

瞭望台

数说

## 2019中国文旅产品国际营销年会举办——

# 旅游演艺：营销+投资拉动的创新气象

11月8日,由中国演出行业协会主办的2019中国(北京)演艺博览会——2019中国文旅产品国际营销年会旅游演艺国际合作论坛和中国演出行业表演艺术发展高峰论坛在北京举行。

文旅融合是演出市场也是社会经济文化发展的大势,如何顺势而动、因势利导、借势而为,是本届营销年会的主课题。有关国际旅游演艺的市场趋势如何,如何通过营销和投资的力量拉动旅游发展、城市经济发展的讨论,成为本次论坛的突出亮点。

□□ 本报记者 郑洁

### 国内演艺的游客转化率尚不足

中国演出行业协会秘书长潘燕首先分享了“国内外旅游演艺热点趋势”,并发布了2017—2018年国内旅游演艺的市场数据。

潘燕说,国外没有“旅游演艺”的概念,但很多演艺项目吸引了游客观看。美国一家专做旅游内容策划的研究机构曾对1000名美国游客做了线上问卷调查。结果显示,演艺和体育等大型活动对于美国游客选择目的地有很大影响。每5名美国游客有2名在旅途中选择看演唱会、音乐会、音乐剧等,有1/4的美国游客在旅途中会参加艺术节、音乐节等大型公开活动,有1/3的美国游客认为演艺和体育项目是他们在计划旅游目的地时重要的参考因素。“目前旅游市场从1.0阶段发展到了3.0阶段,看重文化体验和获得的人群比重会越来越大。”潘燕说。

另外,国际一些地区的调研数据显示,演出项目的游客转化率非常高,证明了文旅融合的效力。以百老汇为例,百老汇一年观演人次1400多万,其中63%的观演者是游客,后者中15%是国际游客,45%是纽约以外的美国游客。美国拉斯维加斯本身就是一个典型的会展城市、旅游城市,游客转化率是目前世界城市中最高的,每年4000多万旅游人数中有58%的游客在当地看了演艺项目。英国艺术理事会发布报告显示,伦敦西区游客转化率没有百老汇高,但一年1500万观演人数中有43%是游客,后者的6%是国际游客。

潘燕同时分享,2018年中国旅游演艺票房已占到演出总票房的20%,规模还在递增;

观众全年达4000万人,同比增长20%,五年复合增长率超过整体旅游人群增长率。但值得注意的是,国内旅游演艺票房最高的如丽江、武夷山、珠海等地,其项目的游客转化率都在4%以下,远没有达到国际同等水平。

### 上海迪士尼的营销佳绩

中国文旅产品国际营销年会由文化和旅游部产业发展司委托相关文化行业协会、国家对外文化贸易基地(北京、上海、深圳)和相关企业机构举办。中国演出行业协会自2011年起承办营销年会演艺板块论坛及会议,每年会议主题切合时代特点,融合产业发展趋势,已成为演艺行业发展的风向标。

在本届论坛上,上海迪士尼度假区政府事务和社区关系副总裁王燕、英国利物浦Sound City创始人大卫·皮茨陵吉、韩国旅游演艺政策研究机构总监金容碧、柬埔寨暹粒演艺投资有限公司副总裁钱勇等国内外专家针对各国旅游演艺的特点,分享了旅游演艺市场的实践案例、营销手法和投资心得。

上海迪士尼度假区在开业1年后就荣升全球十大主题乐园第八位。王燕把成功因素归纳为几方面:一是优质的娱乐体验,迪士尼在每部作品、每件商品的打造上,都对细节精益求精雕琢,追求卓越;二是迪士尼的作品永远在传递积极乐观向上的精神;第三,迪士尼非常善于使用沉浸式的体验和技术创新。上海迪士尼度假区首席运营官罗伯特·文格提出:“我们不仅要在中国建造迪士尼乐园,我们更要建造中国的迪士尼乐园。”所以乐园的语言、景点、餐饮、季节性庆典等系列设计都巧妙融入中国本土文化元素。同时,上海迪士尼有7个



