

2025 年中国体育产业总规模或超5 万亿元

中国出版传媒商报讯 近日,由北京大学文化产业研究院副院长陈少峰等主编的《中国文化企业报告 2015》面市。该书为“中国文化企业报告”系列的第四个报告,站在读者视角对中国文化传媒企业的现状、趋势、创新和商业模式作了系列化、系统化的梳理,分析了 2015 年中国文化企业的发展趋势。该报告指出,2014 年中国体育文化企业迎来了发展利好。2013 年全国体育及相关产业总产出 1.1 亿元,2014 年 10 月国务院出台《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,其中明确提出 2025 年中

国体育产业总规模要力争超过 5 万亿元,该意见对中国体育产业总体发展,具有战略性的意义。报告就体育文化企业的行业性质及所处产业链的环节特征、体育文化产业的业态及发展趋势进行了详细分析。陈少峰认为,如今,文化产业的产业变动日益剧烈,企业发展也呈现出两极分化的特点;企业想要向优秀文化企业学习,避免失败或者尽量少走弯路,就需要研究不同企业的经营模式和商业模式、竞争策略、企业文化建设和创新方法。陈少峰多年以来一直致力于研究文化产业发展趋势、文化企业商业模式与品牌案例等,他的新书《中国互联网文化企业报告 2015》和《中国互联网文化产业报告 2015》已于近期面市。(春 蕾)

点击

解析

阿里巴巴

用平台力量实现文化产业转型

“互联网+”是以互联网技术为主的一整套信息技术在经济、社会生活各部分扩散、应用,并不断释放出数据流的过程。“+”不是一个加号,而是一个“化”的过程。互联网不是万能的,不能替代传统的基础设施,而是与其叠加并发挥更大的影响。由于新的基础设施和大数据的应用,江苏某小村子的农民网商能够在“11·11”当日的淘宝平台上,销售 5900 万元的产品到全国各地;通过对大数据进行算法优化,天猫在“11·11”的交易额提升了 15%。

■孟 晔(阿里巴巴集团政策研究室高级专家)



阿里巴巴的淘宝网提供了一个经济发展的新平台,很多服务商在平台上从不同角度满足客户的体验和需求。该平台之上的组合式创新,体现为众包合作、网络协同和共享经济,这打破了原有企业的边界,是互联网发展的不竭动力。

就“互联网+文化”的探索,阿里巴巴希望用平台的力量推动文化产业实现转型升级,获得更多的创新和发展。

淘宝电影： 以大数据、云计算弥补线下不足

在电影领域,淘宝电影进行了诸多尝试。淘宝电影在网上进行电影预售、在微博上进行影片的宣传、在优酷土豆上播放预告片,从而获得影片前期宣传的社会化媒体的数据。

得到社会化媒体的数据之后,淘宝方面提出排片建议为院线作参考。这使得影院排片的主观程度和经营风险都降低了,观众也不会由于排片经理的主观判断而失去看一部好片子的机会。

这其中数据发挥了巨大作用,这种在线数据使得淘宝电影可以根据动态数据的变化实时调整排片的建议,每天都不同。这种云计算、大数据技术的应用,实际上能给产业生态带来一些明显的变化。

淘宝电影发现观众在影院观影时,依然在不停地使用各种社交媒体,针对此间观众透露出的强烈社交需求,淘宝电影就在影院的现场布设 Wi-Fi,通过手机客户端,观众可以跟影厅里的人进行社交关联,从而打破所谓的“群体性孤独”。

衍生品售卖一直是影院的薄弱环节。与电商融为一体,衍生品的销售对电影产业的发展非常重要。实际上,消费者购买的心愿特别迫切。现在,消费者通过扫描二维码,从电商网站直接下单,影院将产品直接送到消费者家里,这样既能保证是正品,又能保护版权,而且影院把人流真正变成了现金流。所以,互联网能实现不同领域的跨界融合是因为其可以实现从顾客以及整合不同产业资源的角度去考虑,从而把资源源源不断地汇集起来。

文化产业不同门类之间的聚合很有潜力,然而影院独自进行却很难实现。淘宝电影在云端上进行电影相关产业的整合,对于电影本身意义同样重大。云计算服务提高了电影产业渲染特效工作的效率,比如中国如今的 3D 电影,其制作计算量是《阿凡达》的数倍,而云计算使得制作成本大幅度下降,效率提升很快。可见,有了云计算的基础,小团队也可以发挥巨大的作用。

虾米音乐：

互联网唱片成为可能

电影之外,阿里巴巴旗下的虾米音乐也是一个小微企业和个人在平台上实现创新价值的例子。

虾米音乐为许多歌手提供了一个平台,歌手可以上传自己的歌曲、歌词以及想对歌迷说的话。此外,虾米的后台数据会为歌手分析应该怎样运营自己的歌曲,这样音乐人基于平台的力量,可以创造更大的价值。在这种理念下,虾米音乐推出了名为“寻光集”的中国第一张纯互联网唱片,所有的歌曲、歌词、宣发、歌迷互动都在网上进行,短短数月下载量达到 3000 万次。

