

2012中国演艺机构竞争力排行榜出炉

中国演艺企业多处在小体量发展阶段

龙头榜单出炉

数据显示,2011年中国演出市场票房收入达到120.9亿元,演艺机构达到1.1万多家,企业平均市场影响力均显不足,缺乏实力雄厚的大型文艺演艺企业。此次,道略推出了国内首个演艺机构竞争力排行榜,目的就是推出演艺航母企业的标志性意义。他们对演艺机构的评价体系为统筹营收能力、成长能力、品牌影响力和创新能力四个方面,设定了年收入、盈利率、收入增长率、市场拓展性、观众人数、企业曝光率、新创产品数量和运营创新八个指标,其中年收入、收入增长率和盈利率三个核心指标合计所占权重达到90%以上。

本次榜单推出的中国演艺机构十强构成全国首个演艺行业“亿元俱乐部”。该演艺机构十强主要分布于与旅游产业融合发展的旅游演出、具有市场化运作模式的大型演艺集团、在产业链各环节取得突破性发展的行业服务平台、连锁化与规范化发展

近日,第二届道略演艺产业年会暨2012演艺机构竞争力高峰论坛在京举办。作为论坛主办方,道略文化产业研究中心咨询总监毛修炳发布2012中国演艺机构竞争力排行榜。

“演出产业发展多年来没有人能清楚地讲出演出市场规模到底有多大。”毛修炳表示,“中国演出票房收入100多亿元,从业机构却达1万多家,平均一个机构一年仅有100万元的票房,演艺产业难以突破小机构经营的怪圈,真正的文化航母在演艺产业里基本不存在。”

的娱乐演出业、具有品牌和资源优势的演出场馆等五个不同领域,其中中国有院团占据大部分。十强分别为杭州宋城旅游、北京保利剧院、国家大剧院、北京演艺集团、北京红马传媒、丽江玉龙雪山印象旅游、东方演艺集团、杭州金海岸、江苏演艺集团、重庆演艺集团。

在细分领域,道略则在当下演出市场中占据强势地位的旅游演出、话剧演出、演艺集团三板块推出领域三强。旅游演出三强为宋城旅游、印象旅游、上海时空之旅,演艺集团三强为北京演艺集团、东方演艺集团、江苏演艺集团,话剧演出机构三强为中国国家话剧院、上海话剧艺术中心、开心麻花,娱乐演出企业三强为杭州金海岸、湖南琴岛文化、湖南红太阳。

产业“大而不强”

根据道略的调查数据,2010年其首次在全国范围内对演出市场进行统计,得出108亿元的产业规模,当年比电影票房多4亿-5亿元。而2011年中国演出票房为121亿元,发展速度已落后于电影市场。“这不排除电影市场近两年发展提速,今年电影市场票房应能突破150亿元。尤其在观众人次上,而中国演出观众目前大约7亿人次,且自2011年来一直在下降。”毛修炳说。“产业发展不均均是演出业的主要问题。”毛修炳认为,在内容生产领域,演出产业一直有不亚于电影产业的规模和实力,但在剧场、院线、消费基群等领域的提升速度均比不上电影产业。目前来看,演出产业有

几个板块发展较好,占产业贡献比最大。一是旅游演出,2011年票房收入达28亿元,占了总产业票房的1/5强。另外就是话剧和娱乐演出,随着城镇化的快速推进,特别以北京和上海为代表的大城市,白领阶层以及中产阶级的快速崛起,给这些戏剧板块以消费支持。娱乐演出的特点是大众消费,目前湖南、江浙一带做得比较好。

尽管演艺产业在文化创意产业中还不算排头兵,但北京市文化创意产业促进中心主任梅松认为,2011年北京市文化创意产业增加值近2000亿元,其中以演艺为主的文化艺术对收入贡献率达到2.4%,虽然排名靠后,但增速突出,由最初的0.7%仅三年时间已增长到2.4%。且目前从业人员达到140

万人,占北京市整个就业人口的15.2%,该数据已接近于包括东京、纽约在内的世界主要城市水平。

尚需资本助力

去年,北京戏道堂在其即将启动的大型院线计划中吸引到一笔2亿元的风险投资,开京城话剧和凤投联姻先河。此后,原本属投资“冷门”的演艺产业与资本的融合不断拓展。中国文化产业投资基金正在考虑投资北京开心麻花公司。整体演艺产业方面,远到“印象”系列不谈,近期达晨创投也已正式投资湖南琴岛演艺,北京也推出首只演艺产业基金。

从投资商角度来决定给哪些演艺企业投资,达晨创业投资有限公司执行总裁赵小兵认为,首先看内容,这是投资机构考量

演艺企业的首要指标,具体参数就是拥有当下高票房的演艺产品。迄今为止,达晨创业已在文化板块投资7亿元,对演艺板块也持续关注。“通常投资机构观察内容好坏的参照是剧目能否坚持长期驻演,比如北京刘老根大剧院和湖南琴岛这样的城市娱乐演出项目。”赵小兵说。另外,从资本获利角度,内容企业是否将自己的产品进行快速复制,形成持续高涨的增长率,也为投资机构所看重。“内容复制能力是目前演艺运营企业遇到的一个最大挑战。”赵小兵认为,总体而言,投资人会从企业收入增长、内容可持续性、异地复制性、产品盈利模式以及企业经营者的团队素质等方面综合考量。

