



文创产业:创意创新引行业升级

国家统计局10月份发布统计数据,2016年上半年,全国规模以上文化及相关产业4.8万家企业实现营业收入36168亿元,比上年同期增长7.9%,增速同比有所放缓。

2016年1月,北京市文资办新出台1+7文创产业政策支持体系,规定文创企业境内上市每家奖励100万元,新三板挂牌每家奖励60万元。在这个“标杆”城市的带动作用下,2016年,上海、浙江、深圳、广州等地也出台相关政策,对文化高新企业工商注册、文化创新发展专项资金项目申报等提供

“一站式”、“个性化”服务。

时光网专业版MtimePRO数据,2016年第三季度中国内地市场电影票房累积106.9亿元。当然,还有更令人欣慰的是:11月,《2016音乐产业发展报告》发布,2015年中国音乐产业总产值首次突破3000亿元大关。

在互联互通的背景下,文化创意产业并不局限于文化产业内部的跨界融合,而正在和工业、数字内容产业、城市建设业、现代农业等相关行业跨界融合。在“文化+科技”、“文化+旅游”、“文化+金融”模式下,

文化产业升级态势明显。总的来说,文化产业发展后劲足,有望维持快速增长势头,前景向好。

中国人民大学文化创意产业研究所所长金元浦也提到,从文化产业自身的发展阶段来看,第一阶段更侧重于当地特色资源开发;第二阶段是在文化体制改革的浪潮中,一大批转企改制的影视、出版行业翘楚脱颖而出;第三阶段就是以创意经济为主的时期,更注重文化与科技的融合、创意创新所发挥的作用,是文化产业升级换代的方向所在。

(江雪)

【龙头】

行业主力企业2016年布局

万达集团在全球进行文化影视并购势不可挡;优质IP和内容创业成为行业最热门词汇

本报记者 张艺娇

最近几年,全球“文创”产业风生水起。而我国正处于消费升级时代,面临着文化资源的现代化创新。消费升级必然带来文创产业的快速发展,同时,也使文创企业面临一场新的转型升级需求。2016年,国内的文创产业整体上保持着稳步增长,各大文创企业也根据自身特点,选取了不同的发展路径。

企业并购与业务整合

就如华丽集投资总监沈媛所说,“在文创企业发展过程中,资源整合很重要,怎样获得产业资源以及资本的支持是一个重要课题。”

作为上市文化企业的代表,深圳华侨城正处于第二轮战略布局的深化时期。今年9月份,深圳华侨城与国开行、国开金融、开源基金、中信国际等金融机构展开合作,以金融手段支持业务拓展。目前,深圳华侨城发布公告称,旗下控股子公司华侨城(亚洲)控股有限公司之下属子公司深圳市华友投资有限公司拟以有限合伙人身份投资深圳远致富海十号投资企业,借助其在投资领域的丰富经验,推进自身金融业务向前发展。

保利文化集团股份有限公司正加紧拓展文化金融、文化旅游和文化资产运

营管理等新业务。5月,旗下艺术品融资租赁公司注册成立,并已展开相关业务。目前,保利文化正在筹备设立文化产业基金,为自身业务发展和并购扩张提供有力的金融保障。“文化资产运营等创新业务目前已在沈阳落地,未来将在陕西、贵州、江西等地相继开展。”保利文化集团股份有限公司副总经理周游在接受《中国企业报》记者采访时提到,“接下来,保利文化要加快整合各项资源,加快新业务产业规模建设,促进演出与剧院管理、艺术品经营与拍卖两项业务确立并保持全球领先地位。”

加速海外布局 提升国际话语权

在中外产业结构互补性的驱动下,国内很多企业对海外并购十分青睐。在推进海外并购的步伐中,众多文创类企业也不遑多让。继收购全球第二大院线AMC和澳洲第二大院线Hoyts之后,今年万达集团在投资电影院线方面更为积极。年初,万达集团宣布以不超过35亿美元现金100%全资收购美国好莱坞知名影视制作公司传奇影业,这也是中国企业在海外最大的一笔文化并购案。接下来的3月和7月,万达集团旗下的AMC陆续并购美国一家电影院线卡麦克和欧洲第一大院线Odeon&UCI院

