



高端旅游周刊

Business Travel Weekly



BBTravel订阅号

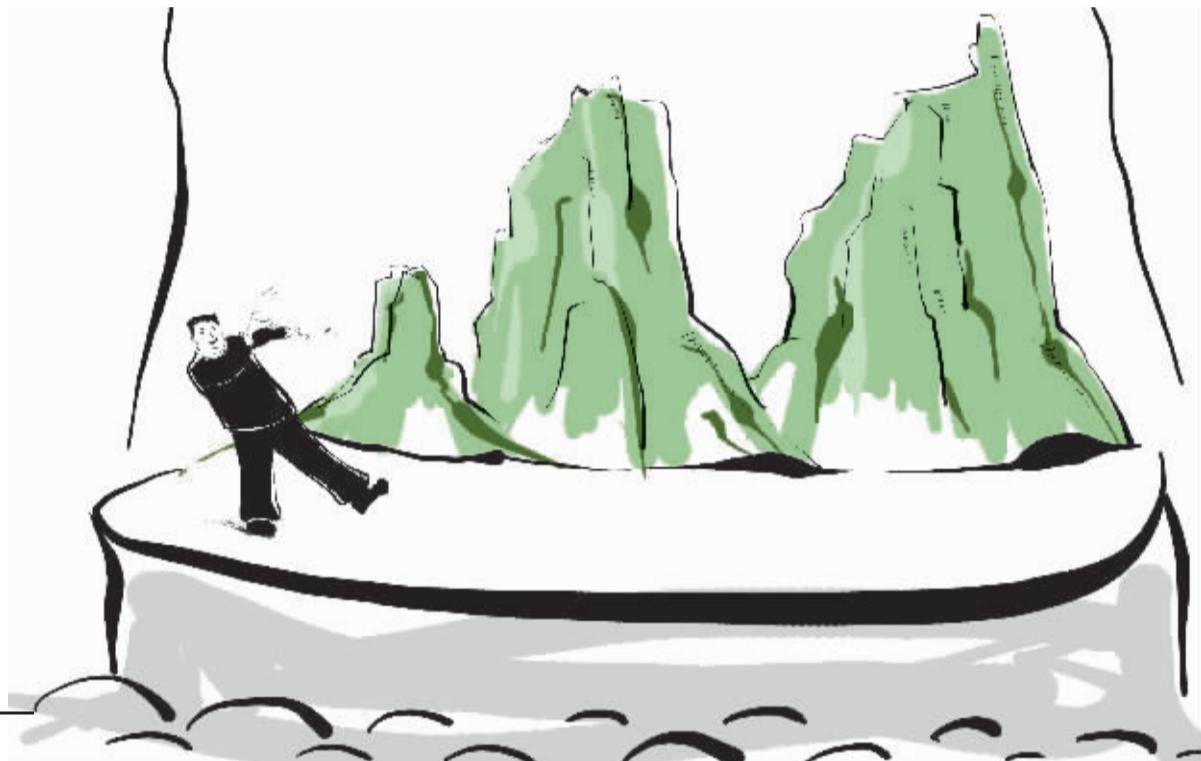
A1-A4

2017.3.16

总第223期 今日4版 每周四出版
联合主办 北京市旅游发展委员会 北京报社
主编 钱瑜 执行主编 关子辰

“天下盘山”的故事还能讲多久

近年来,天津盘山作为京津冀一体化中的重要景区,陆续开通了由北京、天津等8个京津冀地区直达盘山景区的旅游专线车次,客流量得到增长。然而在客流增长的背后,盘山景区的运营方也陷入了骑虎难下的境地。据了解,为带动当地客流和发展景区文化,天津蓟州旅游文化集团投资2亿元打造了大型实景演出《天下盘山》,而每年仅800万-1000万元的收入只能勉强维持演出的支出成本,投资回报几乎不可能,同时《天下盘山》还受到演出剧情单一和老套的困扰。实际上,最近以大型实景演艺名声大振的宋城演艺所运营的“千古情”系列演艺和丽江旅游旗下的“印象·丽江”演艺都出现了不同程度的“退热”现象。业内人士坦言,未来地方景区的大型实景演出将进入优胜劣汰的境地。



实景演出成景区文化IP支撑

古诗有云“春风又绿江南岸”,随着4月的临近,天津盘山景区的群山也渐渐披上绿衣,此时距盘山景区每年4月上演的大型实景演出《天下盘山》开演也仅剩下一个月左右时间。公开资料显示,《天下盘山》是天津蓟州旅游文化集团与中国山水盛典文化产业有限公司联合打造的山水实景演出项目,以乾隆皇帝32次游历盘山的民间传说和历史典故为素材,嫁接声音、灯光等高科技技术,制作出了以盘山景区为依托的大制作实景演出。

据目前运营《天下盘山》演出事宜的天津盘山旅游有限公司负责人透露,《天下盘山》斥资2亿元打造,每场演出的演员人数多达300多人,气势宏大,是受到当地政府重视的重点项目。据盘山旅游有限公司负责人介绍,盘山实景演出对盘山的旅游资源起到了一定的文化品牌效应,想要让更多人了解盘山、记住盘山。

业内人士表示,大型实景演出作为中国文化旅游发展的产物,的确在一定程度上丰富了景区的文化资源。随着旅游从简单的“观光游”向“休闲游”发展,实景演出给景区带来不同于自然资源的文化效应。

