

## 演出公司倒闭潮

今年下半年，中宣部、财政部、文化部、审计署、国家新闻出版广电总局联合发出通知，要求制止豪华铺张、提倡节俭办晚会，这一被坊间称为“限奢令”的高压政策正在持续发酵。今年，已有包括江苏、山东、深圳等多家卫视表示，不再举办跨年晚会，跨年晚会一夜烧掉5亿元的恶战将不复出现。除了电视晚会，“限奢令”对演出市场的影响正在进一步蔓延。数月来，演出行业（不包括明星演唱会）内很多公司直接倒闭关门，不少大型演出要么被叫停，要么缩减费用，演出行业陷入“寒冬”。

## 演出行业形势严峻

近日，一台斥资上千万，邀请了国内某知名电视台组织，互动队伍高达4000人，表演方阵800人的晚会，在演出前一天被紧急叫停。知情人士透露，这样的演出晚会，耗资巨大，光盘版一天就吃掉数十万元，筹备晚会的资金基本上都已经投入，紧急叫停后，主办方包括承办方的演出公司损失惨重，本来敲定2000万元的费用，最终仅拿到1000万元。

在广东，一名行业人士透露，受限制“三公消费”影响，从下半年开始，陆续有不少演出公司停止运作。“具体数据肯定没有，但是有一个很直观的现象，我记得去年申报成立演出公司的人还很多，最繁忙时段每天都有，而现在，已经很久没有人来申报了。”该人士表示。

在湖南梅溪湖，当地一个国际文化艺术周的演出活动规模也大大缩减，活动主办方介绍，艺术周整体活动的规模在原定基础上进行了压缩，取消了花车巡游、焰火表演、开幕式等多项内容，同时，缩减了演出阵容，取消了部分外请演员，尽量安排长沙本地演员和艺术院校学生参与演出。

回顾这几年，全国各地，无论是西瓜节、草莓节等旅游节，还是经洽会、秋交会等交易会，总要举办一台晚会才算圆满。所谓“文化搭台，经贸唱戏”，好像办了晚会，就能多招几个商，多引几笔钱！但如今，在制止豪华办晚会的政令之下，这股“歪风”总算是煞住了。

## 不背靠政府面临转型

地方政府为什么钟情于各类演出活动？湖南视界金鹰传媒有限公司总经理王平波直言，大型

演艺活动带来了丰厚的利益。一些地方政府出手大方，完全不按照市场规律出价，打个比方，某领导要求某个自己喜爱的明星来参加，下面的人就会不惜代价将该明星请来。此外，还有很多演出公司凭借政府关系独揽当地每年的所有晚会、文艺演出活动，获利颇丰，一些正规的演出公司开出再好的条件也很难获得承办权。此外，政府不计成本办晚会造成了明星出场费等演出行业成本居高不下。

据了解，目前我国演出市场已经达到了上千亿元的规模，业内人士估算，这其中70%都以各地政府活动为主。北大文化产业研究院副院长陈少峰表示，晚会等演出行业极为分散，大到一些城市举办的大型晚会，小到一些乡镇举办的微型演出，都会有不同的公司承办，此前该行业起码有一半以上的市场是由政府包括国有企业埋单。不完全统计，这一市场预计有数十万家演出公司。在中央限制“三公消费”等政策影响下，该行业受冲击非常大，虽然很难统计倒闭企业的数量，但起码已有上万家企业倒闭或者停业。

不过，也有演出公司称未受到影响。“我真没觉得有什么影响，市场形势倒是越来越好”，广州一家文化有限公司的负责人说，因为该公司长久以来以承接商业演出为主，并未对“政府饭”形成依赖，反而觉得公司如今效益越来越好。

对此，中国传媒大学文化产业研究院研究员齐勇峰就表示，演出公司下一步面临如何转型的问题。他建议可以向文化创意产业领域靠拢。首先要创新，但是不要离开行业根本。其次，可以和文化产业各个行业融合发展。比如跟电影、电视剧结合。



## 娱乐产业

几乎没有人会否认，文化娱乐产业是近年来最热的产业之一。2012年，国产电视剧交易额突破100亿元，电影票房超过170亿元，游戏市场实际销售收入达602.8亿元，动漫业总产值759.94亿……文化娱乐产业正全面进入掘金时代。然而，几家欢喜几家愁，在一些行业迎来春天的时候，有些行业却陷入“寒冬”——

## 两重天



一家制片公司发展为横跨制作、发行、院线和文化旅游乃至游戏等综合业务的影视王国并不是偶然，那么最近凭借《泰囧》、《致青春》、《中国合伙人》等大片接连获得高额票房收入的光线传媒也算上一夜暴富，常年深耕于栏目制作与广告、演艺活动、影视剧的投资制作及发行业务，实际上让其很早就成为业内明星。

光线传媒能凭借电影一举超越华谊兄弟，也得益于当下的大环境。在美国经济界都有一个公认的规律，当社会经济发展放缓时，电影业必会迎来大发展。而近年来，我国经济结构转型，电影业开始了飞速发展。早前王长田在接受采访时也谈到了这方面的因素，“我们每一年的票房的增长速度是35%，这个大的市场增长，带动



