

千亿级泛娱乐产业机会诱人 资本巨头涌入加速行业洗牌

■ 彭琳 刘笑雪 谢美琴 牛思远

刚刚落幕的全球移动互联网大会上,泛娱乐互动项目引爆泛娱乐产业发展新高潮。此前“十三五”规划中提出了“拓展网络经济空间”,其中信息消费空间包括影视传媒以及网络游戏等。规划中关于“支持基于互联网的各类创新”、“推动文化产业结构优化升级”等建议,为泛娱乐产业提速升级提供了想象空间。

政策红利释放,资本竞速涌入。数据显示,2011—2015年泛娱乐的核心产业均处于长线上升趋势之中,总产值由1888亿元增加至4229亿元。在千亿级市场规模前景吸引下,泛娱乐产业成为资本竞相追逐的风口。而传统文娱影视公司、动漫游戏企业及互联网巨头企业纷纷入局,形成了三足鼎立的竞争格局。

多位业内人士以及投资人在接受记者采访时表示,泛娱乐产业链中孵化、运营、变现各环节都存在投资机会。但其中,IP质量是投资者考量的重要因素。目前,优质内容缺乏、运营能力比较低、缺乏良好的估值体系都制约其发展。

资本关注泛娱乐未来5年潜力

公开资料显示,“泛娱乐”概念最早由腾讯公司副总裁程武在2011年中国动画电影发展高峰论坛上提出。2012年,程武将“泛娱乐”正式定义为以IP授权为轴心、以游戏运营和网络平台为基础的跨领域、多平台的商业拓展模式。

传统范畴里,娱乐产业主要包括影视、动漫、文学以及游戏等。但“泛娱乐”范围更广,基于移动互联网的多领域共生,其核心是IP(intellectual property,即知识产权)。IP的内容和定义也随之进一步扩大,不只是一部小说,也可以是一首歌曲或一个角色。

2014年,“泛娱乐”一词被文化部、新闻出版广电总局等中央部委的行业报告收录并重点提及。此后,华谊、阿里、奥飞等企业纷纷将“泛娱乐”作为公司战略大力推进。

不久前,第十届中国作家富豪榜发布“网络作家榜”入选名单。入选的十五名网络作家年收入均突破1000万元,榜首“唐家三少”相比2014年更是翻了一番突破亿元大关。而网络作家的高收入,与IP版权改编热潮不无关系。一名从事网文写作多年的作家就表示,

“我的一本小说订阅和稿酬加起来才十几万元,但被一家游戏公司看中后拿走了手游改编权,一下子就进账了100多万元。”

目前,网络IP已经成为泛娱乐领域中不可缺少的核心内容产出方,在《鬼吹灯》《花千骨》《盗墓笔记》等等一大批的优秀网文IP改编剧、游戏的影响下,IP版权已经成为文化娱乐领域乃至资本市场最为火爆的关键词之一。

千亿级市场规模前景,令泛娱乐产业成为资本竞相追逐的风口。根据中娱智库数据,2015年传媒企业VC/PE融资金额为14.82亿美元。融资分布显示,影视音乐以8.1亿美元融资金额,37起数量双双排名第一,其次是5起来自动漫领域的2.2亿美元融资。

从并购标的行业分布来看,营销、影视娱乐、互联网、游戏为热门并购对象。其中,影视娱乐领域的代表案例有舜威股份收购梦幻屋生园、富春通信收购春秋时代等;互联网领域有奥飞动漫收购有妖气;游戏领域有三七互娱收购日本SNKP公司81.25%股份,巨人网络130.9亿借壳世纪游轮,世纪华通收购中国手游等。

易凯资本CEO王冉在总结2016年第一季度文娱产业投融资情况时表示,越来越多的资本把泛娱乐大文化产业视为未来五年最有增长潜力和潜在规模的投资方向,面向影视产业的新基金层出不穷。以万达院线、奥飞动漫、光线传媒、华谊兄弟、华策影视为代表的A股娱乐业公司2015年市盈可高达50—90倍。

中信证券研报显示,2015年我国“二次元”(动漫游戏等亚文化)消费者已达2亿,核心用户占27.1%,其中15—30岁的消费新生代占比极高。而随着这类爱好者的成长和消费实力的提升,这一千亿级市场有望持续扩容。

