

## 京翰教育陷业务抛售罗生门

北京商报讯(记者 刘斯文)十年前被迫退市,借壳上市又遭遇失败的京翰教育,如今又身陷拟出售上海一对一对业务给精锐教育的传闻之中。3月17日,北京商报记者向买卖双方分别求证,精锐教育方面表示此事“目前不确定”,而据接近京翰教育的知情人士表示,“不能叫出售,只是业务形态转型”。纵观近些年京翰教育的市场表现,在稳步扩张的同时,京翰教育从未放弃自己的上市梦,外界不禁猜测,此番抛售业务又是否是在为上市梦铺路。

据了解,京翰教育此次出售转移的是上海7家校区的一对一对业务和学员,但不包括出售上海校区,也不会转移员工。京翰教育在上海区域进行了业务形态的调整,将原有一对一对业务形态剥离,原有校区会继续运营。目前正在内测研发新产品并将在暑期推出,而对于该产品,其方向可能为职业教育。

面对传闻中的收购方“精锐教育”,行业普遍认为并不意外。在学易时代咨询创始人吕森林看来,精锐教育如若接管京翰教育上海一对一对业务是对其自身的“锦上添花”。精锐教育自上市以来,一直在实行着高速扩张战略。另有业内人士表示,精锐教育走的是高端一对一对辅导模式,做直营店并不容易快速扩张,通过投资、加盟的方式,笼络当地品牌是扩大品牌影响力的关键途径。

但无论京翰教育上海一对一对业务最终是否由精锐教育接盘,不能回避的便是去年校外培训机构迎来了史上最严监管,合规要求中对办学资质、举办地点、消防标准、老师资质等作出了高度规定。有业内人士称上海要求培训机构选址不得高于三层以上,而京翰教育的上海校区选址楼层都较高,一定程度给申请办学资质带来了困难。若要全部搬迁,成本很高。“京翰教育以学科培训为主,其是否能最终登陆资本市场,政策起着关键作用。”吕森林补充道。

## 爱奇艺率先实施短视频付费分账

北京商报讯(记者 卢扬 胡晓钰)爱奇艺于日前正式发布了《剧情短视频付费分账合作说明》,分账规则显示,要求作品时长在4-10分钟且要具有剧情推进,要以竖屏为主,单部或每季净片时长不得少于120分钟,集数不少于30集,前期平台与合作方将按照3:7进行分成。该规则强调的是短视频的“剧情向”,以此来区别短视频平台的视频内容;适用对象“剧情短视频”类似一种比短剧更加短小的微剧视频。在竖屏短剧普遍遇冷的背景下加码分账模式,或是长视频抢滩短视频市场前的一次铺垫。

此次爱奇艺抢在腾讯yoo视频、西瓜视频、新浪酷燃等众多平台前发布了剧情短视频付费分账规则,属于短视频付费模式的“第一版”。分账金额包含会员付费分账、广告、招商三部分,实行A、B、C3个等级,片方提交基本信息后,平台审核定级和报审,单价为5元、3元、2元每部不等。据了解,关于PGC短视频付费分账模式各大平台酝酿已久,有媒体报道称西瓜视频的付费模式也计划今年推出。

对于长视频平台涉足短视频战场,影评人马哥表示:“虽然长视频平台进入时间晚,但一进场就PK专业内容,且推出明确的商业变现模式,在竖屏领域有望弯道超车,与抖音、快手等依托信息流广告变现的短视频平台一决高下。”此外,在业界人士看来,剧情短视频分账新规则的出现,也有“小而美”的商机并存。西安建筑科技大学戏剧影视学方向讲师赵阳指出:“在爱奇艺公布了分账规则后,市场内的盈利规则将更加清晰,小企业或许能够凭借剧情短视频,渡过寒冬。”

然而对于爱奇艺的“分账邀约”,一些视频公司的态度乐观但并不盲目。例如勿幕电影创始人张严西表示:“我们2017年3月起就陆续在做PGC,但平台没有特别明晰的商业模式,一直以招商为主做全网分发,没什么版权收益。我觉得这个市场就像网大和网剧刚开始的时候,前期需要资本方面的扶持来撑住这个生态。”

