

水立方:从单纯门票收入到多点开花

在此次文博会上,北京国家游泳中心有限责任公司正式与瑞士魔术师皮特·马唯在华的代理公司——北京微龙东方文化发展有限公司签订演出合约。投入使用已历时四年,如今的“水立方”为了适应市场的转变,正逐步探索出一条多元化的经营之道。

旅游参观收入三年降六成

2008年北京奥运会后,“水立方”作为比赛场馆和国家体育场的重要景点之一,在这一年的收入主要来自于旅游参观。据北京国家游泳中心有限责任公司副总经理杨奇勇介绍,2008年“水立方”仅旅游参观创造的收益就占到了全年总收入的90%。在此之后,由于奥运热潮的渐渐退去,旅游参观的收入也在逐年下降,到今年仅占到了全年收入的30%左右。“这个比例基本上趋向稳定了”,杨奇勇说。

尽管截至目前“水立方”的全年收入已经超过了1亿元,但是从总体的经营状况来看,仅能维持收支平衡。“人力成本和能耗成本每年都有所增加,因此对于一个单独的场馆而言,1亿元的经营成本的的确不是一个小数字。”杨奇勇如是说。

为了保证场馆能够正常运营,“水立方”的经营范围已经逐步扩大到了旅游参观、驻场演出、大型活动、艺术展览、市场开发等诸多领域。现阶段“水立方”在大型活动中的收益主要以收取场租为主,而这部分收入已经占到了全年收益的20%左右。

“水立方”里不能只有一池子水

“作为经营方,我们特别害怕两件事。一个是老百姓觉得你这里是个殿堂,神秘,不敢进来;另一个就是你这里无非就是一个游泳场,没什么新鲜的。”在杨奇勇看来,对于体育场馆的经营而言,最重要的是获得公众的认可。要做到这点,

就不能只做单一项目的经营。“说到底就是我们不能让老百姓进到‘水立方’后,看到的只有一池子水。”

基于今年“梦幻·水立方”第四季——“水上红楼梦”驻场演出的成功,“水立方”在此次文博会上正式与瑞士魔术师皮特·马唯签署了合作协议。杨奇勇表示,这种短期的驻场演出形式灵活,既不会影响到“水立方”全年的大型活动安排,又可以保证“水立方”承接其他的赛事,以及保证老百姓游泳健身的需求。

除此之外,今年“水立方”还举办了一系列包括奥运主题、儿童主题、环保主题等各种艺术展览,在全年200万游客当中,有1/4的游客都参观了这些展览。许多游客对“水立方”的满意度也因此大大提升。

场馆建设要为后期运营预留空间

体育场馆的赛后经营是个难题。与其他同类型场馆常年亏损的状态相比,“水

立方”如今能达到盈亏平衡实属不易。说到在经营方面的经验,杨奇勇告诉记者:“除了走多元化的经营道路以外,还有一点特别重要,就是在场馆设计时为日后的场馆改造及运营预留空间。”

其中最明显的例子就是,“水立方”在最初为了满足观众的观赛需求,一共建造了1.7万个观众席,比赛后工作人员便拆掉了1.1万个座位,余下来的空间则变成了如今的艺术展览厅等公共空间。

“奥运场馆的运营不管对谁都是一个挺难的事,由于鲜有特别成功的范例,我们在经营业态上也在探索中不断调整创新,以适应瞬息万变的市场。当然,创新也面临着风险和压力。”在过去的四年,“水立方”通过不断转变自身的经营定位,已经逐步建立起自己的品牌,并得到越来越多的认可。“对于未来的发展,我们还是充满希望的。”杨奇勇如是说。

本报记者 卢扬

参展商扫描

国华文创

签约三项目1800万元助力企业融资

北京国华文创担保有限公司一口气带了三个签约项目参加文博会,一个是北京春天融和影视文化有限责任公司的电视剧《火线三兄弟》,后期制作缺一部分资金,通过国华文创的担保融资到1000万元左右。另外两个项目是“亮点55号”文化创意园区和NBA明星队的体育比赛组织,这两个项目分别融资到500万元和300万元。