影视公司、动漫企业、互联网巨头抢滩“泛娱乐”战场

“泛娱乐”千亿级市场规模前景,使得传统文娱影视公司、动漫游戏企业以及和互联网巨头企业纷纷入局,形成了三足鼎立的竞争格局。

其中,传统影视娱乐公司在立足原本业务同时向外扩张寻求“多元化生态”,诸如华谊兄弟、光线传媒等。多数游戏或动漫平台型企业则在某一细分领域具有先发优势,代表

公司有奥飞娱乐等。而阿里、腾讯等互联网巨头则通过战略投资或成立事业部门切入泛娱乐产业。

近日,华谊兄弟发布公告称,公司已经完成对英雄互娱增发股份的认购。英雄互娱以每股68.53元的价格,出让20%的股份,募集华谊兄弟19亿元。华谊兄弟成为其第二大股东,这是中国资本市场游戏领域最大的非公开融资。

而动漫游戏公司也在纷纷向“泛娱乐”转型,作为以玩具和动漫起家的企业,奥飞娱乐近年来在收购IP领域动作频频,不但战略入股北京剧角映画,还豪掷9.04亿元人民币收购“有妖气”母公司四月星空。此外,奥飞娱乐还总计投资了五家VR相关产业公司,其动漫娱乐与虚拟现实结合充满了想象空间。

业内观察人士指出,行业大趋势是横跨电影、视频、手游、游戏直播和周边产品的联合体将出现。

在BAT巨头中,腾讯最早开启泛娱乐布局,目前已经形成了文学、动漫、影视、游戏等垂直业务架构。今年3月,在UP2016腾讯互动娱乐年度发布会上,腾讯集团副总裁兼腾讯影业CEO程武表示,在腾讯“连接”和“开放”战略下,泛娱乐逐步成为腾讯公司在“互联网+文创产业”领域的发展思路。

对于泛娱乐布局,腾讯集团CEO马化腾此前在全国两会的答记者问上就公开表示,“泛娱乐是内容产业的方向,而且目前国内腾讯应该还是比较有条件去做好的。”

而阿里的泛娱乐布局以阿里影业为开局,阿里音乐和阿里游戏为未来发展重点。阿里影业相关负责人接受记者采访时表示,与传统娱乐产业公司相比,互联网公司最大的优势在于贴近用户。以阿里影业为例,掌握海量的用户数据更加了解用户的特点以及喜好。

作为BAT三巨头中“泛娱乐”战略布局最晚的百度,也在2014年8月与华策影视共同成立华策爱奇艺影业,进军电影市场。2016年2月,李彦宏和爱奇艺创始人龚宇以28亿美元的估值收购百度持有爱奇艺的股份,谋求上市。

中投顾问文化行业研究员沈哲彦接受记者采访时表示,影视游戏公司与互联网公司具有不同的基因,二者核心竞争力存在差异。传统影视游戏公司更偏向布局下游变现环

节,而互联网巨头则布局上游,但近几年二者业务边界也变得模糊起来。

艺恩网咨询副总裁侯涛则认为,资本巨头涌入将加速泛娱乐行业洗牌,未来细分领域内的独角兽或将显现。但许多新兴公司在内容、制作与创意领域仍然有较大发挥空间。

关注细分领域及产业联动投资机会

根据IP流转规律,泛娱乐产业链大致可以划分为三大产业链层次:其中网络文学、动漫(不含衍生品)为上游孵化层,电影、电视剧、音乐为中游运营层,游戏、演出、衍生品等为下游变现层。

中娱智库报告分析认为,上游孵化层是内容培育阶段,目前对应500亿—1000亿元市场规模;中游运营层为辅助变现阶段,现拥有1000亿—2000亿元市场空间;下游变现层实现货币化,并促进产业链层次整体有机循环,随着泛娱乐产业链体系的系统构建,将指向2000亿元以上规模。

