

2009 洛阳 最具活力候选企业公示

东影传媒：一枝独秀领舞中原

——蓬勃发展的河南东影文化传播有限公司

周杰伦、王力宏、S.H.E等演艺巨星青睐中原，视听盛宴接二连三。是谁创新运营思路，利用民间资本独自承办，突破大型演出多年由政府包办的格局？是谁高瞻远瞩，敢为人先，奋力挥动文化产业的大旗，提升了这个行业的品位档次？是谁在追求社会效益而又兼顾商业效益的同时，为中原百姓带来了丰富可口的精神食粮？

河南东影文化传播有限公司是第一家将大型个人演唱会引入洛阳的机构，也正因此，省内诸多媒体都探讨过“星移洛阳”的话题。东影传媒目前已经成为以文化商业演出、商业片制作及娱乐营销为主的专业文化传媒机构。

一场演出能否成功，如同一个宴席能否取悦食客，关键在于幕后的掌勺者。不落俗套的采购、独具匠心的雕刻、与众不同的烹调工艺等等，即便是微乎其微的细节，也要管理到位，落实到位，才能让各方满意。衣如钢是河南东影文化传播有限公司的掌门人，也是为中原百姓提供丰盛精神食粮的掌勺者。是他第一个利用民间资本运作，将国际巨星引进洛阳；是他第一个创新运作模式而让国际巨星青睐洛阳，喜欢洛阳；是他第一个提出“保护演出市场就是保护洛阳演出市场品牌”的理念。他，让同行仰望；他的企业，让同行注目。北京的一个专职经纪人说过这样一句话：“在中原市场操作演出活动，选择东影成功的概率就非常非常之大。东影的精细化运作管理水平令我们这些同行刮目相看。”

东影承办的各种演出项目为何均能取得空前的成功，衣如钢如何看待洛阳文化产业的发展定位？为此，本报记者对他进行了独家专访，以满足读者对精神文化越来越高的需求。

创新模式 树立文化企业形象

东影传媒自成立以来，凭着丰富的企业品牌传播和推广经验、多样化的传播媒介、强有力的公关活动策划与执行管理经验，承办了国内众多的大型文化商业演出活动，都获得了业界及市场的广泛认同。通过对强势资源的整合以及在娱乐产品和商业模式上的不断创新，东影传媒已成为中原地区首屈一指的文化商业演出生产商和娱乐营销专家，也是目前中原地区文化娱乐领域最为成功的演出机构之一。

东影传媒秉承“诚信、卓越、创新”的企业发展原则，凭借洛阳深厚的文化底蕴和自身专业化的经营运作模式，长期致力于广泛开展洛阳和国际间文化活动的交流与合作，在发扬洛阳千年传统文化、引进西方优秀文化、促进中西方文化交流等方面取得了优异的成绩，在洛阳乃至中原文化行业中树立起了优秀的文化企业形象。

规范运作 保护洛阳品牌市场

东影传媒发源于洛阳，依托对中原文化的深入研究和不懈钻研，整合国内外优质文化资源，引进适合中原文化的、能够被普遍接受的文化演出项目，不但收到了很好的市场效益，也得到了各级政府的肯

定和认可。我们都知道，洛阳是一个具有悠久的历史和文化古城，为各类文化项目的培育和发展奠定了肥沃的土壤，打下了雄厚的基础。我们发现洛阳很多的文化遗产可以被深入发掘，进而发扬光大，被更多的人所接受认可。反过来讲，过多的文化也会让人迷失方向，不知道哪一个该是发扬的重点。如果有人问洛阳的优势是什么，我会毫不犹豫地

说：“悠久的历史及历史遗产以及深厚的文化底蕴”。如果非要找一个洛阳文化发展的劣势的话，恐怕就是“缺乏专业化、市场化的运作”。比如洛阳诸多的名胜古迹，虽然很多名声在外，但是缺乏有效的包装和运作。如果通过专业化、市场化的操作，无论品牌还是效益，都能得到大幅度的提升。东影已经专门组建一个强有力的团队进行这方面的研究和开发。