# “通宵娱乐”助力海南夜经济

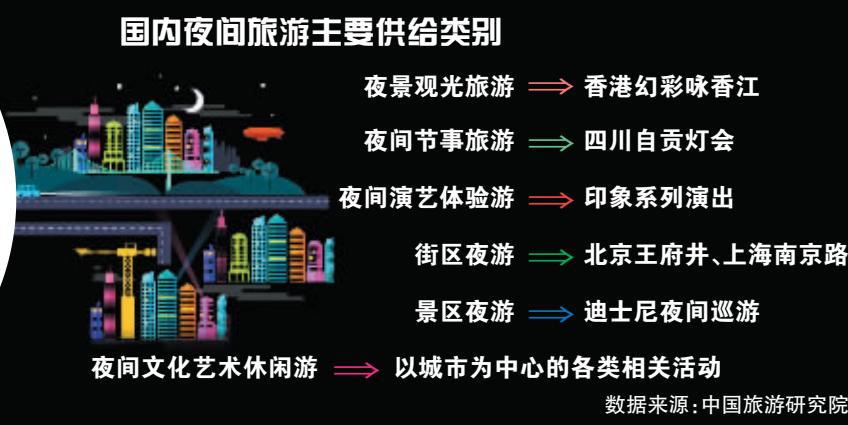
自贸港东风强劲,“每日凌晨2时至上午8时娱乐场所不得营业”的规矩也正在为海南掘金“夜经济”开绿灯。根据海南省旅游和文化广电体育厅发布消息显示,日前,该部门收到了文化和旅游部复函,允许海南在重点旅游区内设置通宵营业的娱乐演艺场所。在业内看来,多家娱乐演艺场所通宵营业后,对当地旅游将形成强刺激,不过,如何有效针对目标客群形成差异化吸引力,也成为旅游娱乐企业需要思考的问题。

## 政策松绑

虽然开了绿灯,但规矩仍在。文旅部在批复中强调,海南要明确重点旅游区的范围;设立娱乐、演出场所应当符合《娱乐场所管理条例》《营业性演出管理条例》等相关规定;娱乐场所、演出场所内的娱乐、不得含有法规禁止的内容;要建立健全相应监管措施,加强事中事后监管。

而这一结果早有铺垫,早在去年12月,国家发展改革委印发《海南省建设国际旅游消费中心的实施方案》中就曾提出,要提升重要旅游城镇和休闲度假区的商业配套水平,允许在重点旅游区内设置通宵营业酒吧和娱乐演艺场所。当时就有业内人士分析称,这项规定与我国现行的《娱乐场所管理条例》每日凌晨2时至上午8时,娱乐场所不得营业”内容存在相悖之处。

在业内看来,本次文旅部对于海南夜间文旅活动的政策松绑,实际上有一定的市场需求基础,带有一定“实验”意义。根据中国旅游研究院日前发布的我国夜间旅游研究报告显示,近



年来,我国“夜经济”产业中,文化、旅游的角色正加速被强化,专项调查数据表明,当前我国游客夜间旅游参与度高、消费旺,九成左右游客有夜间体验的经历。还有专家告诉北京商报记者,从目前文旅部的回复来看,所谓“重点旅游区”很可能不是划定一片整体的区域,而是在各个主要景区、主题公园或者旅游资源周边圈定一定的区域开发通宵的娱乐演艺场所,延长景区产业链和留客时间,扩大这些景点吸引客流的能力。

## 先行先试

虽然“通宵经营”对我国旅游业来说,还是一个新鲜的课题,但是在不少景区、主题公园已陆续先行先试了一些延长开放时间、增加夜场活动等新模式。携程国内游负责人张祺告诉记者,以三亚为例,当地夜游的需求主要集中在亚龙湾和海棠湾,但因为这两个湾区离市区较远,所以此前夜间游玩场所相对较少,游客大多只能在酒店活动。但近年来,当地陆续在亚龙湾和海棠湾开设了好几个且规模较大的娱乐、餐饮综合广场弥补市场空白。

不过,也有多位专家告诉北京商报记者,海南虽然旅游资源丰富,但在开发夜间文旅活动上,还需要“做足功课”。中国旅游研究院副研究员吴丽云认为,对于本地游客来说,夜市街区的周边设施配套和城市公共服务体系健全完善很重要。而像海昌梦幻海洋不夜城,消费客群多为外来游客,应该与政府协调,做好景区和酒店之间的公共交通设置,保障游客在夜间旅游的出行便捷和人身安全。

中国旅游研究院旅游经济实验室助理研究员张佳仪也提出,从目前海南的旅游需求来看,国内游客中北方游客去海南疗养、休憩,以及一些亲子家庭去海南度假的比例相对较高,这些游客在海南居住的时间有限,身体条件也不太允许频繁参加一些夜间旅游、通宵的活动。因此,海南如果要开发夜间旅游尤其是通宵娱乐项目,就需要将目标客群进一步细化,比如针对青年游客、国际游客推出一些差异化的产品和活动。”

## 掘金风口

“整体来看,海南夜间演艺、美食

夜市、邮轮夜游、夜间观海等夜游产品发展已较为成熟,已有的旅游设施,公共环境和游客群体,为重点旅游区设置通宵娱乐场所提供了较好的基础。当地可率先从夜市、演艺、主题公园夜场等场所进行通宵试点,文化旅游企业也可从这些角度切入市场。”张佳仪称。

实际上,北京更富文化资源禀赋,文化机构集中,在业内看来,海南的政策松绑对北京文化企业来说无疑是个机会,但截至发稿时,北京商报记者联系了多家在京的文化机构,尚未得到关于进军海南计划的任何回复。

在中国创意产业研究中心主任张京成看来,海南通宵娱乐演艺场所获批或许能给北京的特色民营院团带来发展机会,让它们能带着自己的作品到当地演出,但传统国有大型院团相对较难,因为其市场运营能力相对较弱。不过,张京成也提出,北京特色民营院团去海南演出,需在作品上有所选择,如符合海南当地旅游度假定位的轻喜剧类型等;不过,相较在北京本地演出,北京院团前去海南演出,交通、住宿等费用支出会导致成本明显增加,而这也是北京院团掘金当地市场前需要解决的问题”。