## 电视纪录片《墨脱公路》开机

大型电视纪录片《墨脱公路》开机仪式暨“2013走进墨脱——爱心公益行”启动仪式日前在北京举行。《墨脱公路》是一部全景式反映墨脱公路建设的大型电视纪录片，它将展现西藏地区和平解放60多年来公路交通运输建设取得的辉煌成就，记录墨脱公路建设中几代交通公路人艰苦卓绝的奋斗历程。与该片一同启动的还有“2013走进墨脱——爱心公益行”活动。

由主流媒体记者组成的方帆公益车队将跟着摄制组一起赴西藏拉萨，途经林芝、波密县，最终到达墨脱县，穿越1200公里，揭开墨脱天然美景与人文风情的神秘面纱，并且将参加“大型爱心慈善捐赠”，所获捐赠将用于改善墨脱公路养护道班工人、武警交通部官兵和墨脱县贫困学生生活状况。

《墨脱公路》计划于年底完成拍摄，于2014年新中国成立65周年、西藏地区和平解放63周年之际，在中央电视台、中国教育电视台以及部分地方电视台陆续播出。

## 银河联手爱奇艺发布超清盒子

随着视频与电视融合步伐的加快，传统的电视观众正在成为视频行业的争夺热点。银河互联网电视有限公司日前与爱奇艺、创维、京东等以跨界合作的方式，联合发布了具有七种配色的“超清盒子”，正成为炙手可热的电视盒子领域的又一入局者。

据介绍，超清盒子由创维制造，集成中央人民广播电台、江苏广播电视总台、爱奇艺、PPS的音视频内容，与中央银河互联网电视集成运营平台唯一绑定，内容运营与集成服务由银河互联网电视公司负责。业内人士分析表示，随着互联网的不断扩张，在传统电视网络化转型的大背景下，未来电视盒子和互联网电视还将进一步升温，而内容和用户体验将成为这场竞争的关键因素。

（肖 阳）

## 神创

## 『大黄鸭』吸金

## 两亿元引思考

任甜甜



而在这些巨大的经济效益背后，除了支付一笔版权费用，请进“大黄鸭”的两处园方也为此进行过不小的投入。不同于香港维港展出需要向海事处申请一份“浮动构筑物许可证”，在北京，由政府主导的大型活动虽省去了申请许可的步骤，却更多地增加了对人流疏导、交通、安全等多个方面的顾虑，造成了园方在这些方面不少的成本支出。

“大黄鸭”已告别北京，“全民合影狂欢”的追捧也已经结束。一只以经典浴盆黄鸭仔为造型创作的巨型橡皮鸭，在北京展出期间，带来2亿元的经济效益。也难怪有媒体报道这只“大黄鸭”“很黄很暴利”，还有报道称其为“吸金利器”、“摇钱树”和“黄金鸭”等。

网友“娃娃皮皮”发微博说，“大黄鸭带着钱走了，留下多少澡盆。”告别了“大黄鸭”，我们确实该思考我们该在“澡盆”里装点什么。“设计周公益大使”成龙说，“我在想，中国设计师是否能够将我们中国有名的东西，类似熊猫、金丝猴搞成很好玩的东西。”

霍夫曼的“大黄鸭”在中国是真的火了，其众多山寨版本在中国各地已经出现。中国旅游研究院院长戴斌认

为，“我们不能总照猫画虎，而要看看国外的文化创意是怎么做的。”他认为，中国需要的是为老百姓提供可触摸、可感知的本土创意产品，让这些产品成为核心价值观念的载体。另外，我国应提高对设计的版权保护意识。

文化消费如何借力城市景观，也是一个值得思考的问题。中央财经大学经济研究所所长魏鹏举指出，好的创意景观首先要和城市的发展形成深刻的互动，与经济发展水平和周边环境相和谐统一，与当地文化特色相适应，才能够引起人们的共鸣。此外，要具有较强的趣味性和娱乐性，能唤起游客的好奇心，激发人们的消费意愿和消费潜力。

财经评论员刘晓午则表示，“大黄鸭”的商业营销模式值得借鉴。中国现在大部分的产业，特别是制造业，基本都在做产品的品牌化。“大黄鸭”的模式是品牌的产业化，先有品牌，先有创意，先有理念，然后再有粉丝，有需求，然后再进行产业化。这只能象征友好和平的“大黄鸭”的中国之旅从香港开始，在北京停留，然后又“游”到台湾。不知道，“大黄鸭”之父霍夫曼为“大黄鸭”选好的下一站是哪里。

## 新掘金者谁为雄

娱乐，能做多？过去不好说，如今在文化产业蓬勃发展的浪潮下，包括影视、游戏、动漫、娱乐营销在内的娱乐业正在成为当仁不让的财富缔造者。在近日出炉的一份文娱企业50强的榜单中，华谊兄弟、优酷土豆、万达文化、光线传媒、华策影视、奥飞动漫等知名企业赫然在目。据了解，50强企业主营业务涵盖影视娱乐、出版传媒、视频新媒体、娱乐营销、动漫游戏和文化演艺6大类，其中影视娱乐公司数量最多。

