

文创中国周报

China Cultural & Creative Weekly

我们的目标——持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群) 中国出版传媒商报 年价:298.80元 半年价:149.40元

花格红木门窗透雅致,红色实木书架摆满了大部头图书,于架前徜徉,书香萦绕,指引思想,沉淀人生。这里是位于天津图书大厦四层社会科学馆的三希堂藏书示范店,汇聚着千余种高端精品线装图书,气宇轩昂中展示着文人墨客的洒脱与高雅。类似的三希堂藏书示范店在全国还有北京图书大厦店、南京凤凰国际书城店、济南泉城路购书中心店等7家。这些三希堂藏书示范店不仅是大书城的一道靓丽风景线,也代表着中国历史悠久的藏书文化,中国优秀的设计、印刷技艺,更向读者展示着有关图书、有关书店的文化创意——图书可以如此制作、包装、展示与销售。

个性化吸引眼球

中国出版传媒商报记者 倪成邹昱琴 实习记者 王双双

Focus 观察

支招文化企业不同阶段融资 万晓芳(民生银行文化产业金融事业部总裁) 初期企业占90%、成长期企业占7%、成熟期企业占2%、衰退期企业占1%,这一比例是我国文化产业的整体分布状况。可以看出,绝大部分文化企业处在初期。我认为,不同发展阶段的文化企业,要实现融资,首先要了解自身处于怎样的发展阶段,或者说,企业应该抓住哪些优势的基础条件,来寻求融资渠道,从而助力企业快速发展。

初期企业:内援融资为主,积累银行信用。资本实力比较弱,规模一般比较小,管理不规范,内部架构、管理体系、财务等不清晰,老板说了算,这是大部分初期企业的特点。而且,初期的企业,一般是靠自身的积累、亲朋好友的资金融入,外借债或融资纪录较少,导致信用缺失,融资受到困难。因此,初期企业比较对路的选择是,靠自身积累,以内援融资为主,但是要增强自身基本融资条件,以好的项目尝试银行融资,注重银行信用的积累。在企业内部,健全架构与财务机制、清晰公司发展愿景,争取天使投资和VC、PE投资。

成长期企业:重视现金流作为融资工具的作用。成长期企业规模快速增长,但仍相对较弱,现金流开始增强但不稳定,需要股权和债券等多渠道的融资。基于成长期变化较快的事实,这个阶段的企业应该注重财务安排,通过财务安排实现内部收益留存,即合理分配公司发展再次投入与股东收益之间比例。其中,重要的一点是学会利用逐渐增强的现金流,并将其作为融资的工具,重视商业银行进行授信和非授信的融资渠道。我认为,企业在从初期向成长期发展的过程中,应该有意识的归集自己的结算银行,而不是天女散花。因为公司的规模是有限的,而现金流是经营财务状况的体现,银行会根据流水感知财务经营状况,集中结算有利于银行融资的争取。所以,成长期企业可以把自己的结算资金当成一种现金流,并将现金流作为一种金融工具去银行融资。

成熟期企业:选择创新和专业能力比较强的银行作为战略合作伙伴。成熟期企业规模较大,知名度、自身的赢利模式更清晰,自身持续赢利能力比较健全,已经形成较强和稳定的现金流,融资渠道多样化。而且,融资理念不仅仅是从银行获得作为基本授信产品,还会有信托、资产管理计划、基金、上市、发行企业债等渠道。对于成熟期的企业,我的建议是:选择创新和专业能力比较强的银行作为战略合作伙伴。因为该阶段的企业,为了自身核心竞争力的打造以及抓住发展机遇,会出现并购、跨行业的整合、垂直整合的需求,此时需要具有专业和创新能力的银行进行持续投资,从而实现企业发展战略。

因此,不同企业在不同阶段对路的融资选择是有意义的。作为银行,也需要不断变化,突破传统银行在文化产业方面的局限,匹配文化企业发展的需要。首先,银行要成立专业的经营机构,专注于对文化产业行业的跟踪了解,加强对文化产业的认知。其次,需要专业化的作业水平和内置授信审批的授权,提高创新能力,如在融资主体方面,银行注重企业的创业和创业的无形资产能力、注重企业现金流的生存能力、注重企业在发展过程中产业资源的整合能力等。



