

Wh 产业观察

旅游演艺：新业态造就新格局

日前，省文体厅组织有关部门深入海口、三亚、琼海、保亭、万宁等市县，对我省旅游演艺的运营情况进行调研。在调研的11家剧场中，4家盈利、5家亏损，2家处于停演休业状态。

随着海南国际旅游岛建设的不断推进，旅游演艺已经成为塑造海南文化形象、发展海南文化产业的一个重要组成部分。国内演艺巨头相继入驻，本土文化公司独辟蹊径，海南文化旅游演艺呈现出丰富多彩的发展局面。然而在市场的检验下，有的项目取得了票房上的成功，有的则出现亏损甚至停演现象。此时对旅游演艺状况进行调研和梳理，对于我省旅游演艺产业的健康发展，无疑将起到积极的推动作用。

Wh 产业热点

手机电影挑战传统电影产业

■ 媒体

拿出手机用影像的方式记录自己的生活分享到社交网站，通过手机观看视频节目和好友交流……这已成为越来越多人的生活习惯。在移动互联网飞速发展之下，手机电影用更小的切入视角记录生活，释放人们用影像记录时代生活、表达情感的需求，对传统电影产业产生变革性的影响。

每个人都是生活的导演

外公生病急召孙儿从上海赶回成都，说要告诉他一个秘密。孙儿陪伴失忆外公走完了人生最后一程，留下了一段温暖的回忆……“80后”四川小伙子孙然把自己失去亲人的痛苦，未能见到最后一面的遗憾写成剧本，打动了著名导演岩井俊二，帮助其拍摄了一部微电影《外公的秘密》。没想到，就是这样一个“老百姓身边”的故事上线短短20多天，吸引了4160多万网友观看。

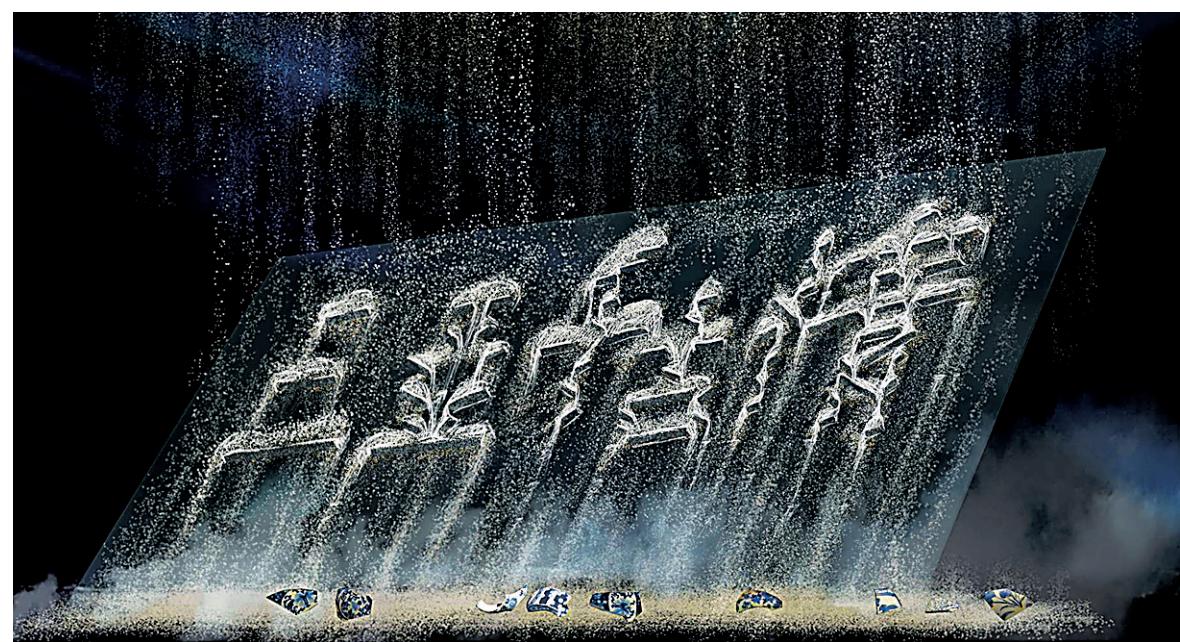
2013年6月，《外公的秘密》参加上海国际电影节电影节，获得魅力城市单元大奖。随后，中国移动把《外公的秘密》列入手机电影“无线院线”，向1.4亿手机视频观众推荐。从2011

互联网大佬进村“刷墙”

渗透多年，如浙江、河南等多地出现了许多“淘宝村”，但农村市场仍处在起步阶段。淘宝发布的2012年数据显示，我国县域地区共有超过3000万人上淘宝购物，花费达1790亿元，比2011年增长了87%。而县域的人均网购花费、网购次数，已经超越一二线城市。

