

核心话题

从北京环球影城火爆看我国企业如何向高端环节发展

筹建了20年、修建了7年的北京环球影城于9月20日正式开园,从9月1日试运行以来,环球影城热度不断升温,被评为游客心目中北京最受欢迎的景区,试运营阶段就人满为患,这些都足以见得环球影城在国内的巨大影响力。同类型的上海迪士尼乐园虽已投入运营超过5年,但至今仍热度不减。

按照经济发展的客观规律,随着国家经济的不断发展,居民在旅游方面的支出会逐年提升,文旅行业是近年来旅游产业中发展最为迅速的分支行业。国内的地产等一众企业其实早就发现了这个商机,近年来在全国多地建设了很多项目,但往往项目刚开园的时候能火一段时间,等到项目运行几年后对游客吸引力下滑就会出现发展的瓶颈。对此,项目运营方也没有很好的办法,只能在票价上做文章,要么适时降低票价,要么推出相对便宜的年票吸引游客。那么,同样是文旅项目,为什么国外项目在国内就能长时间保持热度,与国内同类项目形成鲜明反差呢?

文/范欣



作者为财经评论员

要弄清这一问题就需要从迪士尼和环球影城所在的影视行业说起,虽然影视行业外表非常光鲜,制作出的电影产品都是大手笔和大制作,系列影片一经推出多能横扫全球票房并且总能给人们留下一段美好的回忆。但不得不说,影视行业对于投资者而言并不是一个真正意义上好的投资标的,原因在于,想要影片大卖一方面必须请当红明星主演,而当红明星的片酬往往较高,另一方面则需要优良的后期制作和较大力度的宣传,这些无疑都会大幅

增加影片的制作成本,不仅如此,后期院线也会分走一大部分影片的票房收入。因而,影视公司真正从票房获得的收益并不高,很多收益都是通过后期卖版权等方式获得的。当然,影片如果大卖还好,投资人、影视公司只是赚多赚少的问题,但事实上很多影片在上映后票房成绩差强人意,有的甚至严重低于市场预期,一旦出现这类情况,投资人和影视公司都将面临巨额亏损。

站在影视公司的角度,如何有效分散经营风险,通过品牌取得利益最大化无疑是重中之重。鉴于影视公司此前通过很多成功产品所衍生出的大量IP,并且这些IP在影迷和普通民众间已广为流传,所以围绕这个IP进行深度商业化开发无疑是最容易赚钱的生意,于是影视公司最先开发出了相关电影纪念产品,随后又不断向下游延伸产业链,陆续推出了以电影IP为主题的大型乐园和度假区,也就是当前我们看到的北京环球度假区和上海迪士尼乐园。当游客漫步在这类景区时,体验其中的大型游乐设施只

是一个方面,还能在其中体验电影中真实的场景,比如环球影城中的哈利波特区游客可以购买魔法棒在橱窗“施展魔法”,而且,游客基本上都会购买乐园中的电影主题产品,比如环球影城中的黄油啤酒、小黄人汽车爆米花等,这些产品的利润率都非常之高。影视公司业务模式的转变,给公司的发展带来了新的生机,迪士尼财报显示,2019年乐园与度假区收入占其总收入的比重高达37.7%,即使在2020年疫情影响下,乐园与度假区收入占其总收入的比重也达到了25%。

由此,其实就基本上能看清楚国外影视公司的“生财之道”,前期通过高投入的热门系列电影在观众中打下良好口碑和群众基础,中期通过售卖电影版权获得利润,后期通过主题乐园和纪念品进一步将IP价值变现,实现利益最大化。

回过头看国内的相关文旅景区和乐园,虽然在园区内部也进行了不同主题的分区,游乐设施也是采取了当时领先的设备且极具挑战性,还在景区内推出大型

表演,但缺少的是群众间广泛的认知度和沉浸式的体验感,而环球影城和迪士尼给游客提供的除当次游园体验外还有文化氛围,这也就解释了为何国内的文旅景区和乐园仅在刚开业时较火,等过一段时间热度就会下降,而迪士尼却能经久不衰的原因。说到底,还是国内同类企业没有沉下心来仔细研究这个行业发展的趋势并用心做好自己的产品。一些房企做文旅只是想跑马圈地赚快钱,在主业都没有做好的情况下早早的进行多元化,看到矿泉水行业赚钱就投矿泉水、看到电动车行业火就投电动车,分散了精力不说还在主上没有给消费者提供好的产品和服务。