据国家科技部公开数据显示,目前已有近 100 家众创空间纳入了国家级科技企业孵化器的管理服务体系。北京市、上海市还成立了众创空间的联盟组织。其中最著名的是上海的新车间、深圳的柴火创客空间、北京创客空间、杭州的洋葱胶囊。

北京市依托国家自主创新示范区、国家高新区、科技企业孵化器、高校和科研院所等丰富的科技创新创业资源,成为我国众创空间发展最快的城市,北京市科委目前已授牌共计 25 家“北京市众创空间”。除北京以外,上海、深圳、杭州、南京、武汉、苏州、成都等都是创新创业氛围较为活跃的地区。

重资源 垂直化 或成为众创空间“突破口”

■李栋、谢菲(中国传媒大学)

阻碍：三难题

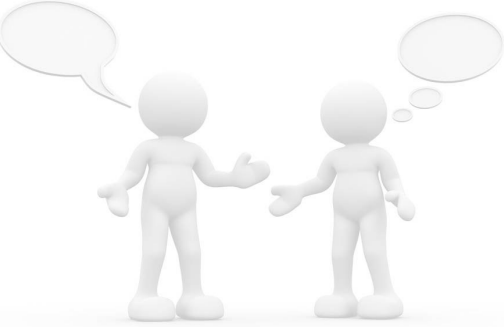
根据国内众创空间在服务重点和核心资源上的不同,众创空间已经形成了创客聚合型、创业孵化型、媒体驱动型、融资驱动型、办公地产型、专业细分型六种模式。但在迅速发展的同时,众创空间存在的问题不容忽视,如盈利模式、专业服务能力、政策落地覆盖等。

盈利模式不成熟。众创空间的盈利模式仍是困扰业内的“老大难”。在北京、上海等一线城市,租金成本和运营成本高,众创空间要满足创业者对低成本、便利化的需求实属不易。同时,高成本和高服务之间的博弈,也在很大程度上导致众创空间在现阶段难以摸索出成熟的盈利模式。

专业化服务能力水平低。有关调研报告指出,国内众创空间存在“有店无客”现象,即人员参与度很低,长期保持活跃的参与者不多。造成这种现象的原因一方面是由于许多众创空间对于企业运作和行业的理解不深,难以真正帮助创新创业企业的孵化;另一方面则是因为配套服务不到位,比如网速慢导致难以获得有效的信息支持。由此

可见,国内众创空间专业化服务能力水平亟需提升。

优惠政策难以全覆盖。2015 年上半年以来,国家层面以及地方政府出台了诸多扶持孵化器发展的优惠政策,但是多数优惠政策如税收优惠、房租补贴、风险补偿、资金支持等均针对特定类型的孵化器。例如,享受房产税、城镇土地使用税和营业税优惠政策的孵化器必须取得“国家级孵化器”资格;享受中关村的房租补贴和资金支持则需要取得“中关村创新型孵化器”或“早期项目孵化中心”、“创业孵化基地”等资质。对于未取得上述资格的孵化器来说,由于无法享受相应的优惠,其在运行中将面临诸多困难。另外,有的孵化器由于未取得“中关村创新型孵化器”或“集中办公室”的资质,导致入驻企业不能用孵化器的工位进行公司注册,形成在孵化器外注册、孵化器内办公的异地办公现象。



从 2015 年上半年的发展情况来看,众创空间的发展将呈现以下几个趋势。

宽容的社会环境和热烈的双创氛围。将进一步促进创业人员和创业服务机构的增多,也会引发越来越多新形态出现。随着国家对创业创新的大力推行,众创空间的发展将会越来越专业化。借助互联网发展的东风,众创空间的发展将会有更多的新形态出现。由此,创业者们会依据自身的需求寻找到适合的众创空间。

随着创投双方资金对接的难度显著降低,创业者对孵化器的需求将更多体现在资源和服务上。对于创业者来说,初期创业最大的困难在于对资金以及相关程序的不熟悉。大部分创业者选择众创空间正是基于这两点的便利。因此,未来众创空间的发展将会针对创业者的需求来进一步提升自身的服务水平。

创新型孵化器未来的发展方向将是垂直化,为创业者提供更

突破：四趋势

有针对性、更专业的资源和服务。随着社会分工的精细化程度不断提高,创业者们的创业方向也会随之精细化,所以创业者们对众创空间的要求也会随之精细化。同时,众创空间的不断发展也会带来竞争的不断加剧,众创空间需要找到自身的立足点方能立于不败。因此,未来众创空间将会通过服务的垂直化和专业化,找准自身的领域,为相应创业者提供更加精细、深入和专业的服务。

随着一系列相关政策的出台,在校师生、科研人员参与创业的比例将逐渐增大,众创空间将成为高校力量的重要集聚地。2014 年《政府工作报告》鼓励科研人员创办企业;2015 年 3 月,《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》明确了科研人员可带项目带成果创办企业;2015 年 4 月,《关于进一步做好新形势下就业创业工作的意见》鼓励高校、科研院所等单位专业技术人员在岗创业、离岗创业;2015 年 5 月,《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》全面部署了深化高校创新创业教育改革工作。

