

名厂争相入京 逐鹿演艺之都

“这次来了就不走了!”立在隆福大厦一层的装修围挡日前吸引了许多路人的关注,而这句信心满满的“留言”来自知名脱口秀厂牌上海笑果文化传媒有限公司(以下简称“笑果文化”)。作为笑果文化在北京的首店,笑果工厂预计将于今年二季度正式对外营业。北京商报记者采访了解到,三年疫情过后,正在建设“演艺之都”的北京,演出市场正在加速回暖。据市文旅局数据,2月20日-26日间将有650场线下演出与观众见面,许多在2022年宣布延期的线下演出,将在上半年陆续登上舞台。此外,线下演出市场将在2023年迎来一波开店潮,除笑果文化外,北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司(以下简称“开心麻花”)等喜剧产业公司落地北京的新店已在规划、建设阶段。就在精彩演出接连登台的同时,投资方、出品方也正蠢蠢欲动,寻找市场新机遇。



到排练中断和演出延期等问题,投资人总是慎之又慎,但我们一直心存希望和热爱坚守着。”导演赵霞坦言,搞文艺本身是个非常烧钱的事情,需要经济成本,也需要时间成本,资本入局的动作让她和团队松了口气,因为这证明了线下演出的市场价值仍能被市场关注到。

演出行业分析人士黎新宇谈到,今年的演出行业竞争将非常激烈,经历了前段时间的低谷期,演出环境和观演需求正逐步回温,资本也将更多视线重新投向演出市场。这意味着,抓住时机拿出优质作品得到观众青睐的演出方,更容易在今年被资本方捕捉。

今年,着力打造“演艺之都”首次写入北京市人民政府工作报告。春节期间,北京全市87个剧场举办线下营业性演出共计174台1061场,吸引观众21.7万人次,票房收入3363.5万元,演出场次、观众人数、票房收入同比分别增长38.2%、64.4%、27.1%。

黎新宇认为,春节以来首都演出市场的表现也让外界看到了北京在这块领域潜藏已久的实力,资本在此时入局,也是希望能借业内盼复苏、市场正回温的势头收获更多回报。

北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任沈望舒指出,演艺市场的恢复,一方面需要市民的观剧消费潜力持续释放,另一方面需要首都演艺价值链供给侧的卓越发挥,精益求精。要从剧本端、创作端给予更多政策关注,从而提升创意、创作水平,让优秀作品有更大成长和发展空间。演艺作品的创作更需要契合高质量发展主题,用魅力价值打造首都特色大戏品牌,发散首都文化引领示范带动核心功能的产品、服务、业态、成就,是获得地位和市场的核心。

“尽管资本对演出行业投入了关注,但是整个行业的产业链条覆盖领域相对单一,在做出品牌特色的同时,还需要业内主动去拓展营收空间,让商业模式更加清晰完整。”高嘉进一步解释道。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

北京首店定档

春节过后,演出市场逐渐热闹起来。李荣浩、薛之谦、张杰、汪峰演唱会陆续官宣,点燃了无数乐迷的热情。而上一周的北京演出市场,国家大剧院、长安大戏院等演出场所,芭蕾舞剧《红楼梦》、舞剧《五星出东方》、京剧《锁麟囊》等大戏、好戏轮番上演。而受年轻群体喜爱的脱口秀,多个场次的门票已经售罄,在即将到来的3月,也有部分乐队的Live-house表演一票难求,据票务平台数据,目前正在售的音乐类线下演出超1000场。

线下演出门票卖得火热,带动着厂商们着手扩建演出新空间。北京商报记者调查发现,北京市东城区隆福大厦内已立起“笑果工厂”的装修围挡,并言明:这次来了就不走了!