随着文化市场的繁荣，这几年洛阳的演出市场也呈现出蓬勃发展的迹象，洛阳的文化市场被越做越大，越来越多的演出企业积极参与与进来，这无疑是一件好事。但我们也要谨慎地看到，市场无法容纳这么多的企业，随之而来的便是无序化的市场竞争，这是所有演出商都不愿看到的结果。

所以说近几年洛阳的演出市场是巨大机遇伴随着巨大风险，在未来几年，市场一定会不断发展并整合，不断地优胜劣汰，最终保留下来的将是那些真正具有长远眼光、善于思考、勇于探索、深入研究洛阳文化市场的创意型、实力型企业。

整合资源 拓宽演出产业链条

培养市场：文化市场作为新兴的市场经济形态是改革开放的产物，文化产业的发展已经成为世界潮流。积极发展文化产业，不断改革创新势在必行。

东影传媒主要做大型商业性演出，在演出这个市场里，也存在一个系统的产业链条。例如，在演员的考察和选择上就要考虑洛阳市民的整体素质与审美；演出前需要审批的各个环节都要提前办妥；演出中需要协调的单位和部门要有专人负责；赞助商的方案要体现共赢；票务销售的策略和方法要严谨细致等等。东影仅仅在项目管理论证的一个环节上就要进行一百多项指标的评估。一场精彩的演出，中间的各个环节都是这个链条的一个个重要组成部分，东影努力在这个产业链上促进一种积极、健康、有序的发展规则，形成健康的发展模式。

东影也积极地和市场上良好发展的公司沟通交流，共同努力培养市场，做大市场。抢蛋糕不如做蛋糕，只有市场这个蛋糕做大了，大家才能良性发展。

提升市场：洛阳的文化演出市场经过前期的酝酿到去年的爆发，可以说发展速度惊人。为了保持并提升这种市场水准，东影选择的演



河南东影文化传播有限公司总经理 衣如钢

出都经过国内外一些一线城市的检验，在档次上和上海、北京等持平，在演出效果上要力求超越北京和上海。去年的周杰伦世界巡回演唱会洛阳站就取得了极佳的演出效果，被行业内评价为“周杰伦三年来演唱会最成功的一次”。

优化市场：东影的演出都秉承最大化发掘演出价值的理念，力争在各个方面达到最优效果，提高整合演出的综合价值。只有这样，才能保证所有赞助单位的价值最大化。和东影合作过的国际、国内一线企业都取得了极大的市场和品牌回报。比如：中国移动、可口可乐、德尔惠、中原康城等等。东影具有一支专业化的团队，具备科学的市场运作手法和丰富的市场操作经验。东影提出的“与赞助商共进退，将价值营销最大化；与赞助商同携手，将品牌影响最大化；与赞助商齐努力，将广告收益最大化！”的原则得到了所有合作伙伴的认可。

同时，在影响市场发展的另一个要素——票务销售上，东影传媒不遗余力地捍卫着市场的秩序。我们一直认为，能够在宣传前期就来买票的消费者是真正的知音，是他们使我们这些演出商能够有信心不断走下去。如果在票务销售过程中不断出现降价的情况，无疑是对这些知音的巨大不公。

准确定位 提升演艺市场品位

东影的核心定位有以下特色：一、定位大型演出，兼顾中型演出。

东影的演出主要集中于万人以上的大型演出，比如去年的周杰伦世界巡回演唱会洛阳站、王力宏世界巡回演唱会洛阳站，今年的S.H.E世界巡回演唱会洛阳站都是近五万人的大型演出。今年9月我们还将到郑州举办“周杰伦超时代世界巡回演唱会郑州站”，在省体育中心，也是近五万人的规模。

东影选择明星有几个硬性的标准。第一，要和洛阳深厚的文化底蕴相契合；第二，具有个人独特的风格，形成独有的艺术魅力；第三，具有大量的粉丝，在国内能够排在前三名；第四，演出要非常精彩，场面效果要非常震撼，能够带来不同寻常的视听体验；第五，有著名品牌的代言产品，这样便于邀请各个行业的顶尖企业加入整合演出的营销互动。东影传媒请来周杰伦、王力宏、S.H.E、郭德纲，下一步还要请来张学友、刘德华、蔡

