

线上收官线下巡演 综艺IP掀起“O2O热”



曾经只能隔着屏幕观看的综艺节目，如今纷纷从线上奔向线下办起全国巡演，掀起一股综艺IP“O2O热”，不仅《这！就是街舞》全国巡演“城市大师秀”已正式拉开全国巡演的帷幕，并于日前完成北京站的首演，此前《中国新歌声》、《声入人心》等多个综艺也均曾在节目收官后于国内多个城市举办演唱会，得到观众火热的反馈。随着越来越多综艺节目走向线下演出，在实现综艺IP价值进一步延展的同时，也让业内思考这一模式是否能够在更多综艺节目的身上实现完美复制。

蔚然成风

“全部票品提前售罄”、“整体票房超出预期”、“一经开票就瞬间售罄”、“现场座无虚席”……这些经常在大牌明星演出中出现的场景，现阶段也在综艺节目线下巡演的过程中不断重演。

刚刚在本月初收官的《这！就是街舞》第二季，如今又来到了线下演出。8月16日《这！就是街舞》全国巡演“城市大师秀”在北京展览馆开启首场演出，现场3支重量级舞团、6位大咖、24位民间高手上演了一场Battle战，引得观众连连赞叹。

据大麦网Mailive事业部总经理尤佳透露，早在去年12月大麦网便开始与优酷《这！就是街舞》团队沟通街舞巡演计划；当时《这！就是街舞》第二季已经确定要做，大家希望在这一届加入巡演，最终到今年的4、5月正式确定下来”。而根据演出计划《这！就是街舞》全国巡演未来还将在上海、深圳、杭州等城市进行，这令不少观众翘首以盼。

线上节目收官，线下开启全国巡演，这并不违《这！就是街舞》的特例，近年来多个综艺节目也已开始尝试这一“O2O热”的新玩法。以音乐选秀节目《中国新歌声》为例，两年前该节目便已在深圳等多个城市开始举办群星演唱会，包括吴莫愁、李瑞轩等人气学员纷纷登台演出。除此以外，近两年有着较高热度的《声入人心》，也在今年开启全国巡演，其中巡演首站开票当天，短时间内门票便被一抢而空。

破圈联动

一个又一个综艺节目从小屏幕走向大舞台，虽然表面上只是一场场演出，但背后实际上是多个平台的破圈联动，集合各方力量进一步挖掘综艺IP的内在价值，开拓出更多商业化的可能。

据优酷高级制片人《这！就是街舞》第二季项目总负责人刘栋介绍，基于街舞IP，阿里文娱今年进行了全方位的商业化尝试，不仅开发了超过50个品类130多种衍生品，同时积极推动街舞巡演的落地。为了让IP更好地实现产业化沉

淀，街舞巡演将与第三季节目进行联动，每个城市站产生的各舞种专业比赛冠军，将直接晋级《这！就是街舞》第三季海选录制，从而通过线上线下的全面打通形成街舞IP的延续。可以说，此次巡演不仅是对节目掀起的街舞文化热潮的延续，同时也是阿里文娱对《这！就是街舞》IP价值的深度挖掘和全链塑造。

北京商报记者了解到《这！就是街舞》第二季的巡演计划是阿里文娱线上综艺与线下巡演全链路赋能IP价值的首个案例。而在今年4月，阿里文娱曾宣布在产品技术、宣发和内容三个方面全面打通，打通各条业务线的边界，真正做到集团军作战、产业化联动、突破式创新。

尤佳表示：“《这！就是街舞》第二季的热播标志着更多的普通用户开始关注街舞文化、认可街舞文化，而其延续需要更多的场景给予加持，通过与优酷内容打通，将线上综艺带到线下场馆，让更多的粉丝和普通观众近距离走进街舞，切实体验街舞带来的青春文化。当文化得到关注和延续，文娱打通的商业化、优质IP的商业化都已

经在路上”。

因地制宜

尽管目前各个综艺IP衍生的线下演出实现较好的售票情况，但如何才能呈现出更好的演出效果，是人局者不断探索的领域。且北京商报记者调查发现，现阶段举办线下巡演的综艺节目更多与音乐相关，包括《中国新歌声》《声入人心》等均为音乐选秀节目，而类似《这！就是街舞》属于舞蹈等其他类别的综艺节目，只有少数真正实现巡演计划。

影视传媒行业分析师曾荣向北京商报记者表示，演唱会具有较大的受众规模，是演出中的重要类别之一，而音乐类综艺举办巡演恰好能够直接对接演唱会，因此音乐类节目举办全国巡演来延伸IP有着天然的延续性，其他类综艺在此方面相对弱势，因此也会面临一定挑战。

据尤佳透露：“从整个行业来看，街舞圈层的落地巡演很少见，因此本轮节目官方巡演在城市选择和场馆选择上并没有既定的参考标准。优酷数据显示《这街2》播出以来，在城市分布方面，上海、广州、南京、北京和杭州等城市的用户最爱看街舞。大麦网基于这一数据反馈并结合自身丰富的线下演出运作经验，最终选择在北京、上海、深圳和杭州落地巡演。在场馆方面我们也在不断尝试和探索，比如北京站选择的是剧场，上海深圳是Livehouse，杭州则是黄龙体育馆。同时，随着巡演进程的推进我们积极通过各个渠道搜集用户的反馈和宝贵意见，并及时进行调整，以不断提升用户体验”。