其实,在制造业等其他行业这种现象也广泛存在,我国生产的产品在质量上其实早就与国外产品不相上下,有很多甚至在质量上早已超过国外同类产品,但欠缺的往往是需要长时间建立的品牌影响力和更深层次的文化传播力。比如在运动服饰行业,当前国内品牌的质量绝对不比国外品牌差,但在产品设计、营销宣

传、氛围营造上与国外品牌仍有较大差距。再比如在汽车行业,虽然以“BBA”(奔驰、宝马、奥迪)为代表的高档汽车厂商也存在这样那样的问题,但在国内高档车市场上占有率还是逐年提升,其可靠的就是百年经营所带来的质量可靠性和品牌影响力。近年来一些国内企业也意识到了这一问题,纷纷进行转型,比如在运动服饰行业,一度经营出现严重困境的斐乐在被安踏收购后完成了华丽转型,主打高端运动时尚品牌的定位,用潮流的设计和精准的营销获得了成功。再比如在新能源汽车行业,面对强大的外资车企竞争,国产品牌汽车丝毫不占下风,几个品牌的年销量已超越国外品牌。

当前我国经济正处于结构转型的关键时期,这不仅需要国家宏观政策精准发力,更需要国内企业准确判断市场动向,大力发挥企业家精神,聚焦主业,从单纯的销售产品向文化输出转变,如此才能在国内外同类企业的激烈竞争中牢牢掌握主动权,不断向产业链高端大步迈进。

自由谈

以综合手段治理娱乐圈乱象

吴亦凡涉嫌强奸罪被批捕、郑爽因偷逃税被处罚、张哲瀚参观靖国神社被抵制……最近一段时间的娱乐圈地震,让明星艺人的准入门槛问题再次引发全社会关注。近日,多部委就娱乐圈密集发声,中宣部印发的《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》要求,严格执行演出经纪人资格认证制度;国家广电总局发布的通知也指出,要严格执行主持人持证上岗。与此同时,也有专家建议明星艺人应该持证上岗。

建议明星艺人持证上岗的声音,并非第一次出现,但此前基本都被当作是一种调侃,从没引发如此大的关注和讨论。一方面,最近一系列明星“翻车”事件,的确让社会对明星艺人的德行、素养问题产生质疑,可以说已经形成一场行业形象危机。此背景下,建议艺人持证上岗的声音其实就迎合了某些舆论意见,变得郑重其事起来,而不再像是一句“玩笑话”;另一方面,演出经纪人资格认证、主持人持证上岗成为现实,也被一些人当成了艺人持证上岗的铺垫和前奏。

文/朱昌俊



作者为媒体评论员

不过,尽管我们必须承认当前娱乐行业的艺人素养参差不齐,相关乱象也应该得到解决,但综合考量,让艺人持证上岗,并不是一味好药方。

明星艺人队伍中所出现的问题或者说是不良现象,其实并不是没办法治。如近几年,相关部门围绕加强对违法失德艺人的惩处,先后出台了多个文件,不少艺人“翻车”,并受到了应有的惩罚,这本身就说明了治

理效果。此外,现代娱乐行业是一个高度市场化的产业,身处其中的艺人本就受到市场和观众的约束与监督,不能因为部分艺人失德、违法,就对整个行业进行否定。每个行业都有“败类”,娱乐行业的乱象与“败类”未必比其他行业更多。更何况,艺人失德违法有市场惩罚,有法律托底,“持证上岗”的必要性,并不突出。

从实际效果看,持证上岗也未必能真正解决艺人素养的问题。要知道,影视娱乐行业崇尚创造性、个性,那些真正受到尊重的“德艺双馨”艺术家,并不是靠某种一刀切的资格认证规范出来的,而且更多恰恰在于展示了他们的个性,在于他们的“不同”。比如,这次导演贾樟柯就举了他表弟韩三明的例子:“他就是一个矿工,我就觉得他特别适合《三峡好人》,他就演了而且他拿了最佳男演员(奖),那如果有这个准入制,我们还能不能请他演,银幕上还能不能有这样的形象,就是一个问题了。”

