

2018年以来,在文旅融合的背景下,随着政府投入持续加大、消费群体趋于年轻化,国内演出市场呈现多元化发展态势,演出行业新格局、新业态不断涌现。近日,中国演出行业协会发布了《2018中国演出市场年度报告》,《报告》让业界从数据角度更加直观地了解到过去一年我国演出行业的发展变化。

市场多元发展,旅游演艺迎来新机遇

专家访谈

2018年中国演出市场整体规模相较于往年增幅明显,总票房收入、居民的人均文化教育娱乐消费支出也有明显增长。但与此同时,衍生品与版权收入较低、儿童剧上座率下滑等问题日渐凸显,亟待解决。就2018年中国演出市场呈现出的现象及问题,记者采访了中国演出行业协会秘书长潘燕。

市场规模增长平稳

记者:目前我国演出市场规模和国外相比,属于什么样的水平?未来发展空间如何?

潘燕:我国演出市场在经历了2013年、2014年重新洗牌之后,市场整体规模出现了短暂的下滑,紧接着又呈现出上升趋势。尽管近一两年,演出市场的增速保持在5%左右,但如果和国内其他行业相比,如网络直播、电影等行业,演出市场整体规模的提升速度还是较慢。与其他国家和地区相比,我国的演出票房收入占比也不高,且近年来偶有下滑趋势,不过这也说明我国的演出市场存在很大的增长空间。

记者:目前演出市场总收入中,衍生品、版权收入相对较低,今后应如何加强这部分收入?

潘燕:衍生品以及版权收入不高的原因,涉及行业版权维护管理问题。目前演出机构的相关版权维护还处于自主自发阶段,如舞蹈、戏剧等演出相关版权的管理还未建立起有效模式。今后还要不断提高大众的版权保护意识,更重要的是要不断完善版权保护机制,从而提高行业开发制作衍生品的积极性。

市场呼吁好作品

记者:从数据看,2018年演出市场整体收入增长幅度并不大,这说明什么问题?

潘燕:数据显示,2018年演出市场整体收入增幅低于国民人均文化消费的增幅,增速较为缓慢,可以说演出市场的发展还未跟上当下大众文化消费的需求。这其中很重要的原因在于,具有市场价值的演出项目数量太少了,能够吸引大众购票走进剧场的剧目太少了。市场需要更多为老百姓创作、真正与老百姓生活相关、反映老百姓生活的现实题材作品。

记者:从统计数据来看,2018年儿童剧的上座率出现下滑,这是是什么原因导致的?目前儿童剧市场存在什么样的问题?

潘燕:这其实是市场发展过程中一个很自然的规律。之前儿童剧市场增速过快,剧目制作水准参差不齐,同质化项目很多。随着家长观众逐渐成熟,对剧目的优劣就会有判断。当下儿童剧演出正呈持续增长趋势,无论是国有院团还是民营院团,要形成品牌效应,制作出优质原创剧目才是关键。

市场呈现多元化发展趋势

记者:目前在国内外,尤其是在三、四线城市,演出市场类型主要集中在演唱会、音乐节,是否演出市场类型存在不均衡的问题?

潘燕:实际上,演出市场类型并不存在不均衡问题,只不过演唱会、音乐节的关注度相对更高一些,由于其市场化程度相对较高,并且演出内容属于大众流行文化,因此,大众接受度也比较高。如果综合对比2018年演出市场上其他类别的演出可以发现,演唱会、音乐节在2018年的场次增长幅度并不算高。这也可以说明,当下大众的文化需求是多样化的,演出市场也呈现多元化发展趋势。

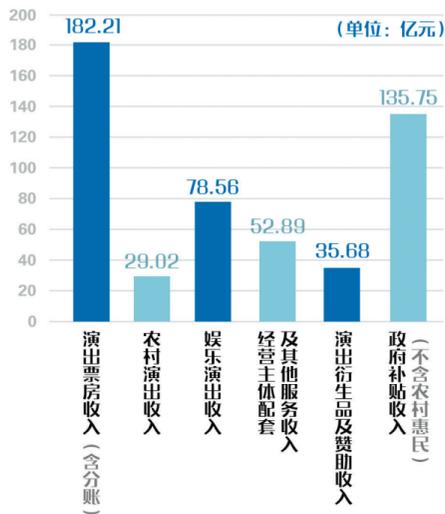
记者:目前的演出市场是否在向三、四线城市下沉?

