

## · 速读 ·

## 对外贸易政策与企业推介会签约70亿元

“对外贸易政策与企业推介会暨项目签约仪式”于日前在京举行，活动上12个文创项目集中签约共计70亿元，另外商务部服务贸易司还就《国务院关于加快发展对外文化贸易的意见》(国发〔2014〕13号)等新的文化贸易政策进行了详细解读。此次活动征集文创项目并集中签约，旨在展示文化创意产业的技术进步，签约项目的科技含量较高、产业辐射面较广，能够凸显北京科技创新的资源优势。

## 63个京津冀文创项目在京推介

由市文资办主办的首届文化创意产业项目推介会及洽谈会日前在京召开，共有63个来自于北京、天津、河北地区的文创项目与在京商业银行及文创投融资机构进行面对面的洽谈，达成多笔合作意向。市文资办表示，下一步将继续拓宽文化企业融资渠道，努力构建京津冀文创产业协同发展体系，优化区域文创发展格局，发挥好北京作为全国文化中心的示范和带动作用。

## 2014中国3D技术博览会主推用户体验

2014中国3D技术与创意博览会在朝阳规划艺术馆开幕。本次活动以“资本市场与3D产业经济”为主题，活动期间包含3D影视短片体验、3D设备展示、3D科技产品影片推介会、第九届华语青年影像论坛展映、任艳明雕塑展、2014年城市3D体验中心联盟年会等十余场专项活动。

## 2014中国慈善名人榜发布

由《中国慈善家》杂志评比和制作的“2014中国慈善名人榜”发布会暨颁奖典礼在北京发布，崔永元荣登榜首，李连杰居第二，杨澜居第三。“2014中国慈善名人榜”根据2013—2014年度演艺明星、艺术家、运动员、主持人等名人在公益慈善中的贡献编制。评价指标总分实行百分制，内容包括涉及捐赠额的年度个人捐赠和间接募集，发起公益组织、发起公益项目、参与公益项目在内的公益行动，以及公益影响力。

## 第二届“鹰目之光”广告大赛金奖揭晓

由鹰目户外广告网主办的2014第二届“鹰目之光”户外广告创意大赛颁奖典礼日前在京举行。在借鉴去年大赛成功经验的基础上，本届大赛以“创新、时尚、责任”为主题，全面启用网络征集、网络评审。最终《爱篇家篇园篇》、《独具慧眼，目视天下》作品在15200多件作品中脱颖而出，摘得本届创意大赛的金奖。

北京商报记者 卢扬 沈艳宇/整理

## · 资讯 ·

## 影视传媒成国内企业海外合作热门板块

北京商报讯(记者 卢扬)由中国留学人才发展基金会和欧美同学会·中国留学人员联谊会共同主办的第十三届中国企业实施“走出去”战略论坛海外项目推介会于日前举行。来自中国、美国、英国、法国、日本、韩国、加拿大、俄罗斯等国家的94个项目进行集中发布，除互联网商务、建筑、养老医疗以外，包括影视、传媒在内的文化类海外合作项目，也在日益成为国内企业投资的热门领域。

随着经济全球化、区域一体化日益深入，近年来，包括华谊兄弟、爱奇艺、华策影视在内的多家企业与海外影视类制作公司间合作日益密切，与此同时，它们也在不断加快“走出去”的步伐。中国留学人才发展基金会名誉理事长陈竺表示，国内企业在看到海外机遇的同时，也要看到“走出去”所要面临的挑战，“尽管近些年国内企业‘走出去’突飞猛进，但中国对外投资存量只占世界的2.5%，相当于美国的1/10，海外净资产只有日本的一半左右，与世界成熟的跨国公司相比，具备较强跨国经营能力的中国企业仍屈指可数。因此我们应在了解国际惯例和规则的基础上，学会优势互补、求同存异，确保战略规划得以高效顺利的实施”。

作为文化娱乐消费的重要组成之一，KTV是众多音乐文化产品中最为大众化、最接地气的文化娱乐消费方式之一。但与五年前相比，如今的京城KTV盈利状况早已大不如前，KTV经营者与中国音像著作权集体管理协会(以下简称“音集协”)在音乐版权的收费方式未达成一致，经营成本逐年增高、行业竞争日趋激烈已成为KTV行业三大顽疾。

## 京城KTV的生存之困



## 盈利空间五年锐减10倍

过去北京的KTV经常人满为患，带来大量的利润，但就是这样一个人进斗金的行业，却在短短五年间，盈利空间快速缩减10倍，甚至还有不少KTV出现亏损情况，只能选择通过缩减门店来减少损失。

北京商报记者调查发现，过去在北京拥有4家门店的钱柜如今已关闭2家门店，而2000年就开始在北京营业的麦乐迪也将朝外店关闭。此外，有着12年历史的乐圣KTV也从3家门店到仅剩1家门店，而这仅有的一家门店也由三层改为一层，原本70多个房间缩减到40多个。

“一般情况下，KTV会通过旺季来弥补淡季造成的亏损，尽管总体来说会盈利，但假若将过去每年的盈利算做100元，那现在就只能有10—20元的利润，而一些小的KTV可能连薄利都无法挣到。”乐圣KTV经理胡先生告诉北京商报记者。