“其实投资机构非常希望看到国内出现美国迪斯尼公司式的经营,在演艺内容之外延伸至乐园和其他衍生品,或者跟影视类企业融合,形成大的综合性娱乐集团。”赵小兵说。

商报记者 姜琳琳

演艺新产品

·精彩正前方·

中文版《猫》尽显中式俏皮与诗意

作为百老汇长演不衰的经典音乐剧,中文版《猫》继在上海、广州连演数十场后终于落户京城,将于明日与北京观众见面。

对许多中国观众来说,《猫》几乎可以等同于“音乐剧”的代名词,不少人更是在读书期间就通过DVD爱上了这群活泼可爱的“喵星人”。自1981年在伦敦首演以来,《猫》的足迹已遍布全球26个国家超过300座城市。中文版之前的14个语言版本为《猫》在全球赢得了超过7300万观众的热切响应和28亿美元的票房成绩。在登陆中国之前,《猫》已经在世界各地完成了超过4.5万场演出,若是换算成在一地驻演,这部不老的经典已经连续演出了一百年之久。这项纪录可以用此次中文版《猫》的一句歌词来评价:“没错,这就是一个传说!”而中文版《猫》也于12月7日迎来了自己的第一座里程碑——第一百场公演。

这一次中文版本的《猫》并不是音乐剧《猫》原版的译制品或者附属品,

它是继承原版精髓的同时完全扎根本土的“中国猫”。发布会现场,中方导演刘春通过VCR中的一段《杰里科之歌》,向大家展示了中文版《猫》歌词的精妙。原剧中这个唱段由22个形容词组成,每句以“cats”结尾押韵,可谓淋漓尽致地展现了艾略特作为诺贝尔文学奖获得者的才华。不过中文的翻译绝对不输原作,四字成语不仅刚好与旋律节奏结合得天衣无缝,更体现了一种中国式的俏皮与诗意。据刘春导演介绍说,《猫》中文版不仅在内容上引入了很多“中国风”,就是在平时演员训练时也加入了中国功夫的训练方法。尽管猫儿们上了舞台跳的都是芭蕾、踢踏、现代舞,排练室里却少不了练几招功夫的基本招式。据演员们介绍,这些训练主要是为了增强体力和平衡感。相信,从“伦敦猫”到现在的“中国猫”,北京的观众一定能在倍感亲切的同时更加深入地了解音乐剧《猫》所要传达的精神世界。

从2004年开始,《猫》



作为第一批进入中国的西方经典音乐剧,更是曾两度访京,培养了不少资深猫迷。音乐剧《猫》中文版此次巡演,为了能够更加深入当地文化,一直努力将演出城市的代表性物件请上舞台。这一次,“中国猫”落户北京这座历史文化名城,主创团队更是将京味“垃圾”视做一桩大事。在通过网络、电台、报纸等各方征集后,主办方在发布会上提前公布了北京“猫窝”的部分新“垃圾”。在老北京家喻户晓的兔儿爷,代表着北京街头小吃的糖葫芦,还有北京民俗文化中不可或缺的鸟笼都将三倍放大,登上《猫》中文版的北京舞台。

与此同时,落户北京之后,“中国猫”们还将学上几句著名的“京片子”。

据悉,音乐剧《猫》中文版是亚洲联创公司继去年《妈妈咪呀!》中文版之后推出的第二部汉化音乐剧。演出开始以来,《猫》中文版的票房表现可谓强势。因此,音乐剧《猫》中文版一直在保证品牌经典性的同时努力寻求改变和突破。在不久前的新闻发布会上,主办方就宣布了与知名设计师祁刚、陈蓓的跨界合作。他们将以音乐剧《猫》的服装和妆容为灵感,设计、打造全新的时尚经典,将《猫》剧的魅力延伸到时尚舞台上。

商报记者 刘小艾

国家大剧院五岁设公众开放日

12月22日,国家大剧院五岁生日,大剧院将免费向公众开放,举行“与民同乐”的公众开放日艺术节。

想随处撞见艺术明星吗?想和剧中角色一起“穿越”吗?想享受合唱团员“点歌”服务吗?想直接对话大剧院院长吗?……12月22日的国家大剧院“公众开放日艺术节”,您所有这些愿望都将梦想成真。

当天,39场演出,20项艺术活动集中上演,500多位艺术家与观众零距离接触。整个剧院都是舞台,每个角落都有惊喜。

“免费不免费,提前网络预订”,国家大剧院官方网站现已开通抢票通道。市民还能通过电视台、广播电台、网站欣赏直播,轻松参与到这场艺术狂欢中来。

攻略1:去现场

抢票时间:12月17日-12月20日,每天上午10点整起开始抢票。参加抢票需参与答题环节,且每个手机号码仅可抢订一张票,重复使用无效。凭取票订单号到大剧院北门东侧票台领取公众开放日艺术节门票。

攻略2:看电视

BTV新闻频道同步直播(8:35-16:00)如果不能到达当天活动现场,通过电视也能“总览全局”。周末,打开电视即可享受每一分钟的艺术盛宴。

攻略3:听广播

中央人民广播电台文艺之声(FM106.6)9:00-10:00、12:00-14:00三小时现场直播。中国之声(FM106.1)9:00-15:00整点系列直播报道。北京人民广播电台音乐广播(FM97.4)14:00-17:00三小时现场直播。

攻略4:上网站

国家大剧院官方网站及国家大剧院古典音乐频道同步视频直播。包括人民网、新华网、国际在线、千龙网、北京广播网、新浪网、搜狐网、网易、凤凰网、优酷网、悠视网、乐视网、酷6网、奇艺网等在内的14家网站同步视频直播。

商报记者 姜琳琳