此外,招聘平台显示,笑果文化在招的57

个职位中,仅1个职位的工作城市为北京东城区。招聘详情显示,笑果工厂店长职位,对喜剧有基本认识,了解脱口秀行业或从事演出剧院等相关行业优先。

发家于上海的笑果文化,素有脱口秀头部厂牌之称,通过线下演出与《脱口秀大会》等综艺积累了大批粉丝。而资本方面,用六年多时间完成8轮融资,公司估值已超30亿元。隆福大厦工作人员向北京商报记者表示,笑果工厂所属区域正在装修中,预计5月1日左右开始营业。

笑果文化相关负责人在接受北京商报记者采访时谈到,长期以来,笑果都有在北京举办各类演出、活动、训练营。北京首店是笑果非常重视的项目,很早就开始筹备,预计会在今年第二季度开展试运营和正式开业。

“北京的笑果工厂落成后,在带来更多服务北京本地核心观众演出和活动的同时,还

将引入笑果训练营等喜剧培训计划,带来更多‘喜剧节’‘年度秀’等品牌活动。”笑果文化相关负责人介绍,现阶段,笑果文化在西南、中部和广深地区的标准空间也在持续调研和考察中。

据北京东城区官方微信,笑果工厂未来每周将开展10场演出,预计可服务逾3000名观众。

另据此前报道,开心麻花与王府井集团官宣合作,重张后的东安市场将迎来开心麻花戏剧潮娱新空间。对于更多细节,北京商报记者联系开心麻花方面,但截至发稿未收到回复;东安市场现场工作人员介绍,对于该项目的推进暂不知情。

好看也要好赚

国家统计局数据显示,据对全国6.9万家

规模以上文化及相关产业企业(以下简称“文化企业”)调查,2022年,文化企业实现营业收入121805亿元,按可比口径计算,比上年增长0.9%。

据观研天下,截至2022年12月26日,文艺演出行业共发生投融资事件217起,其中发生的A轮和种子天使轮融资事件最多,均达71起。据天眼查,2022年6月,有脱口秀“南笑果北单立人”之称的单立人喜剧背后公司北京单立人文化传媒有限公司,新增股东北京大鱼快乐文化传媒有限公司。

“近年来喜剧文化通过社交网络在线上线下的快速传播,成为国内演出行业的新生力量,随着后疫情时代到来,观众追求简单直白的快乐的需求缺口又一次放大,多种因素让喜剧行业成为资本在演出领域的新宠。”投资分析师高嘉如是说。

“这几年来,即使手里拿着好项目,考虑

Market focus

多国“花式”来华揽客 地接供应链尚待重建



继泰国国家旅游局之后,斐济旅游局也把目光瞄向了中国市场。2月22日,斐济旅游局在大中华区市场正式推出全新品牌进行营销推广。截至目前,包括瑞士国家旅游局、泰国国家旅游局、斐济旅游局等诸多外旅局纷纷在华推出新产品或新措施招揽中国游客。此外,一些外旅局还通过跟国内旅行社合作推出新产品,或通过视频宣传的方式吸引游客。不过,整体来看,目前受制于航空运力、地接资源等因素,出境游市场还未恢复至2019年的水平,接下来,各外旅局、旅行社也在加紧布局,谋求分羹出境游市场。

新产品揽客

中国试点恢复赴泰国等20个国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务后,在首批开放的20个国家中,已有多个国家的外旅局“马不停蹄”地来中国市场抢先机。

据了解,此次斐济旅游局推出的全新品牌营销推广,将分别以普通话和粤语版本在中国内地和中国香港市场全面推出。营销推广将从五大方向展开,包括自然风光、冒险体验、文化体验、养生疗愈和美食饮品。

斐济旅游局全球首席执行官何博贤谈到:“在疫情的高峰时期,斐济当地游客数量骤降,年入境人数减少至30000人。随着斐济边境进一步开放,游客数量一直稳步增长,全球游客入境人数在2022年12月已达到疫情前的102.5%。斐济旅游局希望通过全新的品牌与游客建立情感

