

北京在全国率先出台“文旅融合26条”

恰逢机构改革后文化和旅游融合发展的开局之年,北京率先在全国推出统揽性新政,针对文化旅游“融什么”“为谁融”“怎么融”等问题给出答案。12月11日《关于推进北京市文化和旅游融合发展的意见》(以下简称《意见》)正式出台。《意见》提出了七大方面共26条工作举措,即“北京文旅融合26条”。这一新政的落地将进一步推动北京文化和旅游的资源优势转化为发展优势,开发促进首都高质量发展的新动能,助力全国文化中心与国际一流旅游城市建设。

据了解,《意见》紧扣全国文化中心建设总体框架和首都“四个文化”内涵特征,着力打造文化和旅游融合的“北京样本”。对于新政,北京市文化和旅游局副巡视员马文介绍称,《意见》总体架构上,突出七大体系,包括在资源支撑体系上,重点完善历史文化名城资源保护利用体系、建设文化旅游智慧城市、打造高端智库和资源交易平台;在空间布局上,提出打造“一城三带一区一圈”发展格局,以促进民宿发展意见为抓手,推动乡村旅游提质升级。在公共服务上,提出公共服务设施共建、公共活动共享和公益服务共促三大工程;在产品业态上,提出紧扣古都文化、红色文化、京味文化、创新文化四大主题打造文旅融合新产品新业态;在市场治理上,则聚焦百姓关注的非法一日游、核心区旅游降密、行业秩序监管等问题出台具体举措;在提升国际影响力方面,将采取拓展对外交流综合平台、推广对外交流国际品牌、拓宽对外交流层次渠道3项措施,扩大北京文化旅游朋友圈。

从《意见》内容来看,主管部门显现出为文旅融合提供政策配套、资金支持、规划引导的决心,更为市场圈定了发展的“关键词”和大方向。“北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云在接受北京商报记者采访时分析:“整体来看,文旅融合发展到现在,市场层面其实早已行动起来,而从管理体制上也需要加大融合步伐,由此可见,北京文旅融合26条”内容涉及广泛,该政策的出台极具参考价值和市场指导意义。”

关键词1 夜游 “夜经济”成为文旅供给新动能

马文介绍,《意见》在文旅融合的发展路径上突出几大新亮点,其中“夜游”成为重头戏,接下来,北京将推动公益性文化单位和4A级重点景区延长开放时间,以“夜游北京、夜品京味、夜赏京戏”为主线,打造夜间文化消费圈,点亮文化“夜北京”。

“《意见》中很多内容都涉及到‘夜经济’,可见这是文旅融合发展的一个新领域,具有很大市场需求潜力,也将成为文旅供给的新动能。同样值得关注的是,从整体消费趋势来看,不同年龄、不同文化背景 and 不同消费层次的客群,对夜游的需求并不相同,所以企业不能期望用一

种夜游产品吸引所有消费者,而是应该多元化供给。”中国传媒大学文化产业管理学院院长范周分析。北京商报记者梳理发现,包括讲述北京故事的夜晚灯光秀、夜场电影、沉浸式晚间剧场演出以及天坛和长城夜宴项目等,都受到游客的欢迎。

不过,范周也称,在拓展夜游方面,需要有交通、安全、光影照明等方面的保障,还要让周边的居民生活不受到干扰,所以这是个系统工程,下一步,相关主管部门还会进一步研究相关配套政策,加快形成文旅夜间消费集聚地和产业链。

关键词3 入境游 北京文旅朋友圈将扩围

《意见》还明确,要加强规划政策集成创新,推动文化旅游供给侧结构性改革,其中就包括以提振入境游为重点,出台相应工作方案,从建立机制、搭建平台、出台政策等方面入手,推动北京入境游止跌企稳。同时,在提升文化旅游国际影响力方面,通过拓展对外交流综合平台、推广对外交流国际品牌、拓宽对外交流层次渠道3项措施,扩大北京文化旅游朋友圈。

此前,中国旅游研究院发布的《2019中国入境旅游发展报告》预测,今年我国入境游市场将保持增长态势,收入有望突破1300亿美元。而公开统计数据显

示,北京的人境游市场已在逐渐回暖。马文强调,接下来北京将继续打造国际文化旅游品牌活动,服务北京国际交往中心功能定位;发挥国际交往中心国际文化节庆活动专项工作组的牵头作用,提升文化旅游品牌活动站位,构建文化旅游走出去的“大外宣”格局,做精内容,丰富“欢乐春节”等已有文化品牌活动内容,让文化旅游走进当地主流阶层、主流文化。另外,研究举办中国北京国际管乐节、中国北京国际合唱节,形成北京在文化旅游专业领域的国际话语权,以文旅融合为动力,以文化交流为先导,开展对入境游目的国的精准营销,塑造开放创新、友好包容的城市形象”。