《吴哥的微笑》

上海迪士尼乐园

不同的主题园区,每个园区里所有游乐项目都紧扣主题,让游客沉浸在迪士尼的故事讲述之中。上海迪士尼度假区还建立了大剧院,中文版《狮子王》在迪士尼小镇驻场演出500场,成为在中国驻场演出时间最长的剧目。

### 如何吸引、做好旅游演艺投资

来自英国利物浦的大卫·皮茨陵吉以自主开创的Sound City品牌为例,介绍了音乐演出产业为利物浦这个城市的文旅产业带去的巨大推动,以及健康发展的产业生态对于音乐旅游产业的重要性。“音乐和足球是利物浦的心脏,是我们整个商业传统旅游的核心。”大卫·皮茨陵吉说,利物浦的音乐资产除了披头士乐队,还包括皇家利物浦爱乐乐团等众多文艺资源。围绕着披头士的产业,一些私营部门、公共部门都做了不少工作,比如国家基金中就有一个披头士项目,整个城市的定位都是“利用披头士吸引更多的人来到利物浦”。利物浦还有一个音乐董事会,使命是与当地音乐办公室合作来制定音乐产业战略重点。“在音乐生态上,我们还有Sound City和Modern SKY这样的公司可以帮助艺术家和企业进行全球化扩展,确保音乐产业和教育能相互结合,鼓励音乐家和投资家对这个产业的投入。”大卫·皮茨陵吉分析,欧洲和美国的金融正采取紧缩政策,有很多文艺项目都要争取投资,Sound City的组合拳“很好地融合音乐和相关产业,让音乐和城市联动,音乐不仅要让游客受益,还要让当地居

民受益、让城市本身受益”,他们正致力于在全球为文化城市做推广,让世界投资者相信它们是值得投资兴业的都市。

云南文化投资有限公司旗下的柬埔寨暹粒演艺投资有限公司,在柬埔寨实地运营《吴哥的微笑》、“中柬文化创意园”等文旅项目。该公司副总裁钱勇分享了“走出去”的投资经验。

“2010年开始首演,到现在演出9年已超3400场。”钱勇谈到《吴哥的微笑》时说,第一次“走出去”时公司为了降低风险,总投资仅为500万美元;经过8年,这部剧目收入已达1.45亿元、接待国际游客180多万人、游客转化率为11%。

2010年正值全国文化体制改革如火如荼,云南省歌舞剧院改制压力很大,在当年试水《梦幻腾冲》取得良好效果后,他们想再接再厉,但基于国内旅游演艺白热化的竞争,他们决定把眼光放广一些,于是瞄上了吴哥窟这个在欧美很有吸引力的异域市场。“除了对目标市场做深入调研和控制投资风险,我们也形成了堪称‘小联合国’的销售部,不同国家的创意人士聚集一起,针对不同市场做出不同的营销策略。明年,我们将把投资触角伸向巴厘岛和沙巴。”钱勇说,异国投资要考察目标旅游市场的距离、旅游费用、游客量等基础情况,还需与旅行社的需求相结合,游客需要什么就提供什么内容,演出内容也应与当地风情相结合。

“中国已经具备输出中国资金、中国智力、中国科技和中国管理的能力,但要尊重当地文化、用好本地素材、讲好文化故事。”钱勇表示。

## 专家观点

# 文化信贷如何反担保?

□□ 胡建东

在众多文创类小微企业的接触中,金融机构不难发现,其“融资难”既有共性原因,也有个性原因。若要有效解决这一难题,必须为中小微文化企业进行“量身定制”的融资担保。那么,对于担保机构来说,有哪些软性反担保产品或者创新思路可以探索呢,目前可供担保公司选择的大约有以下几类方式:

### 投贷联动

所谓“投贷联动”,是指担保公司的股东方或股东方投资的基金,在对文创类为主的企业进行投资后,担保公司也通过担保方式为其提供融资支持,形成直接融资和间接融资的联动,有利于双方的风险控制。如一