共鸣,并且希望2023年迎接更多的游客来到斐济。”

在此之前,斐济旅游局已经针对中国市场进行了多种布局。2月2日,斐济旅游局针对中国市场推出了复航大规模促销活动。此外,还上线了“旅行社销售管理系统”,为合作的旅行社品牌提供便利的销售管理平台。

除斐济外,泰国、瑞士等国家也“瞄准”了中国市场。近日,泰国国家旅游局与中国旅游集团旅行服务有限公司签署旅游领域合作意向书,其中包括促进、鼓励更多中国游客前往泰国体验高品质旅游产品。此前,瑞士旅游局也在新年伊始“喊话”中国游客,表示“我们已经准备好了”,并推出了无缝滑行、雪后时光列车、25岁的滑雪季、奶酪火锅打卡等一系列冬季限定市场活动及宣传。

此外,还有外旅局通过旅行社在中国市场进行推广。众信旅游相关负责人谈

道,目前,众信旅游也在与多国旅游局进行接洽,未来将开展更多合作。

价格仍处高位

在外旅局、旅游企业加快布局中国出境游的同时,首批出境产品处于高位的价格,也让部分游客“望而却步”。

多个旅行社企业相关负责人表示,当前出境团队产品价格较三年前有了一定幅度的增长。“主要是受到航空运力、目的地地接团队未完全恢复等因素的影响。”有旅行社从业人员表示。

神州国旅门市公司总经理助理杨红谈到:“目前出境团队游的价格仍暂处于高位。一些目的地的酒店、地接人力等也未完全恢复。以酒店为例,疫情前一些接待中国团队的酒店价格较为便宜,但受疫情影响,这些酒店很多并

未复工,接待中国团队游客的酒店以接待散客的高星、商务酒店为主。因此,目前相对便宜、经济的出境团价格也在6000元左右。”

有首批出境游客谈到,泰国等境外目的地的物价较疫情前也有了较大幅度的提高。“今年去泰国花的钱远高于疫情前。”

谈及境外目的地的恢复情况,杨红还谈到,“目前试点恢复出境团队游的国家仍较少,一些传统的出境目的地并未放开。已经恢复出境跟团游的国家也在进一步恢复当地的人力、运力等,但对于未开放团队游的国家,现在仍以宣传为主”。

“五一”假期有望爆发

随着航司不断加密、新开国际航线,国际机票价格也在下降,出境游产品价格也有望进一步降低。



2月22日17:31,海南航空深圳-金边HU455直飞航班从深圳宝安国际机场起飞,这是海航开通的首条中国至柬埔寨国际航线。截至2月22日,海航已恢复、新开运营北京-布鲁塞尔、北京-莫斯科、北京-圣彼得堡等国际及地区往返客运营航线。此前,包括东航、南航等航司也公布了新的国际航线计划。预计到2月28日,东航国际及地区航班将恢复到60条,每周达到410班。

航空运力不断增加的同时,近日部分国际机票价格开始呈现出下降趋势。携程数据显示,截至2月21日,预订“五一”期间出境的单程机票含税均价为3022元,较去年同期下降51%,目前票价优惠目的地包括金边等。

携程平台数据还显示,年后首个出境游预订高峰已经到来。截至2月21日,本周国内出境机票订单量环比上周增长三成,热门出境目的地城市包括曼谷等。

途牛旅游网近期出境游数据也显示,预订2月下旬至3月中旬出游的订单持续增长,除中国澳门、中国香港外,普吉岛、马尔代夫、曼谷、芭提雅等目的地也是游客的热门选择。

“目前出境游的恢复还是需要一定时间过渡的。到2023年年中以后,出境游才会真正开始复苏,有望在2023年‘五一’假期以及暑假期间实现突破,并迎来更大的复苏。”中青旅遨游科技发展有限公司董事长韩杰谈到。

北京商报记者 关子辰 张怡然/文 李海媛/摄