

锐
话题

在网络、娱乐时代,任何行业的成长都已经离不开娱乐因素,甚至在很多时候,娱乐化已经成为产业升级的重要因素和方向。

如今的娱乐圈已被渲染成了时尚符号,电影、电视、音乐、明星、服装、彩妆、广告、作秀、营销……几乎无所不包。它让人眼花缭乱之余,也日渐成为有钱人消遣、娱乐、淘金、谋求影响力的地方,涉足娱乐业的地产大鳄们就实践了这一新商业说法。

地产大鳄玩娱乐 醉翁之意不在酒

见习记者 温丽君

卖不动房,就卖片

继投资《勇敢游戏》、《师傅》等影视剧吹响进军影视圈的号角后,近日,恒大文化产业集团又在京成立了恒大音乐公司,宣布将投资支持演出、唱片等音乐项目。前后半年时间,恒大地产已在娱乐圈充分扩张了势力。

其实地产大鳄跨界玩娱乐的绝不止恒大一家,保利博纳、万达影视、万科影业的背后,都有地产商的身影。在今年上海电影节期间,保利博纳影业一下就公布了未来一年准备投产的9部影片。王晶、徐克、张之亮、庄文强、麦兆辉、林超贤等一些知名导演,均榜上有名。

之前张艺谋与张平分道扬镳,大家都很关心“国师”的归属。近日,有媒体报道称,张艺谋确定签约万达影视,即将推出首部作品《龙吻》(暂名),准备邀请好莱坞巨星安吉丽娜·朱莉加盟。虽然万达影视对这一消息比较低调,但从此前收购全球第二大院线集团美国AMC影院公司等一系列大手笔可以看出,万达进军电影领域的决心不可小觑。

绿地集团旗下的盘龙谷文化城也与孟京辉戏剧工作室启动了一系列戏剧演艺项目。另一家实力雄厚的世茂集团则心系院线,影院银幕到2012年底将达到200块,计划到2014

年拥有500块银幕。

在地产普遍不景气的大环境下,手握大量流动资金的地产大鳄们纷纷进军娱乐产业,寻找新的经营增长点,似乎也揭示了调控期地产商们的一种尝试——“卖不动房,就卖片”。

地产大亨 都有娱乐梦想

对企业家来说,他们都有渴望产业突围的梦想。其一,可以充分发掘商品的休闲娱乐性,并用娱乐化的市场方式推广之;其二就是干脆踏足娱乐圈。

2009年投拍《花木兰》,2011年投拍《鸿门宴》,地产大亨、星光国际的总裁王喆,终于完成了华丽转身,变身娱乐圈的新贵人物。但是和恒大地产不同的是,王喆是在国内地产业相当火热时,毅然放弃熟悉的地产行业踏足娱乐界。先后大手笔制作了《花木兰》、《鸿门宴》等多部影视剧,并签下了爱戴、陈柏霖、吴佩慈等人,他把“地产大鳄”、“娱乐大亨”的双重身份演绎得异常精彩。

谈起自己当初的选择,王喆对记者表示:“每个男人年轻的时候都会有梦想,喜欢音乐、喜欢电影,当有了一定的资本和实力,可以不为生计发愁的时候,大家都想尝试一下圆梦的感觉,其实做音乐和电影也是我的一个梦想。我想很多和我一样的地产界成功人士,最初进军娱乐圈大概都有这么一个梦想,毕竟财富带来了实现梦想的机会,这种成就感对很多人充满诱惑。”

想在娱乐圈赚钱 不容易

恒大音乐董事总经理宋柯在接受记者采访时表示:“恒大音乐已收购了3000多首歌曲的版权,将为第一个艺人周子琰制作四张唱片,而且‘恒大星光’系列演唱会年内会同步进行,明年一定会请欧美大牌来。”尽管愿景美好,但是恒大音乐能否在短期内盈利,宋柯有点底气不足,“以恒大的企业规模,投资音乐首先考虑的肯定不是盈利,但我相信有强大的资金支持,用音乐赚钱是有可能的。”

相比宋柯的保守,恒大音乐董事长吴雪丹显然更具雄心,“除了音乐,我们恒大在影视、动漫、院线、发行和艺人经纪方面都会有所动作,准备全方位进军娱乐圈。我们在全国几百个楼盘,还将设立社区性质的电影院线,还会在全国建设150余家恒大影城。我们意在打造中国规模最大、专业实力最强的影视文化公司。”这种大规模的投入何时能带来效益?吴雪丹表示,希望在不远的将来实现盈利,但她并没有给出具体的期限。

星光国际总裁王喆告诉记者:说影视市场繁荣,我觉得是一个虚假的现象,因为真正做电影赚钱的还是很少。我们预计《花木兰》的票房收入是1.2亿,但最终只收了9千万,未来中国电影如何形成一个产业,还需要很长的路要走。所以不管你有任何背景,是做地产的,还是做能源的,进入这个行业要赚钱都不是一件容易事。

大鳄看中的是娱乐圈的影响力

既然娱乐圈赚钱不易,难道地产大鳄们进军娱乐圈仅仅就是为了梦想吗?如果你这么想,就低估了他们的精明。

王喆坦言:“在我看来,娱乐圈最大的价值是影响力。很少有行业能在短期内让很多人知道你,让很多人知道你的企业是做什么的,但涉足娱乐可以。这也是我们做娱乐的一个方向吧。中国的娱乐业和国外还有很大的差距,这是一种危机也是一种机遇,就看你如何好好抓住这个机遇来实现自己想要的利益了。毕竟在这个行业得到的知名度,就可能在另一个行业给你转换成真金白银。”

吴雪丹也说:“国家对文化产

业的大力支持,预示着影视、音乐方面是大有可为的,而且我们一直认为,不管是从产业价值,还是战略角度来看,影视也好,音乐也好,都还有很大的发展空间。另外,我们更看重文化产业对企业整体品牌价值的提升。”

事实上,保利、恒大、万科这些地产大鳄在涉足娱乐圈后,都或多或少提升了各自的品牌知名度,在这些地产企业的老板看来,花钱投拍影视剧和成立自己的影视公司,是不能比的。成立自己的影视公司,对自己地产品牌提升所带来的广告效应,远远超出了他们的想象。套用一位圈内人士的话说,“地产商在娱乐圈最差也能赚到吆喝,即便赔点钱,就当交广告费了,而且这里赔一块钱比做广告花十块钱都值!”

出品:文娱新闻中心
统筹:张宇
美编:马晓迪
组版:李娟丽

吴佩慈

爱戴

汪峰