

票房不佳致净利下降超四成

电影难成开心麻花上市加速器

电影业务对开心麻花来说究竟意味着什么?4月20日,开心麻花披露的2016年年报显示,由于电影《驴得水》票房收入贡献相对较少,开心麻花2016年度业绩下滑,净利润下降超四成。而在一年前,凭借《夏洛特烦恼》取得的超14亿元票房收入,使开心麻花净利增长234.15%。随着2016年国内电影市场进入调整期,开心麻花未来若想只借影视实现业绩大规模增长难成长久之计。



夺市场份额。个人角度而言,与这些影视公司、互联网企业相比,开心麻花在影视制作、宣发等方面并不具有显著的竞争优势。未来若想保持业绩增长的趋势,仅靠电影业务是不够的。

做好主营是关键

近两年,各种体量的演出公司频频跨界涉足影视业务,但由于缺乏对影视市场的了解,以及影视专业人才储备的不足,一系列的影视跨界行为仍是一把双刃剑。从业者认为,做好主营业务仍然是演出公司未来发展的关键。

“任何企业的发展都会经历上下波动,难以保证每一个影视项目都成为‘爆款’。开心麻花的发展是从话剧开始的,其团队在话剧的运营上也有更为突出的经验和优势。近日开心麻花推出的几部话剧在年轻群体中也有很好的反响。开心麻花未来仍需要以话剧为基础,加强话剧IP的打造,同时增强内容的创新,避免观众产生审美疲劳。进入资本市场后,开心麻花也需要在企业运作、管理等方面进行调整。”张京成说道。

刘洪涛也坦言,舞台剧可以让公司有稳定的现金流入,仍是发展基础,不管怎样都要稳步往前走。“在电影方面,我们想做有品质的电影,宁缺毋滥。也许一年做一部,或两年做三部,肯定很慢很慢。不过,每一部做出来,都力求不同凡响。”但也有业内人士认为,开心麻花的两部影视作品虽然均已回本,但一年一部作品的产量仍然难以树立自身在市场的地位或是进一步实现规模化。北京商报记者 卢扬 邓杏子

净利润下滑明显

2015年,凭借电影《夏洛特烦恼》14亿元的高票房收入,开心麻花成为新三板最赚钱的公司。数据显示,2015年开心麻花营收3.83亿元,同比增长154.8%;净利润1.31亿元,同比增长234.15%,其中,影视及衍生收入1.99亿元,占全年营业收入比例的51.8%,成为开心麻花业绩增长的重要来源之一。

时隔一年,随着电影市场在2016年遭遇拐点,开心麻花出品的第二部电影《驴得水》的票房收入并不理想。尽管在营销方面,《驴得水》采用映前大规模路演,试图通过口碑发酵来扩大影响力,但最终仍仅收获1.7亿元的票房收入,这也直接导致开心麻花2016年业绩下滑。4月20日,开心麻花披露的2016年年报显示,2016年开

心麻花实现营业收入2.92亿元,同比下降23.81%;净利润7187.5万元,同比下降45.08%。影视及衍生收入仅占全年营业收入比例的9.79%。

开心麻花总裁刘洪涛曾表示,开心麻花以后的业务主要有演艺和影业两大板块。演艺主要做话剧、音乐剧、儿童剧;影业主要做电影和网络剧,形成话剧影业双引擎互动的商业模式。但对比目前两大板块业务的收入,距离这个“小目标”似乎还有一段距离。

影视业务成双刃剑

公开资料显示,2016年末,开心麻花共有14家全资或控股子公司,6家参股子公司。公司业务多以儿童剧、影视业务为主。

步入2017年,开心麻花于1月9日发布拟IPO并在创业板上市的公告。从创业板上市的要求来看,拟上市公司需要最近两年连续实现盈利,且最近两年净利润累计不少于1000万元;或者最近一年实现盈利,最近一年营业收入不少于5000万元。得益于稳定的演出收入以及票房分成,开心麻花的业绩符合创业板上市要求,但登陆资本市场后,也会面临相应的业绩压力,业内人士认为,话剧改编电影存在一定风险,“夏洛特模式”难以复制,开心麻花影视方面持续盈利的能力尚待考证。

在中国创意产业研究中心主任张京成看来,从目前整体的电影市场来看,仍有大量的资本涌入,市场竞争也相当激烈,无论是传统的影视公司,还是BAT等互联网企业,都在影视领域加强布局,争

160家参展机构聚焦艺术北京

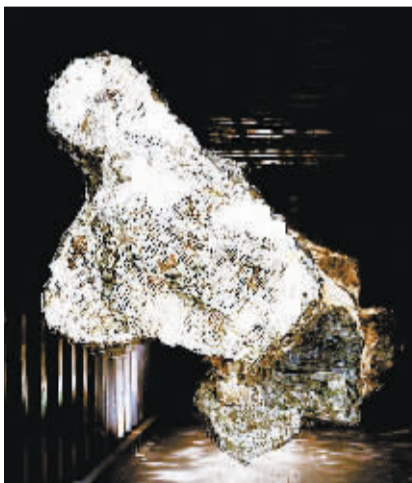
作为一个已经有12年历史的艺术博览会品牌,2017艺术北京将于4月29日-5月2日举办。经过多年积累,艺术北京如今已经成为“五一”期间北京市民参观艺术展览的首选之地,并逐渐形成了当代艺术、经典艺术、设计艺术、公共艺术四大板块。据悉,本届艺术北京基于“立足本土,完整亚洲”的核心理念,共甄选出来自15个国家和地区约160家参展机构。

