

98个项目获影视出版创作基金扶持

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)2月7日,北京市新闻出版广电局通报了北京影视出版创作基金的相关情况。据悉,2017年北京影视出版创作基金共扶持了包括《战狼2》《冈仁波齐》《大西山》在内的98个影视项目,扶持资金达到1.172亿元。

北京影视出版创作基金是国内第一只专门用于影视、出版精品创作的公益性基金,经市委宣传部和市财政局批准,于2016年10月21日正式成立。在2017年,北京影视出版创作基金先后完藏《北京影视出版创作基金章程(试行)》以及相关配套制度,逐步形成了“1+2+X”的制度体系,即“1个基金章程+财务管理和项目资助管理2个办法+优秀广播电视作品、优秀电影作品、优秀网络视听节目等项目”的若干实施细则。此外,该基金2017年还在精准扶持上下功夫,压缩扶持项目总量,提高对单部作品的扶持标准。

北京商报记者获悉,2018年北京影视出版创作基金项目申报指南和征求意见正在起草中,并计划于近期对外发布申报指南。相比往年,2018年北京影视出版创作基金将会实现影视出版领域全覆盖,原来由业务处室负责的新闻报刊、优秀长篇小说、重点图书选题、数字出版等出版专项资金将划入北京影视出版创作基金统一管理。此外,基金管理办公室将探索试行电影、电视剧项目一年两审的新机制,进一步提高资金执行效率。

花莲地震重挫台湾春节旅游市场

北京商报讯(记者 徐慧 薛晨)2月6日晚间发生在中国台湾花莲的6.5级地震,令本已疲软的台湾旅游业雪上加霜。国家旅游局官方网站也于2月7日下午发出提醒,近期暂勿前往台湾花莲及相邻地区旅游。

据国家旅游局“全国旅游团队服务管理系统”显示,2月6日行程在花莲县的内地游客团队共70团、1265人(含领队);在台湾的团队共758团,12786人(含领队)。未来14天(2月7日-21日)行程在台湾的内地游客团队共1135团,18270人(含领队)。

内地旅游企业已针对此次地震展开行动。众信旅游方面表示,集团共有约220名客人位于台湾,暂未受到地震影响,但负责台湾产品部门的全体人员已经24小时待命,台湾领队及地接公司也在部署后续事宜。携程方面则表示,尚未得到携程自营领队反馈旅游团有受到地震影响及客人受伤情况。同时,携程旅游也承诺,通过携程平台预订2月7日-28日期间、花莲县酒店的旅客,均可免费取消。

业内人士认为,此次花莲地震发生在春节旅游旺季即将来临之际,将极大挫伤本已步履蹒跚的台湾旅游业。2017年春节期间,入境台湾的内地游客人数平均每天为3697人次,与上年春节日均6366人次相比,大减41.9%。此次地震将进一步降低2018年春节期间游客赴台意愿。

签约Club Med 美团补酒旅短板

北京商报讯(记者 关子辰 实习记者 许伟)2月6日,美团点评与Club Med正式签约,双方开启数据直连。美团点评集团副总裁、美团旅行住宿事业部总经理郭庆表示,美团点评其实是充当了Club Med国内的分销商角色,而Club Med的国际影响力也为美团旅行拓宽海外旅游市场提供了资源。

法国Club Med是目前全球最大的旅游度假集团之一。2003年进驻中国,目前已开设亚布力、桂林、三亚、北大壶、安吉、北戴河等多座度假村,预计到2020年,Club Med在中国的度假村将达20座。

美团点评此前一直专注于餐饮行业,旗下美团旅行直至去年4月才独立品牌。在众多的OTA中,美团旅行并不算突出,尤其面对携程资源的独大,同程、艺龙流量的抢夺,留给美团旅行的市场配额较为紧张。2016年起,美团点评启动“星战略”,增加住宿业务投入。据美团点评透露,2017年高星酒店间夜量在美团旅行住宿业务中占比约一成,高星酒店支付用户达千万。其中,合作的高星酒店包括洲际酒店集团、香格里拉酒店集团、希尔顿国际酒店集团、首旅酒店集团、开元酒店集团等。业内人士指出,虽然美团一味加码酒旅业务,但要想赢得市场份额,显然还有很长的路要走。

签约维康金杖 三湘印象加码文旅

北京商报讯(记者 徐慧 薛晨)三湘印象2月7日发布公告,企业与维康金杖签订了战略合作框架协议,双方将在文旅项目的投资管理等 方面展开合作。此举被视为三湘印象在文旅转型路上的又一布局。