数据显示,2011—2015年,泛娱乐的核心产业均处于长线上升趋势之中,总产值由1888亿元增加至4229亿元,复合增长率达22.34%。

而其中,游戏、动漫衍生物以及电竞直播领域被广泛看好。游戏产业规模在2015年实现产值1407亿元,并且提升幅度较快,五年复合增速高达33.3%。动漫和衍生品产业也保持并行增长轨迹,但是衍生品在产值和增速方面都相对领先,2015年二者共获得1132亿元产值。

值得注意的是,中国正取代韩国成为电竞的主战场,电竞、游戏直播和游戏视频,成为新一代下蛋金鸡。有关机构预测,2016年游戏直播的观众将达2亿,庞大的观众群体以及有消费力的用户群体,使得这块新兴的市场还是一片蓝海。

多位业内人士向记者表示,“IP多点变现”是其泛娱乐投资的重要逻辑。有妖气的投资方代表奥飞总裁蔡晓东表示,《十万个冷笑话》的运营,由一个漫画IP衍生出动画视频、电影、游戏、衍生品等系列产品,是一套完整的“IP多点变现”模式。

2015年初,连载于“有妖气”的原创国产漫画《十万个冷笑话》被改编成电影,票房突破亿元大关。2015年3月,蓝港互动独家代理的《十万个冷笑话》手机游戏正式上线,周边

产品也相继上市。

不过,侯涛指出“多点变现”能力正是目前国内大多数企业欠缺的。而由于国内IP定价体系不完备,仍然存在恶炒IP的情况,缺乏能够走向世界的优质国产IP。

专家观点 优质IP是泛娱乐产业的关键

腾讯集团副总裁兼腾讯影业CEO程武
行业需要更高自觉和共识

中国的创意产业在作品品质的打磨、在产业协作机制的完善等方面,还有很多不足与差距。未来的泛娱乐探索中,整个行业都需要有更高的自觉和更多的共识。

泛娱乐时代,腾讯互娱对于IP探索三个不变原则。首先,知名度不等于IP。优质的作品只是IP的起点,它需要经历多领域的共生,才能真正形成超越具体平台和形式的IP价值。其次,IP价值来自共建而非交易,IP真正的价值在于它背后的情感。最后,活跃的IP源头是根本动力。在泛娱乐时代里,任何普通人都可能实现梦想,都能成为IP的源头。

IDG娱乐产业投资经理周瑾
优质内容才能持续发展

在泛娱乐投资火热的浪潮下,应该警惕一些公司只顾炒作赚快钱而不顾IP优质内容开发延续性的风险,优质的内容才能保证产业可持续发展。与美国、日本等国家相比,中国优质IP内容相对缺乏,工业化链条不完善,这成为泛娱乐发展将要面临的两大难题。

投资领域,应当把泛娱乐业的发展与移动互联网革命进程结合起来考虑,视频直播是其中值得关注的投资领域。此外,产业链上游的IP孵化、中游的内容制作相关投资机会都值得关注。

中投顾问文化行业研究员沈哲彦
国内IP开发链条短缺乏良好估值体系

我国IP经济才刚刚起步,IP热还将持续。但随着认知度和理解度的提升,IP投资会回归理性。

相对国外企业而言,国内企业IP运营能力比较低,缺乏良好的IP估值体系,IP开发的各环节协调性比较差,IP开发链条短,未能实现IP价值最大化。国产IP要走向国门需在知识产权保护、内容创新及优化、国际化营销等方面做足准备。

电影《老炮儿的江湖》 在内江隆重开拍

5月9日上午,由四川三宇广告传媒有限责任公司、四川蓑弘文化传媒有限公司出品的电影《老炮儿的江湖》在四川省内江范长江故居隆重开拍。开机现场吸引了内江电视台及四川省内外几十家媒体记者到场。开拍当日,众主创人员偕主演悉数亮相。开拍的第一天在赵家别墅进行十个场景的拍摄。

中华传统武术在中国乃至全世界享有极高的声誉,中国人是一个崇尚武侠、崇尚武术的民族。武侠小说、武打动作电影和电视剧是近30多年来经久不息的题材,广受大众的追捧。《老炮儿的江湖》影片颠覆了传统的武道和动作片模式,以新颖和独特的方式展现给观众。