开始刷墙抢夺农村用户的不只是阿里巴巴。在农民家的大墙上，还可以看到百度的“要销售，找百度”、当当网的“老乡见老乡，购物去当当”、360的“孩子只生一个好，安全只用360”以及网易旗下的“用易信，省话费，生二孩”等。

实际上，这些“土得掉渣”的宣传语和宣传方式，对农村市场一直奏效。福布斯中文网曾经把刷墙称为“农村市场最好的户外广告牌”。易信一位内部人员也表示，自今年4月开始刷墙告诉老乡可以免费打电话后，虽然很难计算出转化率，但当地咨询和想了解易信的用户明显增多。



《三亚千古情》成功地把海南文化和旅游深度融合

■ 本报记者 戎海 通讯员 侯福庆

我省开展旅游演艺最早的剧场是兴隆阳光大剧场，经过十多年的发展，特别是海南国际旅游岛建设上升为国家战略后，旅游演艺市场出现了蓬勃发展的良好势头。省文体厅厅长朱寒松告诉记者，目前我省共有海口、三亚、保亭、琼海、万宁等5个市县都在开展旅游演艺。剧场条件不断改善，演出质量提高迅速，满足了广大游客对文化消费的需求。

然而随着旅游演艺产业的迅猛发展，也出现了演出节目同质化、演出资源分布不均等问题。在经历了快速扩张和发展阶段后，海南的旅游演艺需要冷静地梳理一下现状和脉络，为今后的更好发展积蓄力量。

本土文化构筑 旅游演艺基石

海南除拥有独特的旅游资源外，还拥有红色文化、海洋文化、黎苗文化、移民文化、侨乡文化等多种文化，在开展旅游演艺方面有着得天独厚的优势。在众多的旅游演艺中，海南本土文化成为关注的焦点。当地的历史文化、民族风情经过编导和演员们的艺术创作，得到了深度开掘，对于传播本土文化、扩大海南文化影响力起到了积极的作用。

三亚千古情剧场演出较好地融入了“鹿回头传说、鉴真东渡和崖州知府”等三亚历史文化题材，博鳌琼花剧场上演“红色娘子军”传播红色文化，槟榔谷剧场将黎族、苗族的传统服饰、生活习俗、爱情故事等内容通过演出进行全面展示，这种剧目编排有利于游客了解当地历史文化和民族风情，受到了观众的普遍好评。

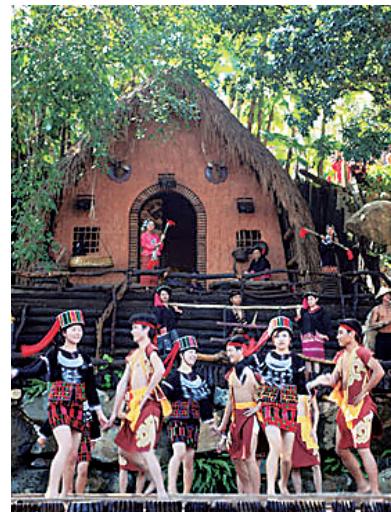
“事实上，这些以海南题材为内容开展特色演出的剧场效益都比较好。”省文体厅副厅长杨浩强告诉记者，开展旅游演艺不能贪大求全，要紧密结合当地的

人文历史和地理环境，充分挖掘本土特色文化来吸引游客观众，这应当成为我省旅游演艺的发展理念。

文化旅游深度融合 成盈利关键

“从我省旅游演艺的情况看，凡是剧场周围旅游环境建设质量较好的，其剧场观众的上座率就高。”杨浩强说，三亚千古情演艺剧场的经营模式是“主题公园+演艺”，游客在观看剧场演艺前后，可以在景区公园参观各类文化景点，较好地吸引了中外观众。槟榔谷将剧场设在景区内，并将观看剧场演出作为该景区安排的一项旅游内容，从而出现了每天5场、场场爆满的现象。万宁兴隆海航康乐大剧场、阳光大剧场的上座率达到80%，与兴隆良好的旅游环境有着密切关系。

如果剧场演出时间与旅游活动时间结合不科学，也会不同程度地影响剧场发展。印象·海南岛演艺剧场的演出时间安排在晚上，虽然该剧场地处海口西海岸，白天剧场周围的海滩、绿地是游客



槟榔谷演艺主推少数民族文化

戏水、观海的风景区，但由于远离市区、特别是晚上不便开展旅游活动等原因，导致驻场演出对游客吸引力不强、上座率不高，这也是该剧场连年亏损的原因之一。

谁能把剧场发展与旅游融合到位、更好地吸引游客，谁就能占领市场，这是每个驻场演出经营者应该具备的旅游演艺发展理念。杨浩强说，发展我省旅游演艺，一定要在深化驻场演出与旅游融合上下功夫。要进一步丰富剧场周围景区内容，增加旅游元素，想方设法吸引游客。

