

市场纵横

演出劲旅“千古情”落地阳朔 宋城演艺逐鹿桂林旅游演出市场

□□ 本报记者 李铮

7月27日,在“印象”系列实景演出诞生地、风光旖旎的广西桂林市阳朔县,由宋城演艺、桂林旅游股份有限公司联合出品的文旅演出剧目《桂林千古情》和桂林千古情景区同日开门迎客。

这是“印象”系列和“千古情”系列旅游演出在云南丽江之后的第二次“相遇”。两部风格不同的旅游演出“同台竞演”,是狭路相逢还是激流共进?相比于每年8000万人次的游客数量,桂林旅游演出市场究竟是蓝海还是蓝海?“千古情”与“印象”是否能优势互补,打造两个演出传奇,有待时间的进一步考验。

桂林不只有刘三姐

“桂林山水甲天下”。作为热门旅游目的地,桂林现代旅游业起步较早,实景演出也是发端于此并走向全国。

在水墨桂林的画卷中,《桂林千古情》将掩藏在八百里漓江山水下的八桂文化带入人们的视野。在1个小时的演出中,300位演员、360度全景演出、上万套舞台机械与观众全方位互动,用声光电的特技、空间创意,震撼观众的视听感受。

《桂林千古情》的剧目和景区沿用了宋城演艺“旅游演出+主题公园”的发展模式。宋城演艺董事长、“千古情”系列演艺作品总导演黄巧灵告诉记者:“人们在纵情于山水时,都希望能够了解当地的文化。宋城演艺做的,就是从历史中挖掘文化元素,用演出和主题公



园的方式呈现,通过老百姓喜闻乐见的方式,让民族文化‘活’起来,让传统文化‘潮’起来。”

桂林千古情景区中再现了桂林的历史文化与民族风情。走进景区,巨型歌仙造像与桂林山水融为一体,朔古村营造了独特的农耕市井生活风貌;风情街内爷爷的酒缸、奶奶的糕点、爸爸的玩具等手工作坊留住乡愁,帮助游客寻找祖父辈的记忆。游客在景区还可以欣赏到5D实景剧《山崩地裂》,以及《水上飞人》《秦军点兵》等数十个演艺秀和科技秀。

“桂林不光有扬名天下的山水,更有深厚的人文底蕴。”黄巧灵认为,《桂林千古情》特色在于,为桂林山水注入了文化灵魂。除了人们耳熟能详的刘三姐故事,我们在前期调研时发现了灵渠这个题材,于是充分挖掘其背后的文化底蕴,最终将秦三将军李义的故事搬

上舞台。”黄巧灵说。

演出中,数十名特技演员“上天入地”,再现了当年开凿灵渠的艰险与秦军的无畏。3000吨的“洪水”从数十米的高处瞬间倾泻而下,引发了全场观众的尖叫和掌声。《桂林千古情》首日演出两场,3000多座的剧场座无虚席。

文化IP的演艺套餐

近年来,旅游演艺已进入了大IP时代。宋城演艺打造的“千古情”系列演艺作品以及主题公园,以其独具特色的演艺主题和风格,广受市场和游客欢迎。

面对高速增长演出剧目数量和近乎白热化的竞争环境,立足本土文化资源和内涵的挖掘,将传统文化与高科技手段相融合,打造具有当地文化IP的演艺套餐,成为宋城演艺占据市场的



《桂林千古情》灵动、热烈(左);《印象刘三姐》大气、唯美(右)

杀手锏。

据宋城演艺今年3月底公布的2017年公司财报显示,2017年公司全年实现营业收入30.24亿元,同比增长14.36%。其中现场演艺业务实现营收15亿元,同比增长9.42%。宋城演艺凭借“主题公园+旅游演出”模式,已成功打造了一系列精品演出和景区。旗下浙江杭州宋城2017年收入达8.42亿元,毛利率达80%。海南三亚宋城净利1.78亿元(+10%),在经历了2016年严格的监管后实现了小幅反弹;云南丽江宋城基本平稳,全年实现净利1.20亿元(+1%);四川九寨沟县遭地震影响暂停营业,但有保险公司的赔付,短期损失有限,全年合计净利0.31亿元。记者了解到,桂林千古情景区原名阳朔“漓江千古情”项目,于2015年9月签约,这也是宋城演艺全国第三轮布局的重要一单。