在当下艺术市场出现变动之际,基本延续了之前的展览规模和样态,将国内重要的艺术力量都整合进来。艺术北京从甄选画廊、审核作品阶段就考虑到当下艺术需求的变化,并且在展场划分当中,把界限并没有那么

清楚的经典北京和艺术北京合二为一,在同一个场馆和平台上展出,并根据艺术品风格做出区块划分,使展览的层次更加丰富、多元。

为了弘扬和传承真正的艺术精神,艺术北京将延续校尉胡同5号的专题展览,今年艺术北京将与鸿坤美术馆共同呈现《校尉胡同5号第三回展》,从展览中可以看到一代代美院人在不同的社会发展阶段,面对不同的问题,对艺术核心精神的坚守和传承。希望通过这样一个具备学院派气质的展览,来展示美术学院对艺术专业化的评判和要求,从而为收藏家和观众提供一个评判艺术品的标准。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏



爱奇艺试水全Live交互演唱会

4月24日,爱奇艺宣布正式启动青岛纯生爱奇艺“尖叫之夜——全Live交互演唱会”战略,而这也意味着爱奇艺正式进军音乐演唱会领域。随着演唱会直播技术的快速发展,近两年来无论视频网站还是直播平台都开始纷纷加码演唱会市场。在爱奇艺首席内容官王晓晖看来,交互演唱会不能只是单纯地把一个演唱会从线上搬到线下,或是把线下的内容直播到线上,而是要将所有平台资源、线下资源以及粉丝进行全面互动。

无论是线上演唱会还是演唱会直播,在吸引越来越多消费者关注的同时,发展过程中的痛点也开始

逐渐显现。在从业者看来,首先观众和用户购票亲临现场,虽然感受到了现场的体验,但如何才能通过互联网让这个演唱会兼具更强、更有趣的互动性?其次,在网上看直播的观众尽管不用花太多的成本,就可以观看到好几场演唱会,但是体验感不佳已经成为阻碍市场发展的硬伤。

爱奇艺市场副总裁陈宏嘉对此表示,做好全Live交互演唱会要做到三件事:第一要有一个最顶级、最黄金的制作团队;第二要用全新媒体的思维来做推广;第三要把最新的科技运用到交互上。“此次除在爱奇艺平台进行4K

高清直播之外,尖叫之夜现场会设置VR体验专属区域,同时打造PC和移动端客户端VR模式观看直播,尝试3D 180度直播;尖叫之夜还推出了二次元虚拟偶像,此外,还有爱奇艺泡泡圈、奇秀直播等互动平台的加持,以及AR抢礼物、网红派发虚拟红包、网红跟唱等互动环节的设置。”

据悉,“尖叫之夜——全Live交互演唱会”将于5月20日开始,从大连出发,然后来到福州、深圳,再从深圳到北京,并去到西安、上海、济南和南京。届时,汪峰、李健、A-Lin、陶晶莹等明星将组成首场演唱会阵容。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

11部经典作品奏响五月音乐节

一年一度的京城室内乐盛会“国家大剧院五月音乐节”将于5月6日正式开幕。今年将有包括约翰·施特劳斯、肖斯塔科维奇、威尔第、门德尔松、亨德尔、舒伯特、德沃夏克、皮亚佐拉、巴赫在内的九位作曲家的11部经典室内乐作品将依次奏响。“国家大剧院五月音乐节”至今已连续举办九届,“听室内乐,到大剧院”不仅改变着北京的音乐观众,也推动了中国室内乐的成长。在首场开幕音乐会后,五月音乐节还将有十多场精彩纷呈的室内音乐会由中国音乐家主导,展现中国室内乐演奏力量的蓬勃繁盛。其中,5月11日,由宁峰、秦立巍、王小毛、郑晓闻组成的龙四重奏将与女钢琴家赵梦迪合作演出海顿与魏因博格的室内乐作品;5月20日,吕思清领衔的“美杰中国三重奏”还将举办专场音乐会,曲目包括中国青年作曲家王之的《第一钢琴三重奏》。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏

北京国际电影节音乐会落幕

第七届北京国际电影节音乐会于4月21日和22日在京演民族文化宫大剧院举办,为首都观众奉献了两场风格迥异却同样精彩纷呈的电影作品音乐会。电影艺术和舞台艺术密不可分,舞台艺术片、歌舞片等已成为电影中的一个具有独特风格的形式。“爱乐之城”世界电影音乐会上,中外艺术片、歌舞片和舞台艺术片的音乐汇聚在一起,不仅有好莱坞的歌舞片《西区故事》在银幕和舞台上互换,中国戏曲《梁山伯与祝英台》、《花为媒》等也登上银幕,更有中外芭蕾舞《红色娘子军》、《天鹅湖》,以及音乐传记片《海上钢琴师》等,音乐、戏剧、电影三者结合打造了唯美艺术空间,给观众高度的艺术享受。

北京商报记者 卢扬 邓杏子