值得关注的是,合作方之一的维康金杖于2017年8月取得美国维亚康姆集团在中国江浙沪区域内有关主题公园和相关产业的惟一授权。而美国维亚康姆集团本身则是全球三大跨国传媒集团之一,旗下拥有众多热门IP。公告显示,协议包含了对优秀旅游演艺项目的投资和管理、文旅项目的整体投资和运营以及加强旅游地产等方面的合作等。合作期内,双方将就各自的自有或获得合法授权的系列IP,如三湘印象自有的“印象”“·又见”“·最忆”“·归来”等高端演艺品牌以及维康金杖获得合法授权的“尼克乐园项目”等主题公园项目展开多维度合作。

此前三湘印象的文旅转型之路并不顺畅。运营《印象·刘三姐》的桂林广维文华产业有限公司破产重整,给作为持股方的三湘印象文旅转型之路增加变数。业内人士表示,三湘印象此前在演艺方面的探索,与企业主营业务贴合度不高,此次与维康金杖的合作能否带来积极的效果仍需观察。

茅台价格刹车能奏效吗



茅台被约谈后控价举措

2月2日
召开市场工作会,要求市场投放率超过 90% ,春节前投放 7000吨 茅台酒
2月4日
开出2018年首批罚单, 10家 经销商被处罚
2月5日
广东率先执行 1399元 春节促销价,湖南、吉林、内蒙古等相继跟上
2月8日
北京执行 1399元/瓶 春节促销价

自踩刹车

进入2018年,茅台公司将53度500ml飞天茅台酒出厂价从819元提高至969元,同时指导零售价从1299元提升至1499元。提价之后,尽管茅台公司声称严控价格,要求经销商不能触碰1499元的价格红线,但实际上,市场上茅台酒的价格已经飙升至2000元。而茅台率先扛起涨价大旗后,高端白酒行业更是陷入价格飞涨的集体狂欢中。

1月30日,国家发改委价监局召开白酒行业价格法规政策提醒告诫会。茅台在会上被点名作重点发言表态。当天,国家发改委还下发了《关于组织开展全国烟酒市场价格专项巡查的通知》,要求相关部门对烟酒市场价格出现异常波动情况加大巡查频次和力度。而巡查的重点为,严厉打击哄抬价格、严厉打击价格垄断行为等,防范节日期间烟酒价格异常波动,确保烟酒市场价格基本稳定。

在被国家发改委点名后,2月2日,茅台集团召开茅台酒市场工作会,会议要求全力抓好茅台酒的价格稳定和市场供应,要求所有经销商把库存的茅台酒全部投放市场,近期进货的市场投放率不得低于90%,春节前保证7000吨以上的茅台酒供应量。

市场工作会召开两天后,茅台开出了2018年首批重罚罚单,对10家违约经销商进行了处罚通报,其中,遵义、上海、长沙、广州四地5家存在哄抬价格、搭

重点关注

Special focus

电影在线票务市场AT大战

据包括线上线下在内整个电影票务市场约一半的份额。而据一个多月前比达咨询发布的《2017年第三季度中国电影票市场行业研究报告》显示,猫眼微影占据整体市场37.8%的份额,淘票票则为30.4%,虽然分别位列整体市场份额的第一和第二位,但二者不足10%的差距,则能从中嗅出双方之间的火药味,以及各自对占据更大市场份额的野心。

争夺升级

随着电影在线票务市场格局初定,为了稳定并在此基础上继续扩大市场,猫眼微影和淘票票之间的竞争也愈发激烈。在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,此前在线票务市场三进二是大势所趋,而现阶段猫眼微影和淘票票之间的竞争,因背后存在腾讯及阿里的身影,在某些方面也变成腾讯与阿里的两强对峙。

通过观察可以发现,猫眼微影和淘票票加码的购票人口领域,既能证明二者的激烈竞争,也体现了背后腾讯与阿里的对峙。目前猫眼微影和淘票票均有自己的独立App,但QuestMobile此前曾发布相关报告,并以2017年8月电影演出App卸载用户的9月流向分布进行分析,发现卸载淘票票的用户中,有近四成首先选择流向猫眼,同时反观猫眼的卸载用户,则有63.9%选择流向了淘票票。从业者认为,在线票务平台若只有一个独立App不足以支撑发展,且独立App活跃用户出现下降的趋势,增加更多购票入口已是必然发展方向。

对此,猫眼微影和淘票票均借助背后股东及相关资源,进入更大的流量入口,将自己的购票渠道组成一个矩阵格局。以猫眼微影为例,因背后股东拥有腾讯及美团,目前猫眼微影的购票入口已经延伸至微信钱包、QQ钱包等拥有巨大流量的端口,以及美团App、大众点评App等;而淘票票则依靠阿里,覆盖了支付宝App、蚂蚁金服、高德地图、口碑App等。