演出行业分析人士黎新宇还提出,北京院团若想在海南发展演出业务,直接根据当地情况创作新剧目成本较高,可以通过将原有成熟剧目进行本地化改编,在一定程度上能够降低成本。此外,张祺还介绍,从跟团游产品开发来看,常规产品自由活动时间较少,不太会涉及到一些夜间的游玩场所。但是一些私家团、小团、半自助等产品已经开始计划覆盖一些夜间活动场所。

北京商报记者 蒋梦惟 郑蕊/文  
代小杰/制表

## 光线影业还懂青春吗

## 三星评分。

票房与口碑双低的情况,不禁让外界对该片本身产生疑问,更引起人们对该片背后的出品方,也是最早挖掘出青春片市场的光线影业产生关注。对此,北京商报记者就该片市场表现联系光线传媒相关负责人,截至发稿时,暂未收到对方的回复。

实际上《阳台上》只是近年来光线影业票房较低的青春片之一,北京商报记者初步统计,自2016年起至今,光线影业出品或联合出品的6部青春片里,只有2部实现票房破亿元,即《悲伤逆流成河》和《谁的青春不迷茫》,而其余4部影片的票房均为千万元甚至百万元规模。

影评人刘贺表示,无论是知名明星出演还是IP改编,均是试图保障电影市场效果的方式之一,但却不是万能药,不能确保万无一失,关键还在于内容本身。如果拥有过硬的内容,明星与

IP均能锦上添花,实现更大的宣传效果,假若内容不佳,再多知名明星出演也难以挽回票房,此前已有诸多案例证明了这一点。

从观众反馈来看,近年来光线影业出品的部分青春片或多或少会遭到质疑,且大多离不开缺乏新意、故事情节套路化等,如2017年上映的《秘果》,部分观众便反馈“套路老掉牙”、“人设存硬伤”、“槽点满满”等。

此外,光线影业的青春片难以再获曾经的盛况也离不开电影市场的变化。近年来,随着观众需求的增加以及制作技术的提升,国内电影市场的影片类型、题材愈发多元化,同时每年上映的国产新片数量也常年保持在两三百部,意味着约每两天便有一部国产新片上映,再加上多部海外大片抢占市场,青春片的发展空间持续感受到愈发激烈的竞争。

在北京大学文化产业研究院副院

长陈少峰看来:“青春题材本身是没有问题的”。现阶段全国电影票房每年已超600亿元,但青春片每年所实现的票房总和大约为20亿元,在整个市场中占比仅为3%,作为一个能引起年轻观众共鸣、让年龄较大的观众回忆起青春时期的影片类型而言,青春片应能有更大的发展空间。

值得注意的是,青春片还有另外一个作用,即成本相对较低,同时还能培养新人导演、演员,这也是光线影业此前大力布局青春片的目的之一。在从业者看来,青春片的突破点在于能否打破惯有思维,在现有内容套路的基础上实现创新,寻找更多与青春相结合的元素与题材,而不是只停留在青春本身,此外在项目运作上也要与观众当下的需求、生活习惯进行契合,为青春片提供更大的发展空间。

北京商报记者 郑蕊



## ☆ 茶具限时优惠 ☆

1. 会员尊享全场茶具产品2首件免。2. 以下10款茶具非会员9.5折,会员8.5折。

玻璃带把公道杯	原价 28元
吴裕泰瓷质彩韵马克杯	原价 55元
吴裕泰一体式玻璃飘逸杯	原价 80元
吴裕泰瓷质清雅茉莉茶叶罐(小)	原价 88元
吴裕泰不锈钢玻璃储心型套组	原价 138元
吴裕泰瓷质经典马克杯	原价 50元
玻璃陶瓷盖碗	原价 66元
吴裕泰瓷质优雅兰花茶叶罐(小)	原价 88元
吴裕泰青瓷悦色茶汤匙	原价 99元
吴裕泰瓷质清雅茉莉茶叶罐(大)	原价 158元

## 积分换券当钱花

兑换时间:3月16日-4月19日

兑换 1000积分 15元抵扣

3月16日-4月19日,一次性消费

有机茶满150元以上即可使

用,每单限用1张。

兑换 1500积分 20元抵扣

4月20日-5月31日,一次性消

费吴裕泰绿茶满200元以上即

可使用,每单限用1张。

登录微信服务号“吴裕泰茶生活”,开启更多惊喜

## 会员登录得好礼

3月16日-4月19日,会员登录微信服务号“吴裕泰茶生活”微信商城,可限时获赠5元抵用券1张,一次性消费满50元以上即可使用,每单限用1张。

## 送您心目中的Star C位出道

3月16日-4月19日,会员登录微信服务号“吴裕泰茶生活”微信商城,参加“送您心目中的Star C位出道”活动可获赠200积分。票选出1款最受欢迎的有机茶,将有神秘活动。