关键词2 乡村游 文旅新格局的重要抓手

《意见》在文化旅游空间布局方面,提出打造“一城三带一区一圈”的融合发展格局,聚焦老城,打造世界级文化旅游典范区,依托“三带”,打造具有全球影响力的文化旅游带,辐射京津冀,打造世界级的文化旅游圈。而在这一布局中,将以促进民宿发展意见为抓手,推动乡村旅游提质升级。

事实上,近年来,发展火爆的京郊乡村游愈发受到各方瞩目。本月初,北京就集中推介了京郊10区的35个重点旅游项目,涵盖京郊精品酒店、高端民宿、文旅融合、古旧村落旅游开发、旅游休闲度假、康养旅游及旅游驻场演出等7种业态,项目投资总额预计为120亿元。公开数据显示,目前全市共有乡村

旅游特色业态710家,乡村精品民宿500余家,星级民俗旅游户5595户,星级民俗旅游村263个,特色旅游村镇100个,并涌现出古北水镇、乐多港、世园人家、山楂小院、长城公社等一批新兴旅游品牌。业内普遍认为,随着文旅融合的深入推进,京郊旅游的发展空间不断拓展,旅游产业融合新业态、新产品迅速兴起,旅游项目和旅游企业招商融资需求增长强劲,京郊旅游正在成为北京旅游发展的新蓝海。

另据了解,《关于促进乡村民宿发展的指导意见》和《京郊精品酒店建设试点工作推进方案》两项配套新政也即将推出,届时将为京郊旅游提供强劲支撑。

关键词4 “文旅+” 跨界融合为文旅注入活力

随着文旅融合的不断深入,“文旅+”的关注点也在不断上升。《意见》强调,要创新文化聚焦业态跨界融合,进一步挖掘北京时尚文化资源,打造体现现代文化生活的旅游空间,以“双奥之城”奥运文化遗产开发为主的文体旅融合;以核心商圈地标文化内涵挖掘与文化服务消费引入为主的文商旅融合;以研学教育旅游为重点的文教旅融合将激发北京文化旅游发展新活力。

业内分析人士指出,北京一直以冬奥会筹办为契机,开发冰雪文化、冬奥文化、健身文化为主题的精品旅游线

路,期望以此构建以世界时尚运动精品体验、高端体育文化服务、顶级智能体育文化旅游设备生产为重点的高标准文化体育融合产业体系。而文商旅、文教旅、文科旅等组合项目,也颇受市场青睐。

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长、文化和旅游部“十三五”规划专家委员会委员厉新建曾表示,文旅企业在前期布局后,接下来应该抓住新消费群体带来的新机遇,不断创新产品、开拓营销路径。

北京商报记者 肖玮

游戏业年终报道上篇

版号急剧缩水八成 游戏产业变形记

版号发放量的急剧变化令2019年成为游戏产业不同寻常的一年。12月10日,第二十六批游戏版号消息发布,获批游戏数量仅为42个。北京商报记者统计发现,截至12月11日,今年发放网络游戏版号仅为1631个,不仅远低于2017年9368个版号的发放总量,甚至还不如停发版号的2018年前3个月的总量。余额不足1个月的2019年,对于游戏企业们来说,是蜕变前的阵痛,也是市场去芜存菁的必经一步。

版号发放量大跳水

2018年3月,游戏版号停止审核,人声鼎沸的游戏市场突然静了下来。游戏版号是国家新闻出版广电部电影电视总局批准相关游戏出版运营的批文号,一款游戏没有版号,商业变现之路就会受阻。那一年,游戏版号审批经历了长达9个月的“冬眠期”,在2018年12月才公布了新一轮审批消息。

据北京商报记者统计,自2018年12月开启审批至今,游戏版号审批发放共计26批次,共有1446款游戏获得国产网络游戏版号,185款游戏获得进口网络游戏版号,平均每月发放游戏版号120.5个。

以2017年为例,有9368款游戏获得了版号;即便是2018年游戏版号停止发放前的短短3个月时间内,获得版号的游戏数量也有1976款。这意味着,去年3个月的总量超过了2019年至今的版号总量。

知名游戏人士老刀99表示,由于过去几年间,国内游戏市场整体发展过于迅猛,市场上存在着部分良莠不齐的游戏产品,甚至有些游戏以擦边球形式涉及黄、赌,也造成了不少社会的负面影响,审批趋严是国家对游戏行业进行整顿的政策举措;对比以往,今年版号发放数量骤减已在预期之中,而这种形势几年内不会有太大变动”。

“这两年国家对于直接影响到青少年身心健康的游戏坚持审慎从严的原则,审批节奏会

逐渐恢复正常,但总体原则不会变。”中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举对此强调。

大公司转型出海

游戏行业的头部公司似乎也没有受到版号发放的优待,直到今年第四批版号下发,腾讯、网易才有了姓名。但在版号政策调整的环境下,腾讯、网易大体量的版号存货商还是体现出了优势。