进入更多购票入口,是覆盖更大流量、面对更多用户的基础,除此以外,猫眼微影和淘票票还在通过项目合作或资本动作聚拢更多上游资源。观察即将到来的春节档可以发现,大多数影片背后均有猫眼微影或淘票票的身影,其中除《捉妖记2》二者同时出现外,淘票票还单独出现在《唐人街探案2》《西游记女儿国》的身后,《熊出没·变形记》的背后则有猫眼微影的身影。与此同时,猫眼微影和淘票票还在加强与其他电影公司的联系,比如

售、转移销售的经销商,被处以取消经销计划的处罚,河南、南京、上海和北京四地的5家违约经销商则受到扣减合同的处罚。

“茅台最近这些举措积极响应了国家政策的号召,很明显是为了抑制茅台酒价格过高、过快地增长,目的性很明确。”白酒营销专家蔡学飞表示,“但是春节促销、处罚经销商、加大供货量等措施,在春节前的销售旺季,对于遏制茅台价格的作用实际上很有限。”

恐难奏效

尽管茅台加大市场投放,但对于旺盛的市场需求而言,恐怕仍然难以解渴。有业内人士告诉北京商报记者,目前茅台酒的出货渠道以茅台云商为主,通过在茅台云商平台线上下单,然后线下提货。但线上大部分都是黄牛在刷屏抢货,普通消费者很难购买到。

有业内人士坦言,茅台的价格飞涨和缺货,跟部分经销商的有意囤货、提高售价脱不开关系。茅台酒被囤积后,造成了缺货的现象,茅台酒的价格就被炒得更高,由此形成了恶性循环,也加大了对茅台酒的负面舆论。

此外,春节前夕进行控价并不是茅台一贯的策略。茅台在实施多种措施之后难以见到成效,实际上还是受到产能有限的限制。蔡学飞表示,茅台在春节前集中放量,尽管有可能实现短期抑价,但由于茅台的产能是有限的,现在加大投放量则意味着后备储存量缩减,在日后很有可能会造成茅台价格再次上涨。

同时,茅台在控价和稳定市场方面频频产生新动作,经销商们一路陪跑也尽显疲惫。

据北京地区经销商介绍,茅台集团响应国家政策号召的同时,对公司的战略和战术进行调整,广大经销商只能积极响应。“我一直都是茅台的经销商,每次公司为了发展进行一些调整,我们就得跟着配合。”该经销商无奈地告诉北京商报记者,“比如这次春节促销的活动,从通知到实施不过四五天的时间,我们需要进行调查、人员分工、场地安排等多项准备工作,期间还要经常开会,根本就没有时间休息。”该经销商坦言,目前还面临如何区分谁是真正的消费者的难题,“如果是投机分子再次进行倒买倒卖,消费者还是难以享受到福利”。

北京商报记者 刘一博 实习生 李洁/文 宋媛媛/制图

整合为王

公开资料显示,2012-2015年,电影在线售票在整体票务市场的份额实现迅速增长,并从18.4%增长至65.4%,但2016年开始,虽然全国电影在线售票份额的占比还在增加,可增加的速度较以往愈发缓慢,每年的增长速度从曾经的超20%,变为不足10%。

面对该背景,猫眼微影和淘票票也在进行各自的战略部署。其中,猫眼微影选择了垂直化发展,即借助在线票务的流量优势,向电影产业链的上下游做内容、宣发等环节。而淘票票则选择另外一条差异化路径,即做平台,并成为阿里影业做电影产业新基础设施的核心平台。围绕各自的发展方向,猫眼微影和淘票票也在进行后续的筹划。

今年1月曾有消息称,猫眼微影计划在香港上市,并筹集约10亿美元的资金。业内人士表示,猫眼微影现已将目光放在全产业链的布局上,这需要大量资金,假若赴港上市能够实现,则能给猫眼微影带来更为充足的资金发展自身业务。

此外,淘票票也在继续获得更多投入。阿里影业董事长兼CEO樊路远表示,“淘票票还处于快速成长期,我们会有效加强市场投入。今年春节档,淘票票在全链路营销方面会有更多创新,阿里体系内的协同效应凸显。阿里巴巴的两大超级App手机淘宝和支付宝不但将给予淘票票流量和入口端的大力支持,未来将在用户、产品、技术、营销等多个层面有更深层次的协同”。

许杉认为,背靠腾讯和阿里的猫眼微影和淘票票均聚拢了大量优质资源,这是二者能够成为电影在线票务市场双巨头的重要原因,也证实了此前业内对于电影在线票务市场将会由BAT掌握领先优势的预测。虽然猫眼微影和淘票票当下选择的发展路径并不相同,但现在并不能说谁对谁错,二者究竟谁能在对峙中更胜一筹,关键就在于能否有效利用背后的优质资源,将其整合为自身强大的推动力,从而进一步争夺市场。

北京商报记者 卢扬 郑蕊