加强引导和监管 有利健康发展

在此次调研的11家剧场中，有5家处于亏损状态，还有2家停演休业，如此高的亏损率令人深思。

据介绍，从我省旅游演艺市场发展情况看，有个别地区因剧场数量、剧场大小与游客流量不匹配，加之演出内容等原因，曾一度出现无序竞争状况，不同程度地影响了当地文化旅游市场发展。2家停演的剧场均地处兴隆也说明了这一问题。

朱寒松告诉记者，发展旅游演艺，政府职能部门应当主动担负起责任。首先研究制定旅游演艺市场发展总体规划，切实加强对驻场演出的宏观指导，从源头上防止盲目建设剧场，造成资源浪费、出现无序竞争等不良问题发生；其次要解决旅游演艺发展过程中遇到的土地、税收、人才培养等实际困难，加大对旅游演艺市场发展的培育、扶持力度，为我省旅游演艺市场快速发展创造有利条件；同时还要加强旅游演艺市场管理。协助剧场积极打造彰显主流价值观、凸显文化内涵的精品项目，形成品牌，增强旅游演艺驻场演出的影响力，坚决打击低俗、庸俗、媚俗等不健康的旅游演艺活动，使旅游演艺内容与形式更加符合旅游市场的需求，为我省旅游演艺市场繁荣发展做出积极贡献。

Wh 产业动态

■ 点评：戎海

华商品牌大举植入《变形金刚4》

《变形金刚4》6月27日将在内地上映。和《变形金刚3》植入4大中国品牌相比，《变形金刚4》可谓凶猛，包括：怡宝矿泉水、红牛、伊利舒化奶、纽崔莱蛋白粉、广汽传祺、TCL、周黑鸭、剑南春等都纷纷在片中亮相。

而因为有中方资金加入，166分钟的电影，香港大战就打了40分钟，青马大桥、香港会展中心、中银大厦等地标建筑，都华丽出镜。

擎天柱还率队飞跃了长城，在重庆武隆天坑驯服了机器恐龙。片方甚至巧妙地将广汽在广州的生产车间，改造成人类制造汽车人的生产基地，拍摄了一段“惊破天”复活出逃的重头戏。

当然最成功的中国植入自然是李冰冰，累计出境超过15分钟，比女主角尼可拉·佩尔茨还抢镜。（据《钱江晚报》）

点评：中国市场已经成为国际影市版图中的一块重镇。在国际大片中植入品牌，也成为众多中国企业新的时尚选择。品牌植入在国外早就有先例，而且也造就了一系列国际知名的品牌。中国品牌植入好莱坞大片，除了“混个脸熟”外，恐怕还要在细节上下工夫，把自身的品牌文化也随着电影传播出去，让这些国内知名品牌早日成为“国际名牌”。

广东移动携手腾讯用微信卖流量包

广东移动与腾讯联合推出流量红包业务。而移动正是之前对微信“讨伐”最激烈的一个运营商。“搞定”移动也意味着微信已与国内的运营商达成全面合作关系。

据了解，即日起至8月20日，微信用户可通过微信公众平台关注“广东移动10086”官方微博账号，参与“抢流量红包”系列活动，超低价批量购买小额流量包，并以微信红包的方式，向朋友圈、群组或好友派发。广东移动相关人士表示，此次移动之所以选择微信，是想依托微信在移动端的庞大用户基础和社交优势，推动移动4G业务快速落地。“微信流量红包”作为双方创新合作的初次尝试，将为未来开展更深更广的合作模式奠定基础。（据《羊城晚报》）

点评：在移动之前，腾讯与其他两大运营商已经先后开启合作。然而在去年，三大运营商对于微信的出现还是口诛笔伐，视其为洪水猛兽。运营商态度的180度转变固然与微信的快速膨胀有关，更重要的是4G大战已经打响，数据流量已经成为最主要的收入来源，而微信作为移动互联网的超级入口，自然会成为运营商们销售其流量的平台。在文化产业中，借力与合作已经成为趋势。

今春艺术品市场遭遇“价格腰斩”

今年春季大拍已基本完结，期间却时不时有“价格腰斩”和“封面流拍”的不利消息出现，这无疑让意图本季翻身的艺术品市场再受重挫。

齐白石的《花鸟四屏》在今年春拍中价格遭腰斩的新闻近来引爆了市场对于“亏本藏品”的讨论，同样被列举的还有先以5200万元成交、4年后成交价为4830万元的“清乾隆金桃皮鞘天字十七号宝腾腰刀”，以及2011年以920万元成交、2013年却拍出598万元的陆俨少《延安颂》等。除此之外，向来为买家所争锋的“封面拍品”也陆续流拍，令拍卖行颜面受损。这些封面拍品都是大名家作品，包括杨飞云的《妙龄女》、赵孟頫的《致宗元总管札》、陈洪绶的《四时花鸟》、陆俨少的《罗浮新颜》、张大千的《云壑渔隐图》等。

