

旅游演艺第一股欲全国复制《宋城千古情》演艺模式

旅游演出 文化是“配菜”还是“猛料”？

作为去年年底刚刚登陆创业板的“旅游演艺第一股”，目前宋城股份的发展之路不仅面临股指的调整，还面临复制《宋城千古情》到全国的市场考验。“现在的旅游演出业已经是可以承受大投入并且独立形成高回报的产业了。”在接受本报记者专访时，宋城股份副总裁吴春妹这样表示。

北京商报（以下简称“商报”）：公开资料显示，宋城股份母公司杭州宋城集团兼具地产、酒店等实体经济板块，地产商打文化牌已经不新鲜，对于宋城股份来说，旅游演出究竟是一道获取政府资助、业界关注的集团“配菜”，还是一份可以高产出的主营业务？

吴春妹：事实上，宋城主打旅游演艺牌的规划早在十几年前就已经开始了。十几年前，要在以自然山水著称的杭州打开一个人文



杭州景点此前无论有意无意，都与影视演出紧密结合，比如一部《新白娘子传奇》带火了西湖；一部《非诚勿扰》扰动了西溪；而一部《宋城千古情》也带动了一家企业从“草根”走向资本市场。

主题公园的局面非常难，因此我们推出了《宋城千古情》，瞄准景点夜游项目这个空白市场。当时在全国组建了16个办事处，16支营销分队100多位销售人员不断地征服各地的组团、地接市场，把游客带到宋城，同时打响了演出牌。《宋城千古情》绝对引领旅游演出的

先河，2004-2007年，演出收入每年以两三倍的速度增长。如果说那时候的市场拓展是“练兵”的话，现在旅游演出已经是可以承受大投入并且独立形成高回报的产业。

商报：国内投资者对旅游演出的角逐可谓已趋白热化。各地政府都在不

宋城股份2011年一季报利润构成

营业收入同比增长。报告期内，在子公司杭州乐园因实施募投项目而闭园的情况下，宋城景区因客流量的明显增长及《宋城千古情》演出门票价格提升的因素，景区营业收入同比增长44.72%，综合上述情况，公司报告期内仍然取得了营业收入同比增长20.13%的业绩。

公司于报告期内获得1720万元的政府财政补助。

公司报告期内归还了8000万元银行借款，同比减少了银行借款利息支出，部分募集资金转为定期存款使获得的银行存款利息增加，进而使公司财务费用大幅度下降。

公司报告期内各项成本费用控制得较好。

断加码该板块以期拉动经济，据了解，“印象”系列即将开设第七家分店，上市公司丽江旅游也不忘收购成熟品牌《印象·丽江》来获利。而竞争激烈盈亏自知，在“长跑”赛中，宋城股份拿什么赌明天？

吴春妹：我们的《宋城千古情》全国复制计划不仅

停留在三亚、泰安、武夷山等地，拥有独一无二旅游资源的地区都会纳入我们的扩张版图。在我们的公告上，布局全国黄金旅游路线的思路已定，接下去将对国内一线旅游目的地（例如丽江、峨眉山、张家界、九寨沟等）通过投资、合作、收购的方式，以“主

题公园+旅游演艺”的模式，由宋城股份公司对其进行统一管理，逐步实现品牌连锁经营。

商报：宋城股份2010年年报中曾阐述了在发展中可能遇到的几大风险因素。其中不难看出，客流量、经济周期以及市场开拓低于预期、人才匮乏等都是阻碍其发展的可能性因素。而作为目前来看优势较为明显的大型游乐类主题公园概念，也存在该地区主题公园崛起而将面临激烈竞争的风险，公司该向何处发展？

吴春妹：除了参照新剧本逐年更新《宋城千古情》这一保留节目外，我们认为完整的旅游链条中还必须涵盖吃、住、行、游、购、娱几大要素。中国多数的主题公园依赖单纯的门票收入，长此以往必定举步维艰。旅游休闲业界的先行者们已经意识到了这一点，延展行业产业链，以综合体的方式打造旅游产品，这将成为一条可持续发展的必由之路。

本报记者 郑洁

您将享有的，都是极致……

顶层阳光会所致力于打造长安街畔专属私人空间；贵宾餐厅特聘中国烹饪大师“金爵奖”得主杜广贝先生主理极品海参宴。会员招募中……

详情请致电预订热线：+86 10 85202618垂询