据北京商报记者不完全统计,腾讯与网易两大巨头在2017年1月1日至2018年3月28日获得游戏版号数量超过100个。即使目前版号数量收窄,截止到12月10日,腾讯以及网易仍分别拿下14个和13个版号,在所有获得版号的运营商中位居前列。北京商报记者就版号政策应对问题致电腾讯与网易相关联系人,但截至发稿,未得到对方的回应。老刀99认为,大公司在应对版号政策调整时有更多的选择;“但大公司项目很多,可能某些项目受到调控拿不到版号,但也有其他项目可以赚钱。大公司还可以去做海外,生存方式比较多”。

出海、转型是头部公司的两个关键词。《2019全球移动游戏市场中国企业竞争力报告》显示,2019年中国自主研发网络游戏海外市场实际销售收入预计将超110亿美元,较2018年的95.9亿美元有较大增长。其中,报告分析,企业竞争力居前五位 of 分别是腾讯游戏、网易游戏、三七互娱、世纪华通以及完美世界。

事实亦是如此,腾讯今年三季度的财报显示,海外市场的营收目前已在腾讯游戏业务总营收中占比超过10%。Sensor Tower 11月数据显示,腾讯《PUBG MOBILE》在海外吸金近7000万美元。网易凭借旗下《荒野行动》《阴阳师》《第五人格》等手游发力,屡居中国发行商出海收入排行榜榜首。

不过,去年的爆款游戏《绝地求生:刺激战场》因没有版号而迟迟无法变现依然影响了腾讯的业绩。而在今年4月获得版号的《和平精英》正式替代其上线运营。

业内第二梯队游戏公司也在今年加码多元化布局策略,海外游戏营收让不少上层游戏公司在苛刻的市场环境下交出了数字可观的成绩单。以三七互娱为例,其在2012年就开展了出海业务,每年从海外取得的营收近10亿元;今年,三七互娱推出了《斗罗大陆》,取得首月流水突破千万的成绩。

完美世界则试图打造影游双引擎,并布局电竞。财报显示,2019年上半年,完美世界实现营业收入36.56亿元,公司游戏及影视业务营收同比增长12.4%,电视剧业务整体营收实现56.1%的同比增长。2019年,完美世界还举办了多场全球性的电竞赛事,其中包括业界最具影响力的DOTA2国际邀请赛。

筛选之后

相比抗风险性较强的大公司,小公司显然没那么幸运。“大公司本来游戏就多,没版号也不差那一个。但对于我们,一款游戏就是我们的命啊。”刚毕业没多久的沈毅满怀游戏梦想来到北京做游戏,去年11月他所在的游戏公司倒闭了,谈到版号的影响他仍是一脸无奈。

自去年开始,沈毅养成了每个月都去广电官网刷消息的习惯,试图在名单上找到自己付诸两年心血开发的游戏,终于在3月的

一批版号信息中找到自己熟悉的名字。那天他在朋友圈里发了一句动态:“版号下来了,但人都不在了。”

像沈毅所在这样的公司不是少数,今年初,有媒体在报道中说“广州科韵路上的几千家游戏公司,已经倒闭了上百家”,人行15年的游戏策划陈启告诉记者,他相信这就是残酷的现实。

陈启就职于北京朝阳区一个做二次元IP的游戏公司,在他看来不是每个游戏公司都适合出海:“它只是给小公司一个挣扎的机会,本质上还是要依靠游戏公司以及游戏产品的硬实力。”陈启解释道:“版号只是一个导火索,真正要看到的是一些游戏公司产品本身就没有市场价值。”

在这样的市场环境下,一些没有得到版号的中小型游戏公司和独立游戏开发者也把目光投向主机平台和海外发行平台Steam上。因Steam中国迟迟未上线,把游戏登陆到无需版号资质的Steam海外版发售,成为了获得游戏收入的途径之一,一些优秀的国产独立游戏也随之涌现。

其中在2018年登陆Steam平台的国产独立游戏《太吾绘卷》《中国式家长》因玩法独特、制作精良备受好评,单机武侠游戏《太吾绘卷》上线不到两周,销量就突破40万,成为第一个登顶Steam销量榜的国产游戏。

“现在的市场形势在促使游戏公司做精品以适应版号审核的要求,同时游戏公司也应把目光放到其他游戏发行平台上争取更多机会,”新元文智创始人刘德良认为,游戏版号发放的减少是在推动游戏的精品化,突出游戏的文化属性,实现社会效益和经济效益相统一。

陈启也认同这一观点:“好的游戏怕拿不到版号吗?要把这些限制当筛子,过滤掉一些行业里不好的东西,才能留下真正精华的。适者生存,游戏行业从来都是这样的。”

北京商报记者 卢扬 实习记者 伍碧怡

近几年游戏版号发布情况

(国产网络游戏、进口网络游戏)

2017年 共计9368个 月均781个 (1-12月)

2018年 共计1976个 月均659个 (1-3月)

2019年 共计1631个 月均136个 (截至12月11日)

版号重批以来国产网络游戏版号发放数量共计1446个