线。至此,万达形成了电影院线的全球化布局。但万达的野心并未就此止步,王健林在此前接受国外媒体采访时谈到,他对收购好莱坞六大影片公司很感兴趣。

作为国内网游市场中的“并购帝”,掌趣科技在海外并购的浪潮中同样没有缺席。今年3月,掌趣科技发布公告称,拟2038亿韩元(约为人民币11亿元)投资Webzen Inc.(韩国网禅)。根据公告中披露的网禅持股结构,如果此次投资通过,掌趣将一举成为韩国网禅第二大股东,有利于推动公司在全球顶级IP资源的战略部署。再加上今年在国内接连投资体育之窗、掌上纵横、掌阅科技等,掌趣科技已经基本实现了对游戏、影视、动漫、体育等“泛娱乐”产业的深度布局。

拥有“秒拍”、“小咖秀”“一直播”三款现象级产品的一下科技,早在2015年底,完成D轮融资时,就与韩国最大的娱乐公司YG达成战略合作,YG旗下艺人将参与到一下科技产品合作中来。今年11月,一下科技完成5亿美元E轮融资,同时宣布人气花旦赵丽颖担任公司副总裁,李云迪担任“荣誉艺术顾问”,并授予张馨予“荣誉公益大使”的称号。在“技术+社交+明星”独特基因的基础上,一下科技也在加强和广告主合作,加快构建相对成熟的盈利模式。

深掘IP富矿 加强产业联动

近几年,IP在文创行业似乎已经成为标配。放眼2016年,在影视、手游、旅游等领域,优质IP都在以其强大的粉丝效应,持续在为下游产业输血。在故宫深厚的文化底蕴和独特的造型风格基础上,北京故宫文化服务中心在制作、研发文化衍生品具有得天独厚的IP资源。2010年故宫淘宝“官方网站”上线后,与故宫形象挂钩的文创产品迅速蹿红,接连出现“爆款”。今年,故宫文化服务中心接连推出了“探花”主题布鞋、雍正御批·骨瓷杯、2017故宫福筒、奏折笔记本等产品。

坐拥起点中文网、创世中文网、潇湘书院、红袖添香、榕树下、QQ阅读等网文品牌,阅文集团在IP的泛娱乐开发中不遗余力。今年,阅文集团提出了IP共营合伙人制度,将处于产业链上下游的作家、粉丝、影视游戏动漫的开发方、资本方等串联起来,加强合作,互联互通,合作共赢,合力打造出更加优质的、可持续输出的IP文化精品。避免各自为政的孤立开发。同时,阅文集团在文学、出版、影视、动漫、游戏、周边等产业联动上下功夫,深度开发网络文学原创IP,相继推出《全职法师》、《择天记》等动画产品。

【记录】

2016大事记

2月2日,文化部发布了新修订的《艺术品经营管理办法》,并于2016年3月15日起施行。《办法》将“艺术品”改为“艺术品”,对艺术品市场实行全方位内容监管,将网络艺术品、投融资标的物艺术品、鉴定评估等纳入监管范围,取消对“装裱”、“比赛”、“咨询”等这些与艺术品内容关系不大的活动的管理。

2月3日,《文化市场黑名单管理办法(试行)》等文件,在全国试行文化产品黑名单制度,在河北、天津、上海、浙江、湖南、广东、广西、重庆、云南等省区(直辖市)试点文化市场经营主体黑名单管理,试点期限为一年。

3月,国务院印发《关于进一步加强文物工作的指导意见》。主要目标是“到2020年,文物事业在传承中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观、推动中华文化走出去、提高国民素质和社会文明程度中进一步发挥重要作用”。

6月16日,华特迪士尼公司和上海申迪集团宣布,上海迪士尼度假区正式开门迎客。

11月7日,《中华人民共和国电影产业促进法》已由中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过,并公布,自2017年3月1日起施行。

11月22日,《北京文化创意产业发展白皮书(2016)》(以下简称“白皮书”)由北京市国有资产监督管理办公室正式发布。白皮书客观反映2015年度北京文化创意产业发展的总体情况。

12月6日,国家文物局官方网站发布了由国家文物局、国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部、财政部共同编制的“互联网+中华文明”三年行动计划》。《计划》提出“互联网+中华文明”三年发展目标和推进文物信息资源开放共享、调动文物博物馆单位用活文物资源的积极性、激发企业创新主体活力、完善业态发展支撑体系四大主要任务。

12月22日,由北京工美集团创建的北京工艺美术博物馆经过半年多修缮后重新开张。北京工艺美术是北京城里的艺术瑰宝和文化精髓。最具特色的主要有两类,一类是精美绝伦、鬼斧神工的皇家工艺,