适合书店经营的文创产品才引进

在中国外文书店3层的外版儿童图书、外版音像制品区里,有一家凸版印刷

纸品创意体验区,展示架上陈列着凸版印刷的笔记本、喜帖,每张喜帖售价高达30元。虽然价格不菲,依然受到不少顾客追捧。这家位于书店的体验店专门

现场 Scene

农业牵手文创,打造西瓜文创园

中国出版传媒商报记者 王少波

农产品亮相京交会主打文化牌

在前不久的京交会文化贸易板块展区,北京市农民专业合作联社联合会首次参展,北京乐平西甜瓜专业合作社等9个区县的11家合作社首次亮相京交会,成为今年京交会上唯一一家由合作社组团参展、农产品荟萃的展台。据冯乐平介绍,北京市农民专业合作联社联合会成立不久,此次参展的目的主要是展示各个成员合作社的产品及其背后的文化内涵。

据了解,北京市农民专业合作联社联合会成立于2014年3月,现有合作社社员200余家,均为国家级、市级示范社及联合社,分布于北京10个远郊区县,产品涉及平谷大桃、大兴甜瓜、昌平苹果、门头沟黄芩茶、怀柔密云板栗、延庆蔬菜等主导产业。

新闻 News

“关爱儿童·奠定未来”

山东首家爱国主义校外示范影院揭牌

中国出版传媒商报讯 2014年6月15日,京广传媒在山东省潍坊市京广文化广场潍州大讲堂,举办“关爱儿童,奠定未来——‘优秀影片进校园工程’山东示范基地揭牌仪式暨‘明日之星’演员选拔启动仪式”。原国家文化部对外联络局局长、中国东方文化研究会名誉会长游琪,八一电影制片厂总制片人杨晓志,原济南军区后勤部企业局局长田家训,国际儿童权益保护组织观察员 Damilola Ogunleye,山东省旅游局旅游协会秘书长王羲,及潍坊市相关部门领导,少儿影教校园电影院线山东分公司董事长杨孟刚、山东京广传媒股份有限公司董事长刘晓阳等领导出席了揭牌仪式。

据刘晓阳介绍,京广少儿院线是山

“任何企业都需要文化创意,农业也不例外。”北京市农民专业合作联社联合会会长、北京乐平西甜瓜专业合作社理事长冯乐平认为,传统的农业产业链文化创意,依托农民专业合作社的架构,就能够形成特色产业模式,走出一条不一样的发展道路。未来即将建成的位于北京市鹿各庄的中国西瓜文化创意博览园就是在这样的模式下打造的。

“北京的农业从过去的传统产业发展模式,走到了如今与多产业融合的发展模式,开始了与旅游文化、创意产品相结合的新时代,参加展会是展示的平台,更是北京农业走向国际的平台。”冯乐平说道。如今,北京京郊的农业品牌数不胜数,有些已经打出名气,因此此次参展着力推广“京郊品牌文化”这一主题。另一主

注重生活品质的高消费人群提供礼品、创意产品的高端个性化定制服务,也给书店营造了更为专业的艺术氛围。

在北京中图外文书店的一层,还有钢笔、鼠标、台灯等一系列个性化的产品,在4楼的动漫展区,还有一些动漫衍生品产品。这些设计感强的产品,普遍售价高于网店或超市。但这些小批量的产品并不愁卖——除了作为商品的属性之外,一些产品还很好地起到了“装饰作用”,为书店增添了文化创意的气息。

对于这些文创产品,无论是国营新华大书城还是民营独立书店,在引入时,最主要的选择标准是:产品是否与书店主业相关或相匹配。适合的引入,不适合的利润再高也只能放弃,以确保书店经营的文化性。

南京先锋书店有着丰富的文创产品,明信片、笔记本、布包、马克杯、帽子等,旅游系列产品、皮包、皮夹、版画等。这家2008年就开始关注文创产品的书店,目前售卖的种类越来越多,小到两元的明信片、几元的书签、笔等,也有数百元、超千元的摆件,复古的电话、台灯等。据南京午夜艺术设计有限公司总经理张兴介绍,目前销售较好的主要还是一两百元以内的产品,大学生、刚入职的白领等年轻人是主要的购买群体,其中明信片卖得最好,一年可以售卖100万~200万元。