依林，甚至国外的巨星。

二、扎根洛阳，打造文化集群企业。

东影发源于洛阳，必然扎根洛阳发展，依托洛阳深厚的文化基础，在文化演出、文化创意、影视投资、文化旅游等方面不断探索，打造知名的文化品牌。届时，东影将整合各方面的资源，努力打造文化集群企业。

科学论证 保证演出一次次成功

在演出市场的运作方面，东影总结了丰富的经验。

一、严格的市场调研。

东影的每一场演出都要经过至少三个月的演出跟踪调研，在这个时间内东影将会和演出艺人以及经纪公司进行深入的交流和跟踪考察。东影的运作团队会专门观摩香港、台湾、上海、北京等城市的现场演出。在考察的过程中，从艺人演出效果、演出曲目、演出风格、舞台舞美、制作团队、导演水平、操作安排等方面进行了了解，最终通过一百多项指标的评估出具一份科学性很强的考察报告。

二、深入的项目分析。

在拿到一手的考察评估报告后，东影的团队并不会急于下定论。我们会再组织一个专门的项目论证团队，进行系统的科学的分析。我们会将前期的一些调研结果通过网络、手机、KTV、学校等途径进行一线粉丝的随机再评估，最终取得针对市场的切实可行的分析结果。

三、周密的市场运作。

项目确定后，首先是营销部门的闪亮登场。营销部门会经过专业化的、历时一个月的市场分析，研究制订各种精彩的的赞助和销售计划。一方面有效规避竞争对手，一方面大力发挥我们的优势。市场运作的节奏、赞助方案的制订、票务销售的管控、假票假证的打击等等环节，都要经过营销部门的论证和实施。

四、科学化的流程管理。

除了项目调研、评估，市场营销运作以外，还有大量的细节工作需要落实。比如货物的运输、舞台的搭建、安全的预案、演职人员吃住行的体贴化安排、各类物品的准备和布置、各相关部门的协调和组织……都需要一个科学化的管理流程，一支快速反应并执行力强的团队。

谋划长远 视听盛宴精彩不断

如何跟上市场发展的步伐，如何有效提升自我，东影在以后的发展中，会坚持以下几点：

一、和国际、国内第一流的演出经纪公司建立长期合作关系。

东影传媒目前和国内一线的演出经纪公司都保持着长期的、友好的、深入的合作，他们拥有大量的国际、国内明星资源。由于东影在市场运作上的严谨和稳健，不少经纪公司都表示了在项目上合作的意愿。东影坚持一流的艺人、一流的舞美、一流的效果，不断打造文化演出精品。

二、带来更多的“第一次”。

东影引入洛阳市场的各类演出，必然伴随着一个“第一次”的产生。2009年，东影在洛阳举办“第一次”大型个人演唱会；周杰伦和王力宏这样的巨星“第一次”在中原举办个唱；东影“第一次”在洛阳引入“相声专场”这种艺术形式，并使之荣幸成为大遗址保护论坛的开幕晚会，取得了很好的市场效果。2010年，东影“第一次”引入女子团队S.H.E的个人演唱会，并“第一次”将个人演唱会这种形式作为牡丹花会开幕当天的庆典演唱会，同时，还是“第一次”将牡丹元素植入到明星的世界巡演当中，牡丹花将随着S.H.E此后的演出走遍世界城市。东影传媒还将把更多的“第一次”带到洛阳。

三、整合各方资源，联手其他优质文化企业，共同促进行业发展。

东影的一己之力毕竟有限，为了更好地促进洛阳的文化事业发展，东影愿意携手业内的优质企业共谋发展。洛阳现在的文化市场发展势头很猛，这中间可以说机遇与风险并存。只有行为规范、企业同心，才能促进行业的良好发展。

一枝独秀，领舞中原。“东影”这个本土成长起来的文化品牌，在经过市场的洗礼后，得到了社会各界人士的广泛认可，作为中原文化产业的主力军之一，为精彩我们的文化生活作出新的贡献。

(记者 石洪涛)



周杰伦洛阳演出现场



朝气蓬勃的东影团队