谈到宋城演艺的成功秘诀,黄巧灵认为,宋城演艺用科技的手段、用文化的提炼、用一丝不苟的艺术创作精神制作出来的都是精品。每一个项目的文化内涵都不一样,演出塑造的人物千人千面,表现的真、善、美在人们内心深处都会产生共鸣,它和人民群众越来越高的精神文化追求是一致的,自然会成功。

桂林仍是旅游演出的蓝海

距离《桂林千古情》演出剧场4公里外,就是同样拥有3000多座、自2004年演出至今的《印象刘三姐》。已有璞玉在前,作为桂林旅游演艺市场的后来者,《桂林千古情》如何站稳脚跟并完成弯道超车,成为旅游业界关注的焦点之一。

桂林旅游市场的持续快速发展,坚

数据分析

2018上半年文化传媒融资规模涨幅明显 文化自信 内容为王

□□ 木子

如今,文化在国民经济与社会发展中的重要性日益提升,增强国家文化软实力,扶植国内文化产业,鼓励文化产业发展将是未来长期的政策方向。

在各项利好政策的影响下,文化传媒产业深受资本青睐。据投中研究院统计数据显示,2018年上半年,文化传媒行业融资案例数量196起,融资规模36.81亿美元,较2017年同期涨幅明显。其中,影视、音乐主导以20.26亿美元融资规模居于首位,占比55%。被投企业中16家为影视制作相关公司,7家为音乐相关公司。

影音产业融资规模庞大

在音乐领域,6月21日,太合音乐集团完成10亿元融资。太合音乐集团现阶段已将业务覆盖至音乐全产业链,构建了“艺人综合服务、版权运营发行、视听服务平台、现场活动演出、粉丝互动社群、娱乐整合营销”等为主的泛娱乐生态

体系。

虽然全产业链发展方向是众多国内音乐公司的选择,但相较而言,太合音乐集团有很多优势。目前,在内容领域其已拥有太合麦田、海蝶音乐等华语音乐厂牌,并与数百位音乐人保持合作;在演出领域,太合音乐集团每年制作、主办或投资大型演唱会百余场;此外,太合音乐集团还通过千千音乐、Owhat(粉丝互动软件)、LavaRadio(环境音乐电台)等交互平台,触达超过5亿用户。

在电影领域,2月5日,万达电影转让12.77%股份,买家之一为“阿里系”公司臻希投资,阿里巴巴集团成为万达电影第二大股东。万达电影借助阿里巴巴集团在文娱产业的丰富资源,在电影发行、影片投资、在线票务平台、广告、衍生品推广销售等方面开展合作。

买家之二文投控股为文资控股旗下文化类上市公司,双方将在院线加盟、电影映前广告、影片投资、影院设备管理运维、线下实景娱乐、产业股权投资等方面开展合作。

此次转让主要为万达电影引进具有战略价值的股东,通过上下游各要素产业资源整合,形成资本生态。

同好莱坞六大公司一样,当下中国的文化创意公司,不管是从事院线业务、影视创作发行还是游戏开发,未来都将形成一个综合体发展的娱乐集团。文化创意公司向娱乐集团发展是一种趋势。

并购下降 IPO 融资规模上升

投中研究院最新发布的研究报告《投中统计:2018年上半年文化传媒行业文化自信提升融资规模 供给侧改革把控行业理性》(以下简称“报告”)显示,2018年上半年,文化传媒行业宣布并购案例数量118起,完成案例87起。已披露宣布并购金额共38.21亿美元,完成并购金额18.13亿美元,并购规模继2016年下半年以来持续低迷。

当前,文化传媒行业正处在资本市场收窄借壳的政策窗口,许多公司不得已谋求独立IPO(首次公开募股)或被上市公司并购,并购的根本动力并未发生较大变化。伴随着国家文化产业加速发展,市场洗牌进一步加剧。

据报告显示,2018年文娱行业IPO融资规模自2017年开始显著上升。其中最大成绩源于爱奇艺在美国纳斯达克上市,获得了22.5亿美元募资。

2017年至今是直播行业的成熟期,市场逐渐趋于理性,平台盈利需求变强,游戏直播平台进入精细化运营阶段,而且中国网络游戏的发展,也让游戏直播的发展空间变得更大。在这样的市场利好下,5月11日,虎牙直播美国纽交所上市成功。但不可否认,虎牙直播正面临着激烈的竞争。从定位、直播内容、融资等方面横向对比看,其想

要打造中国领先的弹幕式互动直播平台,但这一功能是各大直播平台均可实现的,优势并不明显,其融资金额也与其他平台基本持平。

政策利好龙头内容制作商

6月27日,据新华网消息,日前中宣部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等联合印发《通知》,对影视行业存在的诸多问题进行治理,促进影视业健康发展。本次整治延续了2016年以来的严监管态势。