在北京三里屯的Pageone书店的二楼,楼梯口附近一块独立的区域陈列着丰富的创意产品,各式各样的笔记本、笔、文具盒、名片夹、护照夹、杯子、玩具、耳机、包包、绿色小植物等,非常受欢迎。作为一家主打设计类图书和外文原版图书的书店,与书店整体相一致是该书店引进创意产品的前提。

此外,像新知集团各门店也在销售从1元到上千元不等的个性化家居礼品,山东京广书城引进了明信片等文创产品,这些在当地拥有较高知名度的民营独立书店,吸引着一大批小清新读者,他们都是个性化文创产品消费的主力。在一些大书城,引进的文创产品,更是吸引了众多大众读者的目光。

在安徽图书城一楼有个展示效果较差的临窗位置,书城在此设立了包含工艺品、精装书和扑克牌的展架,其中仅陈列的数百个品种的扑克牌,每月就有上万元的销售额。安徽图书城经理刘政屏认为:“小扑克牌做出了大生意”。除了这些小小的扑克牌,安徽图书城还推出了地方特色的文房四宝产品、特色瓷器、工艺品、大型剪纸等传统文化产品。据合肥新华书店多种经营部经理王虹介绍,合肥书店引入的文创产品还包括柳编、绢扇、装饰工艺品、创意办公工具,旅游、收藏用品等,这些产品都凸显了文化价值和特色。

(下转第14版)

数字 Number

1.4亿

6月18日,A8集团通过了公司与多米音乐的认购协议。据此协议,A8将投资1.79亿港元(约1.4亿元人民币)认购多米音乐的可换股票据。

据悉,A8集团未来业务将以两大板块为主:一是以所投资的多米音乐为核心的互动娱乐板块,将拓展音乐周边衍生品的开发。同时将开拓A8现场演出live house,实现线上与线下的全新结合;此外,A8集团还与北京市文化创意产业基金共同发起设立A8文化产业基金,在内容、制作和版权经营方面发力。二是以A8集团旗下品牌指游方寸为核心的游戏发行业务。集团将通过研发和运营的一体化,满足用户需求,通过精细化运营和立体化营销推广,实现进入手机代理发行业务前十名目标。

25.22亿

6月22日晚间,中科股份公告称,公司拟将除募集资金余额以外的全部资产和负债置出,并拟以发行股份方式收购置入资产海润影视100%股权。交易完成后,中科股份将持有海润影视100%股权,主营业务将由滑动轴承生产销售转变为电视剧制作发行,刘燕铭将成为公司控股股东及实际控制人。海润影视此番借壳估值25.22亿元,增值率336.08%。

资料显示,海润影视在影视行业已有10多年的历史,长期专注于电视剧业务,曾经推出了《亮剑》、《永不瞑目》、《玉观音》等多部电视剧作品。截至目前制作完成并发行超过100部电视剧作品,投资了10多部影视作品,2011年至2013年,公司年电视剧产量分别为263集、214集、472集。

350亿

6月16日在上海举行的张家界旅游推介会上,张家界市拿出了近100个项目,总计350亿元投资面向国内外招商。而重点投资领域涵盖了城市基础设施、旅游、新型工业、现代农业、文化体育等多个领域。

优质的儿童影片,也可以为孩子一圆明星梦!孩子是未来的明日之星,他们的演技稍加雕琢,前途便不可限量。京广少儿院线就是要打造这样的一个平台,散发文艺之光,闪耀这个舞台!”

刘晓阳认为,儿童是未来,亦是希望。本着对儿童的责任,京广儿童院线落户在京广文化广场二楼潍州大讲堂,成为山东首家,全市典范,同时也是“优秀影片进校园工程”山东示范基地。在首家电影院投入运营之后,山东京广传媒股份有限公司将与少儿影教校园电影院线山东分公司精诚合作,陆续在潍坊市乃至全省范围内,建设和经营少儿影院,为山东省青少年思想教育事业做出积极的贡献,同时也为潍坊市电影产业的发展开创一个良好局面,奠定一个坚实的基础。

据悉,在启动仪式当天,京广文化广场二楼潍州大讲堂将开启京广少儿院线的首映式,与会领导、嘉宾及多所学校的学生代表将一同观看电影《台北来的插班生》。(晓明)