四川蓑弘文化传媒有限公司总经理韦平告诉记者:本剧两大冲突看点:父与子、年轻人与老一辈的“武术观念冲突”、新与旧、现代搏击术与传统武术的“技战形态冲突”。这将是部集动作、爱情、喜剧和方言为一身、很值得观众期待的电影。

本片导演、编剧、出品人均系电影新生代重量级人物。该片导演是中国知名导演陈

冠龙,编剧潘一鸣。该剧的主要演员有印小天、张浩、陈凯、贾梓、周朗、赵通强(松溪内家拳第十二代传人原型出演)等。

记者在开拍现场了解到,投资拍摄该片的四川蓑弘文化传媒有限公司、四川三宇广告传媒有限责任公司,均是经四川省工商局注册的,集广播电视节目拍摄制作、节目版权交易、广告创意策划、动漫设计制作、品牌代理与发布、组织和策划各类大型文艺节目演出、企业包装及庆典等业务的专业公司。《老炮儿的江湖》是该公司拟投资拍摄的大型系列剧《武林问道》的第一部影片。

据四川蓑弘传媒有限公司董事长、四川三宇广告传媒有限责任公司CEO陈盛介绍,此片类型是集动作、爱情、喜剧、方言为一体的电影,是广大年轻爱好者们一饱眼福的好剧。该片的拍摄,也得到了内江市和资中县的大力支持。据悉,《老炮儿的江湖》电影前期策划、准备工作已进行了相当长的时间,计划在今年8月完成全部拍摄及后期制作,最快将于今年8月在互联网播出,择期在院线上映。

(蒋二二)



创业就业成 道德讲堂主题

5月13日,湖北襄阳市举办市直人社系统道德讲堂,“大众创业、万众创新”成为主题。人社干部合唱的《就业之歌》唱响讲堂。“全国青年创业行动先进个人”、襄阳夜来香餐饮有限公司董事长马志刚宣讲了他矢志创业的感人事迹。

特约记者 田伯韬
摄影报道

青年作家刘源《岁月随想》新书发布会在蓉举行

5月14日,陕西籍青年作家、书法家刘源《岁月随想》新书发布会在成都隆重举行。来自川内的著名诗人、作家、文学编辑、企业家及相关媒体八十余人参加了发布会。

“当今,我们在新形势下,要践行党的社会主义核心价值观,工作之余,多读书、多思考,热爱文学和写作,刘源的新书出版值得祝贺。”会上,四川省作家协会原机关党

委书记郭中朝讲到,书中内容丰富,文笔优美,真情实感。他能在商界中打拼之余完成写作,值得我们学习,同时也提出了希望和要求。

《岁月随想》字里行间洋溢着对岁月的坦然,对生活的热爱和感悟。一些短小细腻的笔触,对作者在岁月长河中所感悟的点点滴滴水滴石穿。诗人贵在真诚,贵在学养,深刻意

境回归生活本源,是一本茶余饭后阅读的好书。

刘源,1970年出生于陕西洋县。中华文化研究院院士,中国文化名人,中国书画家联谊会理事,四川省毛体书法家协会员,《中外文艺》特邀副主编,日本陕西商会副会长兼秘书长,四川佳奇运通物流股份有限公司董事总经理。

(王红英)

华姿雪羽绒公司召开第六届新品订货会

本报讯(记者 李代广)5月12日,来自全国各地的60多位优秀经销商共聚河南华姿雪羽绒制品有限公司,参加华姿雪第六届新品订货会。

此次订货会的主题为“轻羽飞扬,绒享世界”,“轻羽绒、轻世界、轻生活”,所展示的华姿雪羽绒产品,在设计师的精心设计下,将时尚、流行元素融合的恰到好处,深受经销商们的追捧。

据华姿雪公司相关人员介绍,此次订货会举办得十分成功,在当前服装行业不景气



的大环境下,订单数量超出预期,证明了华姿

雪系列羽绒产品在行业内已具备了很高的认可度。

河南华姿雪羽绒制品有限公司,作为华英公司全产业链的一个分支,多年来积极引进人才,开发新产品,用现代技术改造传统产业,将华英公司屠宰加工产生的羽绒,由直接出售转为深加工成羽绒制品销售,提高了企业的核心竞争力。2015年,华姿雪营