从具体操作上看,艺人持证上岗也显得极为困难。可以说,在一个推崇个性、创造力、多元

化的行业,评价艺人的素养、资格,不可能有一个真正合理的标准答案。很多人就疑惑,到底怎样的艺人资格认定标准能够保证专业、公平?是唯学历还是唯表演能力?有没有年龄限制?由谁来打分才最具说服力?诸如此类的问题绝非杞人忧天,而是娱乐行业的规律使然。

比如,如果都要考了资格证才能上岗,那些常年盘踞在各大影视基地的群众演员是不是就必须被驱逐出行业?退一步讲,考了证就一定能够保证艺人的专业能力和德行表现吗?君不见,近些年一些“劣迹”艺人,不少此前就被官方或半官方机构认定为模范、榜样。但事实证明,这种认定和嘉奖,并没有让他们免于“翻车”。由此可见,寄望于对艺人盖戳认定来提升行业门槛、提高艺人“操守”,这事并不靠谱。

更重要的是,娱乐行业最需要的就是百花齐放,需要相对宽松的创作环境和人才成长环境。基于这种规律,监管最重要的是把底线划得更清晰,而不是要把管理重心放在抬高准入门槛上。要知道,能够真正“走

红”,并成为明星艺人的毕竟是极少数,它背后是千千万万“无名小卒”的支撑。如果人为设置一道门槛,这就很可能大大限制影视娱乐行业的人才活力,最终不仅不一定能够保证艺人的德行,反倒还可能使整个行业变得更平庸。甚至,由于多了一个门槛,还有可能加剧行业的权力寻租以及潜规则倾向,最终增加新乱象。

其实,明星艺人进入娱乐圈,本身就经历过市场的严格筛选,像作品能不能叫好又叫座,就是最具说服力的考验。而在德行方面的表现,也受到市场和观众的监督,一些艺人设崩塌,随即商业价值严重打折,就是最直观地体现。除此之外,对于违法行为,还有法律红线在。综合这些现实,只要有针对性地化解时下娱乐圈造星机制的一些弊端,如唯流量模式,并纠偏畸形饭圈文化,我们实在没必要对明星艺人的“节操”过于担心。

另外,要重申的一条底线是,规范娱乐行业是为了让这个行业有更好的发展,形成更健康的行业生态,而不是要牺牲行业活力,更不是抑制行业发展。

内地现代娱乐行业,本身就是改革与开放的一个重要成果,现在它出现了一些问题,需要医治,但绝不能重回曾经被摒弃的模式。

跳出艺人持证上岗的话题,还要看到的一层现实是——动不动就建议拿资格认证来规范某个行业,其实也是一种病,得警惕,得治。它的背后,是一种长期以来的权力思维在作祟,迷恋行政力量的大包大揽。以至于,这些年我们甚至还看到有人提出要让新生儿父母持证上岗。

殊不知,国家这些年其实已经在对这种思维纠偏。如2015年以来,国务院就先后分多批次取消了数百项职业资格许可和认定事项,它体现的是放权,是对行业和市场规律的尊重。如果碰到某个行业出现乱象,就试图拿出持证上岗的“万精油”武器,这无疑与改革方向背道而驰,甚至可能吞噬既有的改革成果。而从让艺人持证上岗的建议,以及它得到的部分呼应来看,我们一边要继续剔除那些不该有的行政许可,一边还要警惕出现新的滥用行政许可的倾向,及其背后的权力思维的“回潮”。

养老中国

政府买单老人意外险,好事要办好

据媒体报道,自2017年硚口区率先开展试点以来,目前武汉市全市绝大多数区由政府出资,为60岁或65岁以上老人购买意外伤害保险。今年8月,武汉市江岸区民政局对外发布,由区政府出资,对辖区内65岁及以上老年人购买意外伤害保险,具体对象为户籍所在地(含居住)为江岸区且年满65岁及以上老人可作为本保险的被保险人,共14万余人。

老年人由于身体机能退化,自我防范能力下降,遭受意外伤害的概率要比年轻人大多。近些年有关老人遇意外伤害事故和纠纷的报道非常多,在多种意外伤害事故和纠纷中,尤其让人痛心的是,出现一些老人被人救助后反而讹人的现象。这种现象的出现,从经济方面分析,主要是由于老年人收入有限且没有相关方面的保障,遇到伤害,就昧良心把救命的恩人当成治疗买单的冤大头。