另一类则是京味十足、俏皮生动的民间工艺。

(江雪根据公开资料整理)

【先锋】

光线传媒:实现内容产业价值最大化

2016年,因张嘉佳的小说和王菲演唱的主题曲,《从你的全世界路过》而让北京光线传媒有限公司一炮走红,截至10月16日,该影片荣获7.62亿票房,排名第二。因该片在宣发期间便自带票房,国庆期间更是连续4天票房领跑。这也使得该作品的出品兼发行方北京光线传媒在国庆档秒杀乐视荣登宝座。

2016年,以电影制作发行起家的北京光线传媒,凭借亿元的高票房,实现了营收及净利润的高增长。2016年上半年光线传媒实现营业收入7.22亿元,同比增长74.27%;实现净利润3.05亿元,同比增长398.44%。其中电影项目实现收入6.09亿元,较上年同期增长102.60%,占上半年总营收的84%。这在影视娱乐业来说,不能不说是一个奇迹。

注重发行网络的扩容

据记者了解,五年前,北京光线传媒开始进军电影行业,作为全国少有的依托传媒集团的影业公司,北京光线影业与光线电视业务紧密互动、资源共享,目标是成为国内第一电影发行公司。光线

影业建立了全国最大的地面电影发行网,发行人员每日驻守全国票房最高的城市,进行贴近式网络化营销。

近几年的发展,光线的娱乐内容已经实现了工业化流水线生产和经营,内容的策划、制作、包装、发行、广告和增值业务等各个环节,专业分工,环环相扣,加上强势的品牌影响力和资源共享的内容协同效应,使光线可以在控制成本的同时,不断扩大生产规模并保持稳定的质量。而发行网络的不断扩大和整合营销手段的不断丰富,使节目内容价值实现最大化。

据银河证券分析师胡皓在研报中指出,光线凭借猫眼的用户数据平台,在内容制作、营销模式和档期安排上作出了较好的决策,并在线上发行渠道上拥有更强的竞争优势。

“光线传媒投资的公司大多围绕产业链来布局,且股权占比多在30%左右,应该是为了稳定收入来源,此前减持天神娱乐股票业绩大涨便是案例。受到阿里影业等新晋影视公司的影响,北京光线等老牌内容制作公司受到冲击,因此需要寻找合适的时机去弥补互联网短

板,同时,未来不排除将投资的公司培育成熟。”对于北京光线的综合性娱乐战略,胡皓在研报中称。

布局VR生态领域

为了补短板,北京光线传媒有限公司总裁王长田曾在公开场合表示,光线从来不仅仅是一家发行公司,但光线也永远不会是一家投资公司:“我们是综合电影公司,主营业务还是影视、网剧、动画,其余的投资项目全是业务上的合作。”

3月份,北京光线传媒已经投资了50家公司,除了邓超的橙子映像、锋芒文化、新丽传媒之外,还包括15家动画公司、5家游戏公司和10家新媒体及互联网公司。在10家互联网公司之中,包括VR公司七维,被认为是“下一代哔哩哔哩”的echo回声,以及秀场社区呱呱。

王长田预计,2016年北京光线传媒投资公司的数量将扩充到80家。如今影业涉及VR产业几乎是大势所趋,光线传媒也很早就已经开展了VR生态布局。光线已经投资了几家和VR有关的公司,

最早的一家,早在3年前就开始投资。

虽然这些投资以少数股权投资为主,但不可否认的是,北京光线传媒正在以飞快的速度和广度,在内容领域抢占先机。目前国内尚没有任何一家公司或文化投资基金,可以与之并论。

在王长田看来,这些并不占据光线盈利投资核心部分的投资行为,其实是出于内容布局的考量:“我们投资的目的是建立内容产业链,彼此资源共享,相互帮助、合作,打造这样一个生态系

统。”“在VR生态里包括VR的播出平台,VR的拍摄设备、VR的终端、VR云以及相关的一整套VR的技术解决方案。在每一个我提到过的领域中,我们都有成熟的想法,或者说有非常充分的技术准备。”王长田在接受媒体记者采访时指出。

王长田说,“我们的目标是成为中国内容产业中无法轻易逾越的高峰,或是无法绕过的河流,大概是这样一个概念。也就是重要的娱乐产品、娱乐事件,我都希望能在很大程度上与光线相关。”

(本报记者洪鸿综合整理)