潘燕:随着三、四线城市政策扶持力度的加大以及行业消费水平的降低,演唱会等演出项目以及演出资源正逐渐从北上广等一、二线城市向三、四线城市倾斜。这一方面离不开近年来这些城市中的文化设施建设的完善以及剧院运营团队的专业化管理,另一方面也体现出三、四线城市的大众文化消费诉求在不断提升。

记者:在内容及品牌打造上,备受关注的旅游演艺存在怎样的机会和挑战?

潘燕:旅游演艺的兴起与繁荣与我国旅游市场的发展壮大息息相关。这一市场发展经历了从起步到快速推进的阶段,形成了一批有实力的文旅演艺企业,推出了诸如“印象系列”“山水系列”“千古情系列”品牌。如果说之前旅游演艺行业呈现的明显趋势是追求大规模、大投资,那么在当下文旅融合的背景下,从业者应当深入思考如何将演出资源与旅游资源更好结合,在形式、内容打造上应提倡小而美,而不是重形式、轻内容。

2018年演出市场总体经济规模 514.11 亿元, 同比上升 5.03%



专业剧场

2018年演出 10.15 万场
同比上升 9.14%

2018年票房收入 79.61 亿元
同比上升 3.11%

大型演唱会、音乐节

2018年演出 0.26 万场
同比上升 8.33%

2018年票房收入 39.85 亿元
同比上升 5.87%

旅游演出

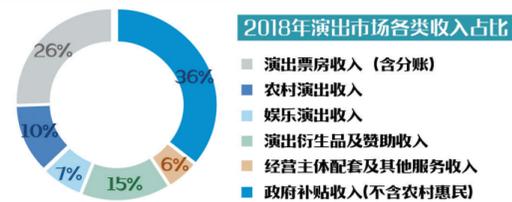
2018年演出 6.31 万场
同比上升 9.93%

2018年票房收入 37.47 亿元
同比上升 9.21%

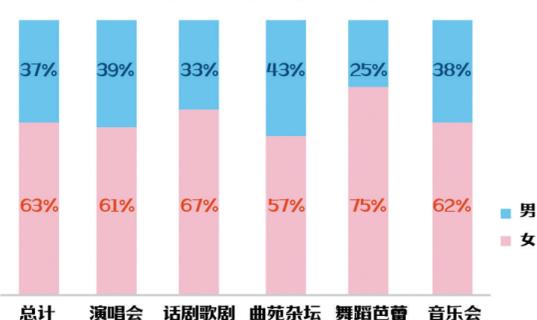
演艺场馆驻场演出

2018年演出 45.47 万场
同比下降 2.76%

2018年票房收入 25.28 亿元
同比下降 6.85%



2018年现场观演人群性别分布



市场现象

话剧市场发展呈现“点状激增”态势,观众消费倾向于“品牌优先”。如赖声川导演的《如梦之梦》每年定期上演,均一票难求。

音乐会不仅以电影音乐、动漫音乐、游戏音乐等多样化主题吸引观众,在观演形式上也有所创新。例如,西安交响乐团打造了国内首场沉浸式音乐会。

2018年,在“音乐节+旅游”模式的推动下,涌现出多个热门文旅项目,不仅直接丰富了文化产品供给,还间接带动了项目举办地的“吃住行游购娱”消费,极大促进了地方经济发展。如,海南三亚举办的 ISY 三亚国际音乐节在3天时间内拉动消费近5亿元,仅海棠湾主会场2天的演出就吸引超过6万名观众。