## 版权收费标准过高

近年来，合法使用音乐作品、保护音乐作品版权已经成为KTV的首要问题，部分KTV会通过向音集协缴纳使用费来获得音乐作品的使用权。但是，还有一些KTV却没有向音集协缴纳费用，使其成为音集协近年屡次向法院起诉的目标，不仅是北京、深圳、南京等地也有此类情况。

“其实我们也愿意维护音乐作品版权，但是我们不认同音集协制

定的收费方式。”一位不愿透露姓名的KTV经营者告诉北京商报记者，“音集协的收费标准是无论房间是否使用，每个房间每天收费12元，这种对空房间也要收费的方式是不合理的，使本身已经承受较大经营压力的KTV雪上加霜。如果通过法院协调宣判，判定的金额会相对较低，可减少一些经营压力。”

另外一名经营者则表示，“点歌系统里的歌曲并不是我们添加的，是购买机器时自带的，更新升级也由厂家负责，那么音集协为什么不向厂家收取费用呢？而且据我所知，音集协每年收取的费用达上亿元，但我们不能确定它是否转交给音乐出品公司，所以我们不会主动缴纳，除非是法院做出审判”。

## 经营成本逐年递增

成本逐年递增已成KTV经营者必须面对的重要问题之一。由于KTV往往都开在商业区等较为繁华地段，使得房租在经营总成本中占据最大分量。除此以外，人力成本也逐年上升，目前KTV服务员的工资在3000元左右，若按一个KTV有10个服务员进行核算，每年也将产生36万元的成本。

“除了房租等常规性成本外，房间内设备的更新也会产生较大的费用。”糖果俱乐部经理李晓斌表示，“为了能让顾客在消费过程中得到最舒适的体验，KTV需要不时对房间内的设备，如电视、点歌台、音响等进行更换。以点歌台为例，更换一

个点歌台所需的费用在2500元左右，若将KTV内全部房间的点歌台进行更换，统计下来就需要10多万元，若再加上音响等其他设备更换的费用，一次下来至少也得有几十万元。”

## KTV解困可效仿俱乐部模式

北京KTV经营情况不如前几年已是行业内的共识，但在众多KTV受到较大冲击的同时，也有部分KTV一直处于较为稳定的发展状态，比如位于雍和宫的糖果俱乐部。据李晓斌介绍，该店的经营方式与普通的KTV有所不同，不仅有KTV，还有演艺厅等其他服务项目，可承接演艺活动或公司年会，通过多种业务组合，保证了俱乐部整体稳定发展。对此，业内人士表示，KTV的经营结构可以更加多元化，可借鉴俱乐部式的运营模式，不要只局限于单一的KTV服务。

另外还有专家表示，KTV若想获得持续发展，必须要保证它一直处于“新”的状态。由于人们易被新奇事物所吸引，所以不仅歌曲要随时更新，房间内的设备，包括沙发、装修也要不断更新。如果一个顾客多年来每次去KTV都是同样的歌曲，装修、设备也没有丝毫变化，势必会对这家KTV逐渐失去兴趣。通过经常更新KTV的软硬件，既能打好KTV的品牌，拥有一个良好的形象，还能时刻令顾客感到新奇，抓住顾客的“胃口”。

北京商报记者 卢扬  
实习记者 郑蕊/文 张笑嫣/摄

## 社会热点成2014阅读市场趋势

亚马逊中国于近日发布了2014年度图书排行榜。在发布会上，亚马逊中国副总裁石建军表示，纵观2014年热销图书的趋势，社会热点对阅读潮流的影响是一大亮点。其中包括以微博、微信为代表的新媒体平台催生阅读热点，诺贝尔文学奖推动相关获奖作品热，以及影视作品热播带来的热销原著及剧本等，造就了2014年新媒体热、诺贝尔热和影视剧热三大热点。

首先是新媒体热，其中亚马逊中国2014年图书排行榜的第一名《从你的全世界路过》，就是其作者张嘉佳首先在微博上获得人气，进而带动了相关作品的销售。而今年4月出版的未删完整版《教父》也曾通

过微博发起6小时疯狂竞猜“《教父》到底删了什么”活动，吸引了500万读者的参与及关注，让该书瞬间爆红，位列年度榜单第11位。

除此以外，诺贝尔也是催生图书销售奇迹的重要法宝之一，屡试不爽。据亚马逊数据显示，今年斩获诺奖的莫迪亚诺，其作品销量在奖项公布后的一个月内就呈现出240倍的增长。

而影视剧带来的图书热也不可小觑，如热门美剧《纸牌屋》的中文原著就登上了2014年度排行榜的第21名。另外根据严歌苓小说《陆犯焉识》改编电影《归来》的热映，也推动了同名小说的畅销，尽管这部作品在2012年就已出版，但是该书在

2014年的销量是2012和2013年销量之和的4倍，并成为亚马逊中国年度图书畅销榜的热销作品。

中国科学院科学艺术研究中心副主任张之益向北京商报记者表示，日常生活中人们不仅追求新鲜的生活方式，同时也会紧抓社会热点。由于现在处于信息爆炸状态，只有社会热点才能吸引到更多人的关注，这也导致与社会热点相关的图书往往都会有较好的销售表现。鉴于纸质书市场目前情况较冷，出版社可以通过影视联动这样的全媒体方式出书，同时也可借助微信等渠道进行多渠道营销，借助热点或是创造热点，推动纸质书的市场发展。

北京商报记者 卢扬 实习记者 郑蕊