（据《广州日报》）

点评：在名家作品大受追捧的当今，亏本出货的现象实在让人心生疑窦。都说艺术品拍卖市场“水深”，现在看起来“泡沫”也不小。在很多天价成交的拍卖中，最终能够付款完成交易的其实并不多，很多都是虚抬价格，引诱初入门的收藏爱好者接手。价格的下跌和流拍的出现，只能说明现在的投资者日益成熟，市场也在逐步规范。只有这样，艺术品市场才能步入良性发展的轨道。



热线电话：0898—66810749 13907553531

Wh 寻宝
省旅游商品企业协会特约



海滩岩是西沙特有的奇石

西沙奇石海滩岩

■ 林鸿民

海南奇石文化受内地市场推进发展迅猛，过去海南中部山区河床广泛分布的黄腊石，也被当地农民认为有经济价值的商品而收集并销售。海南奇石远不仅黄腊石、黑腊石、水晶之类，还有尚不为人们所认知的新石种，尚待发掘。

奇石又称为玩石、雅石、供石、观赏石等。奇石是具有观赏价值的天然石品，大多数情况下不予加工。要求有四项特性，即新奇性、独特性、稀有性、神秘性。具多种自然美的属性，以及有观赏价值、科学价值、文化价值、经济价值、收藏价值，是大自然千百万年的造化物，故越来越引起人们的关注与喜爱。

按照上述定义要求，这里推出的海滩岩奇石无疑符合奇石要求。据收藏者海南省海洋环保协会秘书长陈慧介绍，该块奇石来自西沙群岛海岸。海滩岩奇石作为一种新的奇石品种，在全国范围内只有西沙才有地质条件产出，它的成因是新生代热带珊瑚礁海洋沉积产物。这种奇石形象古朴凝重，粗犷厚实；表面布满灰白色或灰色珊瑚礁碎屑，被碳酸

盐物质所胶结；斑斑驳驳，凹凸不平，在它身上留下了海浪长期冲刷与时光无情雕刻的印记，表明了它经历沧海桑田的身份。

海滩岩仅分布于热带珊瑚岛礁沿岸。当低潮时海岛沙滩出露，在常年太阳暴晒下，沙粒间孔隙水逸出，导致期间的珊瑚碎屑碳酸钙浓度加大，促成它结晶并把沙滩上的砂粒、砾石、生物化石碎屑全部胶结固化在一起，而成为今日海滩岩。

海滩岩是热带岛礁海岸独特的地貌景观。由于它不同程度地固结成岩，对波浪和潮流的侵蚀有一定的抗御生态功能，对保护海岛岸线稳定有重要作用。它的分布位置，出露高程、可以推断海陆变迁，海岸升降问题，是重建古海岸线的重要标志。因此海滩岩奇石具有科学研究价值与科普认知价值。对西沙群岛海滩岩必须予以有效保护，但对已被冲刷碎裂而脱落母岩的块体，可以适度少量收集，制成具有观赏价值奇石展品，通过展览、交流、销售，让更多国人认知西沙海滩岩奇石，使其在我国奇石苑中占有席之地。

沉香文化之旅周末开启

本报讯 自沉香文化知识讲座征集令发布后，引起了众多读者和沉香爱好者的兴趣，许多人打来电话询问活动内容和参与方式。据海南沉香收藏博览会组委会介绍，本次活动由海南沉香收藏协会具体承办，主要是宣传和普及沉香知识，讲述沉香文化精髓，弘扬沉香文化精神，让更多的人了解沉香，懂得沉香，识别沉香。

据了解，海南沉香是沉香中的佳品，无论是品相还是种类，都是出类拔萃的。但由于种种原因，海南的沉香文化却没有得到发扬光大，目前还处于原料产地和初级加工水平阶段，文化含量不足，附加值不高，和海南沉香应有的地位很不相称。对此，海南沉香界人士一直在努力，力求让海南沉香文化不断发扬

光大。此次海南日报报业集团举办秋季收藏博览会，对沉香文化格外关注，这也让业界对重树海南沉香文化充满信心。

这次沉香文化讲座活动时间为6月28日上午10点，地点在海口海秀东路28号中建大厦一楼（银龙电影院路口内进100米）。有意参加者可拨打本次活动参与热线报名。（刘宇）



张大千的《云壑渔隐图》遭遇流拍