2018年,国外优秀儿童剧大量引进,其独特的表达、交流形式启发了不少原创团队。如,鲸鱼创艺在近年来制作了木偶剧《小兵张嘎》《大海》等作品,《小兵张嘎》还先后到俄罗斯、英国等国家巡演。

ISY 三亚国际音乐节



业界观点

李驰(秀秘文娱总裁):

随着文化消费水平的提升,观众对演出市场的需求越来越多样化。在政策的推动下,演出行业对内深耕细作,多元化发展,市场化、产业化、国际化水平进一步提升。尤其是“夜游模式”持续升温,优质、年轻化的演出内容将成为大众文化消费的新选择。在演出行业迎来良好的市场环境和发展机遇的同时,如何突破演出内容的同质化,打造具有创意和市场号召力的演出内容和品牌,为大众提供极具内涵的文化娱乐体验,是当下演出市场亟待解决的问题。

耿军(聚橙网董事长):

当下的演出项目从审美上看,正在经历升级换代的发展过程,传统演艺项目过去以大规模的场景区吸引人,而现在则侧重以审美的优势来吸引人。如乌镇戏剧节,就是凭借优秀剧目吸引核心观众,而不是依赖大规模的群众演出。未来会有更多演艺项目,在审美上更加贴近当下年轻群体。

王兴斌(北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员):

从当前的市场来看,旅游演艺迎来了良好的发展机遇,同时也面临着巨大的挑战。机遇在于当下社会进入大众文化消费和大众旅游消费时代,市场方兴未艾;挑战则在于快速催生的旅游演艺项目良莠不齐,面临创作高难度、运行高风险以及行业洗牌问题。对于更多的旅游演艺项目来说,需要考虑的是,究竟是秀文化,还是秀场面、秀技巧、秀灯光、秀音量?旅游演艺不是场面越大越好。要鼓励制作中小型结合的、地方特色鲜明的、贴近游客甚至可参与的演艺项目,让大中小型演出共生共荣。

政府补贴“带火”演出市场

2018年,中央财政向中央文化企业注资15亿元,同比增长25%。

此外,继北京、天津之后,江苏和广东相继出台了“政府给补贴,观众看好戏”的相关政策,江苏南京投入1500万元专项资金试点演出市场。据统计,2018年有93部剧目享受政府补贴,累计补贴796万元,观演人次近11万,拉动演出票房超过3400万元,演出市场消费同比增长近四成。

进一步治理文化市场乱象

为了维护文化市场健康、有序发展,2018年,文化和旅游部发布了多个关于治理市场乱象的文件,涉及的市场主体包括从事营业性演出、娱乐场所、艺术品、互联网上网服务、网络文化等经营活动的企业和个体工商户,以及上述市场主体的法定代表人或者主要负责人及演员、网络表演者等从业人员。其中,票务市场规范是演出市场管理的重中之重,在对营业性演出票务经营单位专项执法检查中,重点检查是否具有营业性演出票务经营资质、是否取得演出举办单位授权或委托、是否存在加价销售行为、是否为机构和个人倒卖门票提供服务。在对线上销售演出票的店铺进行专项治理中,对2600余家网店进行专项治理,查处了143家违规从事票务经营活动的网店,基本实现了票务网点持证售票,市场秩序明显改善。

此外,文化和旅游部还对模仿秀类型的营业性演出和农村营业性演出进行专项治理,对模仿秀演出中冒用他人名义、侵犯他人著作权和农村地区淫秽色情低俗演出等情况加强现场监管、督察督办,加强对演出人员的法规培训,并建立畅通的信息通报机制和名单机制,对被举报或进入名单的演出经营机构和演员进行重点监管。

政策环境

(本版文字由本报记者于帆采写、整理,图表由张海宁绘制,数据来源:《2018中国演出市场年度报告》)