本来,在一个保险业高度发达的社会,可以通过参加意外伤

文/梁发苗



作者为财税史学者

害保险来预防老年人常常遇到的此类风险,减轻个人由此承受的损失和负担。但是,商业化的老人意外险在我国发展并不理想。不少老人收入低下,没有参保能力,也有些老人存在一定侥幸心理,没有保险意识,再加上一些商业保险机构口碑不好,买保险容易理赔难,这些都影响到老年人参加商业意外险。如

果没有一定的参保数量,那么,这项保险就不可能正常发展。从保险的初衷来讲,风险必须在众人中进行分担,才能减少不幸遇险者的损失。参保人数较少使保费居高不下,高保费又把更多有一定参保意愿的人挡在门外,这样形成互相影响的恶性循环。一项本来可以让老年参保者和保险机构双赢的保险产品,并没有发挥应有的作用,遇到了难以破解的肠梗阻。

虽然意外险是一项非常常见的商业保险项目,但是老年意外险实际上存在市场失灵现象。这种情况下,政府以公共产品形式提供老年意外险,就可解决这种肠梗阻。当然,政府提供此项公共产品,并不是政府亲自去办保险公司去卖保险产品,而是政府通过向市场保险机构购买服务的形式,出资购买保险产品,提供给需要的居民。从目前情况看,不少地方政府都通过直接买单或部分补贴的方式,为老年人提供了意外伤害保险。

政府以全部买单或部分补

贴的形式提供保险产品,可以保证保险所需要的参保人数。如果政府为某个年龄段以上的居民购买保险,那么,辖区内符合条件的人数是既定的;如果以部分补贴的方式,为某些低收入或特定困难老人提供补贴,那么,这些人群的数量也是可以计算的。这样就保证了保险所需要的数量,因而保证了保险机构的保费收入,且大大降低了保险机构的产品营销成本。此情形下,政府与保险机构认真谈判,一方面降低保费,另一方面确保赔付水准,同时保证服务质量。因为政府有强大的谈判能力,就像医保组织的药品和耗材集中带量采购能够降低价格一样,理论上说,政府组织的老人意外险也可以既降低保费也确保合理的赔付水平和服务质量。

从相关报道可知,各地政府在老人意外险方面的做法相差很大。政府全部买单还是部分补贴,从什么年龄段开始享受政策,保费的高低,赔付的多少,各地千差万别。这当然与地方财

力有关,也与地方财政支出的优先程度有关。地方政府完全有自主权,根据当地实际和人民需求,进行符合自身条件的政策选择和财力分配。总的来说,随着老龄化社会的加剧,养老问题越来越成为地方政府不得不重视的大事,财政支出逐步向养老老幼方面倾斜,减少老年家庭的负担,化解他们的风险,是符合这个大趋势的。对于老人来说,政府提供的免费保险也是一项很暖心的福利。

不过,既然政府选择以买单或补贴的方式为老人提供意外伤害,那么,有些老生常谈的问题还是需要格外注意。

一个是,政府买单的老人意外险,花的是财政资金,而财政资金来自人们的纳税贡献,一分一厘必须花的公开、透明、合理、公正且有效率。此项支出,是政府购买服务,属于政府采购事项,这就需要货比三家,进行公开、公正的市场招标,在充分竞争的基础上,确立中标者。保费是否适中,赔付水平是

否合理,都需要进行非常精细的计算。从报道中可知,各地的保险合同都是按年度签订的,如果在最初之时由于信息不对称,政府可能无法非常精细地了解保险机构的成本和费用,也很难准确预计实行中会出现的情况,那么,随着合作的深入,中标的保险机构应该公开每年的收入和成本,对于保费和赔付水平进行不断的调整。这是一项公益性工程,要保证中标的保险机构有合理的利润,更要确保政府资金要花的值得。

第二个问题是,中标提供服务的保险机构务必提高服务水平和质量。一段时期以来,保险业形象很不正面,投保容易,理赔艰难。即使是政府买单的项目,人们对于理赔的复杂繁琐仍然是心存畏惧。因此,保险机构应该提高服务水平,简化流程,为老人提供综合保险理赔、咨询、承保、宣传和健康管理等。而政府部门尤其不能忽视监管。总之,政府买单老人意外险,好事要办好。