

再收“阿狸” 融创能做好文化生意吗

火红的小狐狸阿狸走进了融创的大门。8月21日,融创文化对外宣布对梦之城实现战略控股,并计划对梦之城及其下属控股公司旗下拥有的阿狸、小鹿杏仁儿、罗小黑、皮揣子等多个动漫形象进行IP层面的孵化与开发。近段时间,融创在文化领域的动作不断,短短8个月的时间便相继进行了成立融创文化集团、推出内容板块“融创影视”、投资梦之城等诸多动作,此外《流浪地球》、《疯狂的外星人》、《全职高手之巅峰荣耀》等影片的背后也出现了融创的身影,每一个布局均映射着融创的文化野心。



融创文化大事记

2018年12月
融创文化集团正式成立

2019年2月

《流浪地球》、《疯狂的外星人》和《熊出没·原始时代》上映,前两部拍摄于东方影都融创影视产业园,后一部由乐创文娱出品发行

2019年6月

内容厂牌“融创影视”对外亮相

联合出品电影《全职高手之巅峰荣耀》

2019年8月

战略控股梦之城

纳新

诞生于2006年Hans(徐瀚)笔下的小狐狸阿狸,总是穿着一条白色短裤,一脸笑眯眯地摇着尾巴,以童话绘本与四格漫画形式在互联网上亮相,之后以QQ表情迅速走红。8月21日,随着融创文化集团正式宣布独家投资梦之城,实现对梦之城的战略控股,阿狸及梦之城旗下小鹿杏仁儿、罗小黑、皮揣子等多个动漫形象,均将与融创产生密不可分的关系。

此次战略控股投资完成后,融创文化集团将对梦之城旗下的动漫IP进行从动画、电影、绘本、短视频、游戏开发、艺术展览、衍生品开发、商品授权到线下实景娱乐等全产业链深度运营,并将持续进行原创动漫IP的孵化。

融创文化方面表示,控股梦之城是集团落地“内容+平台+实景”的一次尝试。梦之城融入文化集团后可完成IP形象的深度内容开发;融创文化也将尝试将阿狸等梦之城开发的动漫IP植入到融创文旅集团的文旅城内,实现两大战略板块间的协同。

在华熙国际投资集团有限公司文化产业运营负责人李虹看来,融创战略控股梦之城

是必然动作。“像融创有许多的文旅城,它需要用文创产业来填充一块,还可以做自己的企业品牌,达到自身升值的目的,而对于梦之城,则寻找到了资金和资源。”

据梦之城2018年年度报告显示,报告期内该公司归属于挂牌公司股东的净利润为422.97万元,而在2017年,该公司则亏损了1018.4万元。徐瀚曾在接受媒体采访时说道:“梦之城确实遇到了一些问题,包括营收上和战略上的。我不回避这些问题,但是公司的经营和阿狸这个IP是两码事,我个人觉得,阿狸是成功的。”

“文创公司,其现金流就很一般,资金趋紧,盈利没有保障算是行业通病。”李虹解释称;所以急需找到背后能够支持它的,一方面是可以提供资金的,比如大的合作方或者股东,另一方面是能够为它创业路上或是能为做文创的路上提供线上线下各种支持资源的。”

圈地

作为一位中途加入文化产业赛道的跨界者,融创此前将乐创文娱纳入旗下、收购包括万达东方影都在内多个项目的动作已然引得

业内议论纷纷,而自2018年12月底成立融创文化集团以来,融创更是动作频频,尤其是从今年开始,短短的8个月,融创似乎一直在加大马力试图更快地在文化产业站住脚跟。

今年初的春节档,三部上映电影《流浪地球》、《疯狂的外星人》和《熊出没·原始时代》让融创出现在人们的视野中,前两部电影拍摄于融创文化旗下的东方影都融创影视产业园,而后一部《熊出没·原始时代》则是融创文化旗下乐创文娱出品发行。

今年6月,融创文化集团在上海电影节上将全新的内容厂牌“融创影视”对外亮相,而“融创影视”的实体公司则是2019年4月10日成立的融创未来文化娱乐(北京)有限公司,且在活动现场,“融创影视”宣布投资电影《刺杀小说家》。

而在本月,融创在文化产业的动作更是接二连三,不仅在正在上映的动画大电影《全职高手之巅峰荣耀》的联合出品方一栏中,出现了融创未来文化娱乐(北京)有限公司的名字,融创西南还与摩登天空战略签约,双方将联合孵化全新的音乐IP“向往音乐季”,而此次与梦之城的牵手也只是众多水花中的一朵。