虽然三个项目的内容不尽相同,但是它们有一个共同点就是,都是文创类企业,都缺钱,而且项目盈利前景都被看好,但均因为是轻资产,无法从金融机构快速获取资金。国华文创总经理陈登伟表示:“银行贷款的门槛很高,这时候就需要像国华文创这种对文化创意产业比较了解的担保公司,对项目进行分析,看看盈利的前景,是否对风险有控制的手段,符合这些标准才会给它们做担保,最终让企业成功获得融资。”

三间房乡

打造国内第一个“音乐社区”

北京三间房乡在文博会上推出的“音乐社区”,是国内首个连接音乐企业与普通音乐消费者的大平台。

“音乐社区”的总监陈涛向记者介绍,“音乐社区”首先要具备完善的基础设施建设,包括音乐录音棚、欣赏室、音乐教室甚至是音乐产品加工车间,并在这些基础设施上构建活动体系,目前“音乐社区”已经形成了音乐心理治疗、音乐社区推广等七类项目。在音乐社区形成之后,对像生日歌、少儿歌曲、婚礼主题歌这样的大众音乐会带来创作高峰。另外对于音乐企业来说可以贴近市场,同时形成一个推广终端,对于社区居民来说,即使生活节奏日益加速,还是能够满足音乐需求。

陈涛表示,目前已经和美然动力社区等相关社区建立了联系,不久将投入使用。

华江文化

小企业成为国际奥运大商家

2007年参加第一届北京文博会的时候,北京华江文化发展有限公司还只是拥有一个小展位的小公司。五年后,华江文化已经成功运营了北京和伦敦两届奥运会的特许项目,今年8月又成功拿下了里约奥运会独家徽章特许经营权,成为国际知名的奥运特许经销商。

今年华江文化在旅游、工艺美术、体育收藏、东城区和顺义区都有展览。华江文化副总经理吴晖告诉记者,华江文化这次参加文博会不仅仅是做展览销售,还有一个很重要的任务是要借助文博会的大平台为这些新的产品做市场调研,争取推出更多的奥运特许经营产品。

本报记者 陈杰 实习记者 肖湘女

东方雍和 明年将推版权资产托管处置平台

北京东方雍和国际版权交易中心一直致力于为文创企业提供无形资产质押版权评估等工作,从而帮助企业获得银行贷款。但是在现实中,银行因害怕在运营过程中出现一些不良的版权资产,并且这部分不良资产不能变现而担一定的风险,便不轻易提供贷款。为了打通这个环节,北京东方雍和国际版权交易中心董事长殷秩松表示,明年年初,东方雍和国际版权中心将建设版权资产托管处置平台。

“明年会把主要的经济机构,还有龙头的版权企业和交易的渠道进

行一个整合。当企业将版权质押给银行或者担保公司之后,万一出现风险,贷款企业还不上,那么通过这个平台就可以将文创企业的整体版权最大规模的变现。这样,银行就多了一份保障。此外,在质押过程中还要加强对版权资产交易的动态监管。事实上,现有的处置变现和动态监管的机构也有,但是我们这次在资源上要整合,在力度上要加大。”殷秩松表示。

此外,殷秩松还透露,为配合版权资产托管处置平台,明年还将投入2000万-5000万元的自有资本加

政府的支持,力推版权质押风险补偿机制。风险补偿机制主要用于补偿银行发放知识产权质押贷款过程中的贷款损失,让银行消除风险担忧。但是殷秩松也坦承,“目前,做风险补偿机制带有很多的公益性质,靠自身的自有资本恐很难实现”。

如果风险补偿机制实现,那么就形成一个从版权评估、动态监管、不良资产处置,再到变现,然后是风险补偿机制的一个完整的文创企业版权质押产业链条。这将更能吸引银行投资。

本报记者 吴园园



文博会精彩纷呈,吸引众多参观者。本报记者 王悦/摄