《通知》强调,每部电影、电视剧、网络视听节目全部演员、嘉宾的总片酬不得超过制作总成本的40%,主要演员片酬不得超过总片酬的70%,延续了《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》中的相关规定。

演员限酬有利于内容制作方总成本的控制及成本结构的优化,制作、后期、宣发投入比例有望提高,有利于促进优质内容的生产,同时内容制作方毛利率有望提升。IP、明星依赖度相对较低、具有制作人体系和工业化体系的龙头内容制作商将持续受益。

《通知》还提出,电视台、影视制作机构、电影院线、互联网视听网站、民营影视发行放映公司不得恶性竞争,哄抬价格购买播出影视节目。这短期内可能导致剧集销售价格增速暂缓,但从长期看,本次改革有利于行业进一步回归理性,视频平台有望加速扩充自制内容,以独播模式发力内容制作。

本轮改革将使有更强政治敏锐性及内容制作能力的公司取得头部地位。同时对于片酬和剧集价格的要求可能使得优质内容向平台方进一步聚集。短期的政策导向将会加速行业整合与重塑,文化传媒产业前景光明。

看台

考拉阅读: 为孩子找到“适合”的文字

□□ 本报记者 唐弋

近日,中文少儿分级阅读平台“考拉阅读”宣布完成2000万美元的B轮融资。此次融资由GGV纪源资本和XVC共同领投,CMC华人文化产业基金跟投,原有投资人启明创投超额跟投。

考拉阅读创立于2016年9月,是北京享阅教育科技有限公司成立的中文少儿分级阅读平台,创立之初便提出了“中文少儿分级阅读”的概念,并依托自主研发创造了量化中文分级阅读系统(ER Framework),将中文文本按照难度进行量化分级,并匹配学生不同的阅读能力,进而提供个性化的阅读内容及语文学习解决方案。

目前,考拉阅读已完成种子轮、天使轮、A轮和B轮融资,共计两亿多元融资。投资机构包括真格基金、清科辰光教育专项基金、启明创投、GGV纪源资本等。考拉阅读创始人、CEO赵梓淳表示,给孩子“适合”的文字,是考拉阅读成立以来一直坚持的使命。

“GGV纪源资本十分看好考拉阅读团队,希望其和GGV投的流利说和作业帮一样,稳步成长,并坚信他们的产品可以通过改变庞大的用户学习习惯并获得相应数据。”GGV纪源资本管理合伙人李宏玮说。

分级阅读主要根据文本难度选择适合少儿阅读的材料。这与目前语文阅读教育由专家根据经验和基础的判断能力选出推荐书目有所不同。“中文的基础组成常用汉字比英文的字母更复杂,对中文的文本难度进行评定需要更丰富的语料库。此外,中文的句法结构和断字分词

定了宋城演艺布局桂林的信心。来自桂林市旅游部门的公开统计数据显示,2017年,桂林全年接待游客人数首次突破8000万人次大关,实现旅游总消费971.76亿元,同比增速超过50%。

《印象刘三姐》自2004年3月公演以来,每年演出500多场,已成为广西旅游的活名片。据《印象刘三姐》运营公司数据显示,2017年全年,该演出接待160余万人次,票房总收入2.1亿元,净利润近1亿元。截至2017年12月31日,该项目累计观看人数已达1611万人,累计上演5860场次。

对此,业内人士分析,所有到访桂林的游客中,仅有不到2%的人观看了《印象刘三姐》,而到桂林的游客在地观看演出的人数也十分有限。因此,从这一角度看,桂林旅游演出市场仍有巨大潜力,桂林旅游演出市场仍是蓝海。

黄巧灵也表示:“‘千古情’与‘印象’不是竞争关系,而是很好的互补。如果比喻《印象刘三姐》是中国画里的水墨画,那《桂林千古情》就像工笔画,希望两者未来能形成良性的互动。”

同时,主题公园也为《桂林千古情》赢得市场青睐增添了砝码。通过前两轮项目的运营,在第三轮扩张中,宋城演艺更加注重游客体验,“一切以游客为中心。”黄巧灵介绍,宋城演艺建立了“晴雨皆宜、老少同乐”的标准,所有景区都设有风雨廊,所有店铺都可以供游客休息,部分主题公园中还增加了室内综合体,并自主开发了丰富的室内体验、游乐项目,为游客避暑挡风、遮雨,也能增加游客停留时间,一举多得。