在从业者看来,融创目前正在通过投资、战略签约等多种方式在文化产业跑马圈地,

铺下一个大棋局。深创投集团执行总经理刘纲表示,融创在东方影都和文旅项目的投入,为自身布局文旅领域做了积累和基础,而若要真正进入到产业核心,便需要内容和IP,比如此次战略投资梦之城就是为了谋求在动漫领域的一个源头掌控力,从而覆盖到产业链的上游层面。

野心

早在两年前,融创中国董事会主席兼执行董事孙宏斌就用“我在很多年前就投了个影视公司”来表达他对文化影视行业的期待和关注。虽然融创文化集团才成立不足一年,但频繁的业务布局,以及现已拥有10座文旅城、4个文旅度假区和9个文旅小镇的数字,已经让融创的文化野心尽显。

“融创大量的资金储备是入局文化产业的优势,实际上地产商一般都会将50%的资金用于房地产业务的继续开发,其余50%用于其他产业的开发,选择文化产业能够让融创旗下的文旅城与文化项目相互补足,在培育文化产业的同时也让融创在地产业的地位更加稳固。”李虹如是说。

然而,从当下的反馈来看,融创接连不断

的动作和持续扩大的业务布局,尚未能让所有项目都实现完美的结局。以正在上映的《全职高手之巅峰荣耀》为例,尽管该影片由知名IP改编,本身有着不小的粉丝群,但影片上映6天票房仍未达到亿元,截至北京商报记者发稿,该片累计票房为7855.4万元。猫眼专业版预测其最终票房将会在8956.5万元左右停留。

除此以外,鉴于融创半路出家的背景,也引来部分从业者的讨论。“影视等文化产业有着较高的专业度,需要靠实力说话,假若没有专业能力和经验,仅凭借资金则难以在业内站稳脚跟,高投资影片也会时常有无法得到市场认可的情况出现,因此对于融创而言,能否有专业团队操作具体业务,积累经验推出受到市场认可的作品是关键所在”,投资分析师许彬表示。

融创文化方面表示:“优质内容IP的开发,也是行业里大家都需要共同面对的一个难点,如何做出与中国观众有深切情感共鸣的人物形象和故事,并且能够产生适合全产业链开发的IP沉淀?优质内容IP是最难的,也是最重要的,我们愿意用3-5年的时间和耐心去做好它”。

北京商报记者 卢扬 郑蕊 宗泳彬 实习记者 杨雅

Market focus

破市场壁垒 牛栏山、红星“光瓶酒”打出差异牌

产品多元化布局

北京商报记者在调查线上网购平台时发现,牛栏山推出“魁盛”大师级手工原浆,作为冲击中高端市场的利器,53°618ml单瓶装清香型二锅头在京东以及天猫平台的牛栏山官方旗舰店均售价618元。同为北京光瓶酒企业的红星也另有举措,推出42°500ml单瓶装兼香型二锅头“纯粮兼香”。

北京商报记者走访了解到:“纯粮兼香”更侧重于线下商超层面,但牛栏山却只做线上销售。牛栏山相关负责人表示,此产品现阶段在电商渠道销售。

在走访沃尔玛宣武门店时,店员对北京商报记者表示:“纯粮兼香的价格与其他光瓶酒价格相差最多5元钱,但是口感和包装都更好,性价比也较高。因此,顾客咨询的时候,我会比较推荐选择这款酒。”

破局现有市场壁垒

面对市场同质化现象,突破行业壁垒打造一款有特色的产品,成为了企业突破困局发展的一线天。“魁盛”发力中高端市场,在延伸产品线的同时,也进一步向名酒靠拢;红星则是立足于擅长的光瓶酒领域,进一步深耕消费群体,提供高性价比产品。这从一定程度上来说规避了同质化以及集中化现象,使产品体系更加丰富的同时,也进一步突破了市场现有壁垒。

作为北京地区的光瓶酒代表企业,以二锅头系列产品为人熟知的牛栏山和红星,纷纷在暑期推出新品进一步布局产品体系,从而开拓更为广阔的市场。近日,北京商报记者调查了解了多方渠道获悉,牛栏山推出新品“魁盛”布局中高端产品线;红星则立足于光瓶酒领域,推出了兼香型。业内人士认为,面对民酒竞争越发激烈,牛栏山与红星分别推出不同定位的产品,在迎合消费者不断变化的消费观念的同时,也通过其高端化与高性价比等方面进一步开拓了市场,成为破局利器,打破市场禁锢。

白酒资深营销专家晋育锋表示,过去同质化较为严重主要是由于无法对消费者进行定位,导致产品无法细分,只能从产品价格上做文章。但如今,随着互联网以及云计算的兴起,为企业提供了足够的技术支持,从而帮助牛栏山与红星根据品牌定位,找到目标客户并推出新品,实现精准定位和精准送达。因此,可以规避同质化概念。