观察

2014 年全球的众筹案例将近 1 万个,众筹资金达到 10 亿美元。2015 年,众筹资金将突破百亿美元。中国从 2014 年已经进入了众筹元年,如今各大网络论坛、交友圈中讨论众筹的话题层出不穷。

大数据下娱乐众筹3 大趋势

■张 拓(观众网、观众筹网 CEO)

趋势 1 先市场后产品

如今,人们会经常谈到粉丝经济、粉丝参与、粉丝投资和粉丝消费。那么如何通过粉丝发起影视众筹?大数据下的影视众筹基于垂直领域的粉丝经济。假如一位导演请一位演员,并发起影视众筹,规定每人拿出 100 元钱可以成为合伙人。这对于任何一个粉丝来说都是欣喜若狂的,因为参与众筹不但可以成为偶像的合伙人,还可以得到电影的门票。假如这位演员的 1 千万个粉丝中有 50 万个粉丝参与众筹,1 人拿出 100 元,一共就是 5 千万。5 千万元拍完这部电影后,每个合伙人都有义务参与到电影宣传,50 万人,每个人都发布一条微博和微信,这样带来的传播是上亿次的传播;如果每人还带一个人去看电影,那么这部电影基本上是只赚不赔。众筹能改变电影产业的宣传和产业链模式,电影可以先有市场后有产品,影视从此改变了高风险的特质。做影视先众筹,拥有大量粉丝投资后,再通过粉丝消费及投资者跟投,再凭借相应的文化进行企业的文化信贷。这样就可以在资本层面上形成一个新的文化产业投资模式。

趋势 2 提供影视娱乐变现渠道

怎样把收视率转化成购买力,是影视电视行业普遍面对的问题。国外电影衍生品的收入大大超过票房,而中国电影票房收入是其唯一渠道。其实,中国电影产业中,探班、花絮、衍生品都可以通过众筹来增加收入。众筹可以增加电影变现的通

道,文化产业得过程者得天下,就是把相关文化产业的体验过程纪实下来,形成围观消费。目前,想要解决电视广告疲软的问题,就可以通过把电视剧的版权、网络的点播权、电视播放过程中某件衣服或者某一个衍生品卖出去来实现。电视剧和电影不一样,很多忠实粉丝天天关注,天天参与互动,电视剧的互动程度比电影要高很多。

趋势 3 为青年导演提供资金支持

不久之前,一名好莱坞的导演筹了 500 美元拍摄了一部影片《控诉》,这部影片得到了奥斯卡的奖项。在中国,也有许多青年导演满怀梦想,但他们因为拿不到影视投资,所以梦想一直搁浅。其实他们每个人都有几十个微信群,如果他们发起众筹,如果每人拿出 100 元可以成为联合出品人,拿出 1000 元可以成为出品人。如果有 20 个人参与就会筹到 2 万元,一个微信群通常会有三四百人,再发动一下好友,众筹到 5 万元应该不成问题。这样的话,一部非常好的微电影通过众筹就可以拿到北京国际电影节、上海国际电影节参加评选。对于每一个青年导演来说,用众筹的方式就可以得到最初的拍摄成本。所以,众筹是非常有益的,无论是互动方面的众筹,还是影视问题的众筹,甚至可以解决很多导演创作的资金问题。

在粉丝经济的今天,粉丝参与、粉丝投资、粉丝消费将成为未来的电影文化产业工业制作过程中的一个不可缺少的环节。如果纯靠资金投入,电影这种高投入高风险的行业是不可持续的。而粉丝经济的众筹会颠覆未来的金融体系、宣发体系,包括影视行业发展的体系。

新闻

中国艺术金融指数发布

中国出版传媒商报讯 7 月 25 日,中国艺术金融数据库中国艺术金融指数(第 1 期)发布仪式在山东潍坊举行。这标志着国内首个由正规金融机构常态化发布的艺术品市场指数出炉。

中国艺术产业研究院副院长西沐表示,中国艺术金融数据库中国艺术金融指数(第 1 期)发布,是借助于大数据技术与潍坊银行的研究优势和长期成功运营艺术品融资业务的优势,具有金融属性明显、强调切实的指导性和针对性、科学性强的特色。

据悉,中国艺术金融指数是潍坊银行艺术金融研究中心基于中国艺术金融数据库编制的一系列指数的总称,是反映中国艺术金融发展状态及艺术品市场行情的指数体系,包括价格指数和预期型指数两大类。此次发布的成果包括两部分:中国艺术金融数据库中国艺术金融指数(第 1 期)和针对指数所进行的研究报告。其中,“中国艺术金融价格指数”是以潍坊银行积累的艺术金融业务数据为样本,反映国内金融化程度较高的艺术品的价格变动趋势的指标;“画廊价格指数”是以潍坊银行艺术金融研究中心专家委员会选择的全国范围内的主营画廊的交易价格为样本,反映国内画廊业艺术品交易价格变动趋势的指标;“潍坊画廊 100 指数”是以潍坊银行授信画廊为基础的百家代表性画廊的交易价格为样本,反映国内代表性画廊艺术品交易价格变动趋势的指标。(文 又)