些文化企业获得银行信贷或其他投资的审批过程较长,担保公司便通过投贷联动模式、过桥贷款等方式解决该公司暂时的流动资金缺口,使企业顺利完成业务又为其获得投资机会。

### 供应链融资

所谓“供应链融资”,是把供应链上的核心企业及其上下游配套企业作为一个整体,根据供应链中企业的交易关系和行业特点,制定基于债权及现金流控制的整体金融解决方案的一种融资模式。供应链融资解决了上下游企业融资难、担保难的问题,而且通过打通上下游融资瓶颈,还可以降低融资成本,提高企业的竞争力。由于贷款用途清晰、还款来源明确、便于保前保后的调查跟踪,也利于降低担保公司的风险。

### 准应收账款质押

应收账款在中小企业的资产中占据较大比重,设立应收账款质押制度,有利于破解中小企业融资难的困境。目前文化企业中普遍面临应收账款账期较长的难题,担保公司可在应收账款质押的规则基础上,为符合条件的企业设计准应收账款质押反担保方案,体现创新性和灵活性。

### 实际控制人保证反担保

所谓“保证人反担保”,是指保证人与担保合同约定,当借款人违约导致担保公司代借款人归还贷款后,保证人按约定向担保公司履行清偿债务的行为。有些实际控制人在行业内具有一定的知名度和权威性,可将其作为连带责任保证人,可以帮助担保公司对企业运营情况有更深层次的把控和了解。

### 股权质押反担保

所谓“股权质押”又称股权质押,是指出质人以其所拥有的股权作为质押标的物而设立的质押。针对一些虽然无有效实物资产或者实物资产不够,但拥有业内知名度的知识产权或者拥有门槛较高资质的企业,经担保机构审核认可后,可为其设计股权质押并配合其他担保方式,为其解决融资难题。

### 过程控制

所谓“过程控制”,是指担保公司通过制

定严密的操作方案,严控风险,与银行方紧密合作,帮助特定的企业进行融资。一般而言,该类产品主要用于小微企业的过桥贷款。比如一些文化公司要进行内容、产品的大力研发或急需大量资金打开市场渠道的时候,容易面临资金链断裂和即将到期贷款的转贷等困局。担保机构可采用“过程控制”的方式介入,成功帮助其完成贷款的还贷借新。

### 有形资产的剩余价值抵押

所谓“有形资产的剩余价值抵押”,主要指房产等有形资产剩余价值抵押,即借款人已经办理了住房按揭贷款或其他形式的住房抵押贷款,在偿还一定贷款本息后,如一时需要资金,可用该房屋抵押价值减去原贷款余额后的差额作为抵押,再次追加贷款额的业务。

### 资产浮动抵押

所谓“资产浮动抵押”,是依据《物权法》而创新的一种特别的抵押形式,是指抵押人可以将现有的以及将有的生产设备、原材料、半成品、产品用作抵押,为借款人实现融资的一种反担保。如一些内容制作公司急需贷款,却因不符合金融机构的要求而受阻。这类公司有些资产是具有租赁等较稳定收入的,作为第一还款来源有一定保障,便可利用《物权法》在浮动资产抵押上的规定,通过资产的“浮动抵押”反担保方式为其提供贷款担保,保障公司的正常运营。

(本文作者为上海东方惠金融担保有限公司总经理)

## 不超400元

——未成年人游戏月充限额

近日,国家新闻出版署发出《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》,提出了六项举措以遏制未成年人沉迷网络游戏,包括强化实名注册、控制游戏时长、规范付费服务、加强行业监管、探索适龄提示制度以及引导履行监护人责任。其中包括,未成年人游戏月充不超过400元。

## 1.7万个

——天猫“双11”首日直播品牌

天猫“双11”预售第一天,1.7万品牌开启直播,美妆品牌“Whoo后”在预售前6分钟就突破1亿元,并刷新了直播单品10分钟1.43亿元销售额的新纪录。小米从10月21日开始推出连续22天直播,首日开播10小时就吸引了近20万人观看,预售订单总金额超过5000万元。