在曾荣看来，综艺节目举办线下巡演是开拓IP价值，实现热度延伸中一种较好的尝试，但并非适用于所有综艺节目；如果综艺节目没有一定规模的粉丝基础，或是线下演出无法给予观众更好的体验感，便难以获得预期效果，反而得不偿失”。

北京商报记者 郑蕊

· 资讯 ·

第十七届北京国际图书节开幕

北京商报讯(记者 郑蕊)8月21日，第十七届北京国际图书节正式开幕。本届北京国际图书节以“壮丽七十载 书香新时代”为主题，在为期5天的活动里为读者带来多元化的阅读体验。

本届图书节着重回顾新中国成立70年来中国出版发展历程，共设置新中国成立70周年出版成果主题展区、实体书店街主题展区、冬奥主题展区等13个展区，展出各类精品出版物近5万种。此外，还首次在展区外设立包括20家图书馆和97家实体书店在内的100余家分会场，将举办阅读推广活动1000余场。

北京市委宣传部常务副部长赵卫东表示，通过此次图书节深入推进全民阅读推广普及，助力文化消费升级，激发文化创造活力，提升文化供给水平。同时向世界宣传北京全国文化中心建设最新成果，促进国内外文化交流和出版合作，将图书节打造成具有标志性和示范性的全民阅读公共平台和文化产业服务平台。

《国家地理·深蓝》还原海底世界

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)海洋沉浸式体验互动展《国家地理·深蓝》日前开展。本次展览由一个科幻主题故事展开，贯穿10个不同空间主题展厅，并利用全景漫游沉浸式体验技术，3D还原海洋生态环境。

1:1复刻潜水艇“深蓝2069”，作为现在与未来的连接站，承载着捍卫海洋生态的决心；丰富的多媒体互动游戏，令参观者即刻想要参与到保护海洋的行动中来。此外，本次展览还将不定期举办环保主题活动，开设儿童教育板块，帮助体验者拓宽知识领域。

中嘉集团CEO潘军表示：“近几年，海洋环境受到严重危害，很多海洋生物面临濒危的处境。本着对海洋的热爱，改善海洋环境、大力提倡环保的理念下，提出此次展览规划，意在推动大众对海洋环保的认知”。

朝阳区税务局勤做加法 纳税服务再升级

“您好，请问您是咨询什么问题呢？”我想请问一下，作为一家医疗科技公司，我们现在能享受哪些税收优惠政策？”您跟我来，我详细和您解答一下。”接着，记者现场看到一名税务干部将这名纳税人从办税台引导至应急咨询窗口并给予了详细的政策解答。当时正值早上9点的排队高峰期，在短短的几分钟内，同样的情形又发生了多次，办税台前等候的人数骤减，刚开门时嘈杂的大厅又变得井然有序。

据了解，朝阳区税务局积极打造“前端导税+分层咨询+流动服务”的立体缴税辅导体系。在人流高峰期，另行设立应急咨询团队，增开咨询窗口，提供“流动”服务，同时该局设立专家团队，遇到疑难问题时直接将纳税人引导至专家团队负责的业务窗口，以确保在高峰时段迅速解决疑难杂症，减少排队人数。

办税服务厅的立体化辅导体系是朝阳区税务局提升纳税服务的硬举措；“预约办税+一窗办理+快捷窗口”的服务举措则是优化纳税服务的软提升。据悉，朝阳区税务局优化纳税服务、简化办税流程，力争在短时间内为纳税人算好“缴税账”。不仅全面推行纳税人自选时段的预约办税模式，上线最新个人股权转让预约功能，并设置简易办快捷窗口，针对个税密码发放、实名认证等业务即来即办，全面缩短纳税人等候时间。同时，为了实现纳税人“最多跑一次”，对发票挂失、逾期补报等关联业务实行一窗办理。

除此之外，一次性告知制度，容缺办理服务以及动态延时服务等各项纳税服务举措让纳税人感到实实在在的便利。

朝阳区税务局纳税服务科科长平立新表示：“朝阳区税务局将不断创新工作方法，真正将‘想纳税人之所想，急纳税人之所急’落实到行动上，为纳税人提供更优质的纳税服务”。

北京日报社 拟领取记者证人员公示

北京日报社拟申请为肖涌刚、陈婷婷办理记者证，特此公示。

公示期：
2019年8月23日至2019年8月30日。

举报电话：
北京日报社人事部：
010-64101810
国家新闻出版广电总局：
010-83138953

北京日报社
2019年8月23日

中国人吃自己产的橄榄油！

绿色食品 GreenFood
LB-10-19011700392A
经中国绿色食品发展中心许可使用绿色食品标志

保护南水北调核心水源地优质水源
助力“一江清水送北京”

湖北十堰郧阳区，环丹江库区，世界级优良水源地。
成就5万亩无可复制的优质油橄榄种植基地。

鑫粮源特级初榨橄榄油 特别推出
消费扶贫 特惠体验装

全国客服热线
4001006338
湖北鑫粮源科技发展有限公司 鑫粮源官方公众号