## 谁在缔造新的财富神话

据近期发布的2013福布斯中国富豪榜，光线传媒总裁王长田夫妇以152.5亿元人民币的身家排在中国富豪榜的第45位，成功荣登文坛娱乐首富，并将同行远远抛在身后。与此同时，乐视影业CEO贾跃亭、华谊兄弟董事长王忠军等娱乐大佬纷纷出现在榜单之上。

如果说华谊兄弟从一家制片公司发展为横跨制作、发行、院线和文化旅游乃至游戏等综合业务的影视王国并不是偶然，那么最近凭借《泰囧》、《致青春》、《中国合伙人》等大片接连获得高额票房收入的光线传媒也算上一夜暴富，常年深耕于栏目制作与广告、演艺活动、影视剧的投资制作及发行业务，实际上让其很早就成为业内明星。

光线传媒能凭借电影一举超越华谊兄弟，也得益于当下的大环境。在美国经济界都有一个公认的规律，当社会经济发展放缓时，电影业必会迎来大发展。而近年来，我国经济结构转型，电影业开始了飞速发展。早前王长田在接受采访时也谈到了这方面的因素，“我们每一年的票房的增长速度是35%，这个大的市场增长，带动

了市场的高票房”。

文娱业不仅造就了财富明星，也成为资本市场一道闪亮的风景线。4年前，在创业板上市之初，医药股以及科技股曾经是富豪产生最多的热门行业。而4年后，创业板的富豪已高度集中在文化娱乐或者涉及手游的公司。在新一轮的财富神话中，光线传媒的王长田、乐视的贾跃亭、华谊的王忠军和王忠磊兄弟、华策的傅梅城等一批娱乐新贵，成为创业板中新一代的“掘金者”。

## 大手笔并购整合 做大做强

“文化产业是没有天花板的行业。”万达集团董事长王健林近日抛出了自己的观点。已登上多个财富榜首的他，近年来致力于将万达变为全球最大的文化企业之一。

去年5月，万达以26亿美元的价格收购美国AMC院线，当时很多人说，那是一笔“赔钱赚吆喝的买卖”。不过，事实相反，AMC在2012年并购当年就实现净利5000多万美元，2013年上半年，更是超额完成目标，实现13.43亿美元的收入。

不仅是万达。2013年，并购，成为文化产业做大做强关键词。

5月，华策影视16.5亿元收购上海克顿，目前已达到年产电视剧600多集，累计拥有5000多集的自制剧版权片库；9月，奥飞动漫耗资近6.34亿港元收购“喜羊羊”品牌及制作团队；10月，光线传媒以8.3亿元收购新丽传媒；除此以外，百度收购PPS，乐视网收购花儿影视，都成为今年行业内大手笔的并购案例。

据投中集团统计，在影视和手游两个产业，今年公开已知的并购超过20单。“中国文化传媒产业的并购浪潮在未来3-5年内会进一步发展。”日前，中国文化产业基金董事总经理陈航在第四届中国文化产业年会年会上表示。

陈航认为，文化产业并购热的原因之一是当前IPO（首次公开募股）受阻；另一方面则是，跨行业并购是国际文化产业发展的必由之路。

这一观点得到了艺恩咨询总裁部寿智的赞同，部寿智大胆预测，文化并购浪潮到来，未来10年内国内票房市场将达到200亿美元规模。未来10年内，行业会出现单年营收100亿美元的企业。

（本报记者 郑娜综合报道）



真人秀中扮演别人，他们能做的只能是自己。选中赵薇和刘烨，是因为他们性格和经历适合这个节目，刘烨带点多动症的冷幽默，赵薇从草根偶像到国民女神的经历，都很符合《中国达人秀》。本届《中国达人秀》的观察员定为4人，导演组力争请到综艺节目中的新面孔，另外两名也将在不久之后择日公布。

第五季《中国达人秀》将于12月8日开播，并于明年2月23日进行总决赛直播，赛程将跨越元旦、春节、元宵等多个节日。

总导演严敏透露，本季节目在全球开设了50个招募站，经过首轮筛选和整理，已经招募到2000名达到报名要

求的达人选手，预计到报名截止，将会有超过5万人报名，达到报名要求的在4000人左右，但真正能获得播出机会的将只有一两百人。而在选择标准上，今年着力突出欢乐元素，“过去我们可能更关注每一个达人背后的故事，讲述他们所经历的奇迹。但今年我们更强调‘才艺为本，欢乐至上’，我们希望注重个体个性，让整个节目都洋溢着欢快的情绪。”

谈及前几季标志性的煽情元素，严敏直言，从最新一季的《英国达人秀》和《美国达人秀》的成功经验来看，“才艺为首”是不二法则，“英美两国最新的‘达人秀’不约而同地把才艺放到了首要位置，这是我们应吸取的好经验。对国内荧屏上铺天盖地的以讲故事、诉真情为主题的真人秀节目和综艺节目，观众可能

（朱美虹）