## 增28%

——瑞典流媒体Spotify三季度营收

瑞典流媒体音乐服务提供商Spotify近日发布了2019年第三季度财报,总营收为17.31亿欧元,同比增长28%。归属于Spotify母公司股东的净利润为2.41亿欧元,而上年同期为4300万欧元。Spotify预计,第四季度月活跃用户数量将达到2.55亿至2.7亿人,付费用户数量将达到1.2亿至1.25亿人,总营收将达到17.4亿欧元至19.4亿欧元,毛利率将达到23.7%至25.7%,运营亏损将达到3100万欧元至1.31亿欧元。

## 5亿

——阿里巴巴香港招股数量

11月13日,阿里巴巴集团在香港联合交易所网站提交初步招股文件,计划通过全球发售新发行5亿股普通股新股,并在香港联合交易所主板上市。据披露,阿里巴巴本次拟募资150亿美元,并于11月25日开始交易。

## 减0.9%

——2018年赴美亚太游客

美国咨询公司“旅游经济”最新研究显示2018年赴美旅游人数增长2%,但来自亚太地区的游客减少了0.9%。中东地区和北美地区游客增加,但中东和墨西哥的游客人数仍然没有恢复到2016年的水平。来自加拿大的游客人数与2013年的峰值相比减少了9%。上个月联合国世界旅游组织(UNWTO)也公布了世界旅游数据,更加明确地认为经济逆风导致全球旅游业衰退,而且,美国旅游业将持续下滑。

## 893.65万件

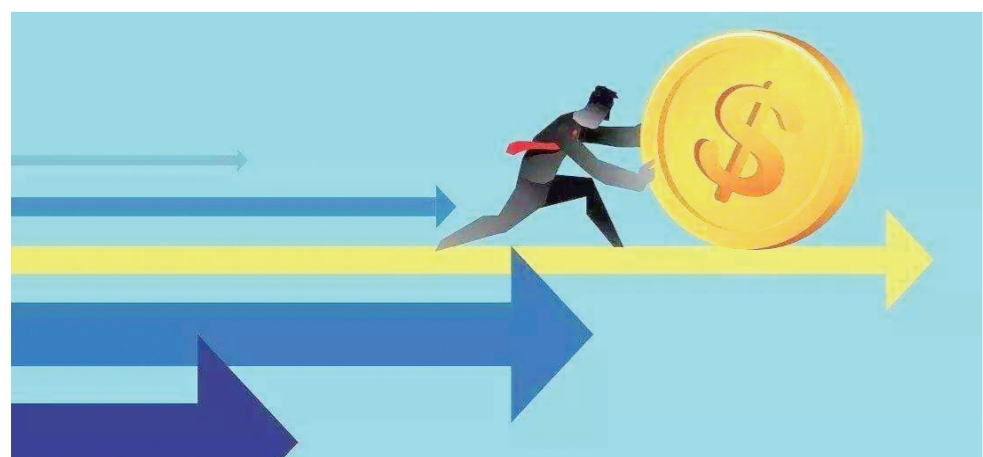
——上半年海南主要离岛免税品数量

据海南省海口海关初步统计,今年上半年,三亚、海口、琼海四家离岛免税店销售免税品893.65万件,销售金额65.82亿元,购买旅客169.79万人次,与去年同期相比分别增长27.54%、26.56%和15.98%。

## 百亿元

——史玉柱终止重大资产重组

巨人网络借壳世纪游轮上市后不久就卷土重来,拟出资百亿元以上现金收购以色列棋牌游戏公司Playtika42.3%的股权,从披露草案到交易所问询,补充材料、反馈、二次反馈、调整方案,临“上会”前因关联交易、同业竞争等问题再度被交易所问询。最终,公司于日前发布公告,主动终止重大资产重组筹划。游戏业务陷入增长瓶颈,互联网投资陷入僵局,史玉柱也在筹划重振业务的组合拳。(肖帝雷 整理)



多头并进,推动文化信贷、文化担保创新发展。

所谓“过程控制”,是指担保公司通过制