差异化、精品化将成趋势

纵观当下白酒行业整体发展,全国化酒企呈现下沉趋势,市场逐渐向优质产能以及优质品牌转换,这也导致市场竞争日益加强,形成了白酒竞争的新产品。这从一定程度上要求酒企需要打造差异化产品,来满足消费者的需求。

业内人士认为,虽然作为区域性民酒品牌,此次牛栏山与红星推出的新产品,均从价格以及产品包装上突破了传统界限,这也将成为未来白酒行业差异化发展的趋势。中国食品产业分析师朱丹蓬表示:如今市

场面临着同质化现象,无论是产品种类、经营模式,还是包装设计方面都较为严重。在面对当下消费红利释放后的机遇时,推出差异化产品成为了企业面对的重中之重。”

随着消费者观念以及消费水平的不断提升,除推出差异化产品加深消费者对品牌认知度外,精品化也能够为产品溢价。当下,消费者逐渐在追求价格逐渐向追求品质转变,这无疑为酒企在酒业后调整时期提供了新的红利。无论是延伸产品线,还是深耕产品领域,各企业纷纷从口感、包装以及价格方面逐渐趋向名酒。这从某种程度上也意味着产品要从颜值、价格、品质等多方面向高端化、精品化提升,并促进市场向更高端、更新颖的产品着重发力。因此,推动产品高端化、精品化进程,成为顺应市场发展的必经之路。卓鹏董事长田卓鹏在接受北京商报记者采访时表示:“未来,行业将向高端酒集中,并且在生产环境升级的大趋势下,产品将向着精品化发展,这进一步促使企业为产品赋能”。

北京商报记者 刘一博 实习记者 冯若男

重要细节公布 复星收购托马斯库克读秒

北京商报讯(记者 蒋梦惟)针对日前业界有关复星文旅收购欧洲老牌旅行社托马斯库克的一系列传言,8月21日,复星文旅相关负责人向北京商报记者进行了回复。该负责人介绍,在谈判过程中,托马斯库克向复星文旅提出了一份重组方案,其中明确表示,希望复星文旅拥有托马斯库克的旅行社控股权和航空公司的重要少数股权。至此,复星文旅收购托马斯库克的多项重要细节逐步清晰。

据上述相关负责人透露,目前复星文旅正在和银行、债权人进行紧密磋商,希望为托马斯库克引入7.5亿英镑的新资金。同时,大额的外部银行借款和债权将被转为债权。值得注意的是,复星文旅表示,包括由其控股的托马斯库克旅行社等内容的重组方案,受限于一定的先决条件,涵盖托马斯库克的业绩表现、尽职调查和该公司利益相关方的进一步讨论和最终协议(利益相关方包括养老金托管机构、债券持有人、其他借款出借方),复星文旅股东批准,以及监管机构和反垄断机构的批准。

作为世界首个以旅行社起家的企业,来自英国的托马斯库克近年来在中国市场动作频频,去年11月其还与复星集团在三亚成立了海南省首家中外合资旅行社三亚Thomas Cook托迈酷客旅行社。此外,复星文旅和托马斯库克还在上海成立了旅行社公司;今年1月,双方还签署了合作开发位于丽江和太仓两家酒店的备忘录,由复星文旅负责开发建设,双方合资旅行社企业Thomas Cook托迈酷客运营管理。

此前业界就有观点认为,复星似乎想要借助托马斯库克在境外旅游市场的资源优势,进一步开拓旅行社业务版图。实际上,多条腿走路的复星文旅,已经开始让Thomas Cook托迈酷客肩负起了相当比重的旅行社业务扩张重任。今年3月,复星集团曾披露消息称,Thomas Cook托迈酷客与Hananatour集团旗下日本入境旅游代理商Hananatour日本,正式签约成立目的地管理公司,在日主要开展中国入境旅游业务,为赴日中国自由游客开发产品和服务。

不过,另一方面,虽然登顶全球历史最悠久旅游公司的光环,但托马斯库克过去一段时间日子并不好过,在金融市场遭遇了“股债双杀”。5月16日该公司发布的半年报显示,截至今年3月末的半年内,该集团的经营性亏损为14亿英镑,公司的净债务为12.47亿英镑。而且,在截至今年5月的过去这一财年中,托马斯库克已三次发布了盈利预警。花旗银行在今年5月下旬还将该公司股票下调至“卖出”评级,甚至将其目标价格降至0。

“虽然托马斯库克这块金字招牌在全球旅游业还是具有一定影响力的,但在我国全面竞争的旅行社市场上,该企业能为复星带来多大帮助还难以预测。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云认为,对于托马斯库克等有意或已经入华的国际旅游企业来说,现阶段本土化难度很大,在中国市场上获取客源和资源的能力不如我国的旅行社和OTA,但这个弱项却是决定它们在中国市场竞争能力高低的重要依据。