业评审的严格评选,最终有来自33个国家和地区82部影片入围,在为期一周的展映后,评选出国际学生作品奖金奖、银奖、铜奖等10项大奖。

爱奇艺文学“云腾计划”公布首期成果

本报讯 (记者于帆)10月24日,爱奇艺文学“云腾计划”一期签约暨二期发布会在北京举行。

今年8月初,爱奇艺文学宣布启动“云腾计划”,以文学驱动网剧、网络大电影等创作形态,促进IP产业链良性发展。在第一期竞标期内,爱奇艺文学收到来自山影、海润、橙子映像、芒果娱乐等120余家影视制作公司的300余份竞标方案。经过多轮评选,第一期共有26部网剧作品、38部网络大电影作品成功中标。据介绍,“云腾计划”二期将在题材、内容、品质三方面进行升级,

不仅题材更加多元,参与合作的文学网站也较一期增长20%,并将加大对网剧和网络大电影的扶持力度;在网剧方面,总时长超400分钟的“云腾计划”作品根据品质等级将分别在原分账定价基础上增加40%或20%;在网络大电影方面,其他平台评级为A(优质)的作品也可参与“云腾计划”竞标。有参与合作的文学网站表示,“云腾计划”将IP源头与网剧、网络大电影等影视资源相结合,并利用后期分账、开放合作的方式,有效推进了优质娱乐内容的商业化创新。