据介绍,《天下盘山》演出时间是晚上8点半开始,除了打造文化IP之外,还为拉动当地住宿提供了一定的支撑作用,“往常可能只是停留一天的行程,因为夜间演出的出现延长为两天甚至更长”,盘山旅游负责人这样说道。而夜间旅游对当地的餐饮、尤其是农家院的住宿经济也有所帮助。其实,这也是很多缺乏夜游文化的旅游地区所希望的,尤其对于当地政府来说,投资巨大的旅游项目也理所应当带动当地多种产业链条的共同发展。但这种大型实景演出,也伴随着投入大量资金而难

以收回成本变得骑虎难下。

《天下盘山》高投入低回报

据了解,《天下盘山》演出投资2亿元,在这实景演出投资中算是大手笔。而演出门票营收方面,与投资相比则略显较少,如果算上演出支出成本,大型实景演出《天下盘山》则几乎没有盈利,甚至亏损。

《天下盘山》自2014年起就开始投入运营,但由于受到北方天气条件的影响,演出主要在每年4-10月进行,而平日上座率大约为60%,只有周末和黄金周等节假日期间才几乎会达到观众数满的情况。除去雨天等天气因素的影响,其最多演出时间为5个月。

据票务人员估计,2016年观看实景演出的客流量大概在10万多人,演出的营收仅仅依靠门票。而盘山演出门票和景区门票实行捆绑式销售。具体来说,游客购买盘山景区门票后,再根据工作日、周末、节假日的时间点分别以50、80和100元购买演出门票,如果不购买盘山景区门票仅观看演出,演出门票则为188元/人。据悉,盘山景区门票价格为130元/人,从划算的角度来说,想要观看演出的游客大多是通过合买的方式购买。北京商报记者粗略计算了一下,按照演出的平均门票价格为80元左右、客流量10万人来计算,每年演出的门票营收大约在800万-1000万元。

虽然每年只有800万-1000万元的营收,但《天下盘山》的支出却不低。据演出行业相关人士推算,300多人的演出队伍,按照每人每天100元来计算的话,每天就需要3万元的演员劳务费用,而长达6个月的表演和前期的排练时间,演员队伍的薪酬支出至少可达约500万元。据相关工作人员透露,《天下盘山》由于一开始使用专业舞蹈演员薪资支出较高造成亏损,转而

寻求附近曲艺大学的专业大学生进行排练和表演,在大学生兼职的情况下,演出人员支出才能缩减到300万元左右。可即便如此,每年专业老师前来培训学生都要收取不少的培训费,算上百万级别的灯光设备、服装、道具等支出,总体计算下来,每年一场实景演出的营收甚至只能勉强支撑它的基本支出,相比2亿元的投资,想要拿到回报并不现实。

据票务人员表示,现在能实现盈利还是很难的,一开始的演出票价也定在二三百元,但是观看人数太少,后来价格才进行了下调,而且盘山的知名度等方面的确还不能支撑起演出的人流需求。甚至有工作人员坦言,“投资那么大,不做也不行”。

北京第二外国语学院教授王兴斌表示,景区为主、演出为辅是很明确的,想拿演出带景区客流量是基本不可能的。在价格定位上也可以看得出来,游客往往是在游览景区之后根据兴趣和时间来观看演出,演出对景区的客流带动作用不明显。

此外,受创作成本高昂的限制,《天下盘山》历年演出的基本剧情变动不大,近几年的演出也最多只是较小的舞蹈改动。业内人士认为,演出剧情本身也受到本地历史故事素材的局限性,尤其是历史的既定性和景区的特色很难改变。这种情况会造成演出剧情单一、老套的问题,因此并不能受到消费者的长期青睐,尤其盘山景区的主要客源地区是京津冀地区客源人群,因此故事能新鲜多久成为问题。

景区实景演出将洗牌

除天津盘山,河北承德避暑山庄也推出了名为《鼎盛王朝 康熙大典》的大型实景演出,王兴斌称,实景演出可算是一个市场行为,应按照市场的需求来做,而不是跟风盲目去做。尤其北方地区的实景演

出还受到室外气候环境的影响,成本更高。而这样一股风潮之后,实景演出面临的是重新洗牌的境况。有业内人士认为,目前国内景区大型实景演出存在的一系列问题对其长远发展产生了严重影响。

据道略演艺报告显示,2015年包括印象海南岛等项目均因过度亏损而停演,总共停演项目多达46台,且八亏一平一盈的行业格局难以改变。据公开资料显示,实景演出的投入成本都很高昂,印象演出系列的“印象·西湖”演艺投资为1亿元,而知名度较高的大制作“印象·丽江”演艺投资为2.5亿元。但是,大投资之下真正实现盈利的实景演出却只约占总数的9%,另外11%的项目能收支平衡,其余80%则处于亏损状态。从公司层面来看,宋城演艺2016年年报显示,虽然营收亮眼但事实上它的现场演艺板块增速正放缓。丽江旅游的“印象·丽江”演出更出现了门票、营收及净利润全部达两位数的同比下降。

此外,王兴斌表示,一些景区的实景演出实际上是打着文化的旗号来圈地发展房地产业。大型实景演出带有一定的公益性,土地价格便宜、开发成本小。不仅建有实景演出,还有酒店、购物以及房地产业等,商业气息浓厚,演出质量难以保证,成为一种工具摆设。除此之外,景区实景演出由于政府主导,也会成为政府政绩的一部分,有时候在并未进行科学地评估下就进行建设,无疑大大增加了风险性。

实际上,我国的景区实景演出并未形成系统的产业链条,大部分都是以旅游业为支撑,相关的影视文化合作较少,而且盈利模式单一,仅仅作为观赏性的演出缺乏互动性并不能让观众融入其中,很难走进观众心里留下持久的文化效应。

北京商报记者 关子辰
实习记者 王胜男/文 宋媛媛/漫画