

## 投资机构怎么看文化产业?

□□ 本报记者 刘妮丽

深创投成立于1999年,目前管理资金约200多亿元,成立之后已投资400多家企业,目前在国内外上市的有87家,其中,在创业板和中小板上市最多。2008年,深创投投资了文化企业乐视网和麒麟影业,乐视网在2012年出品发行了好莱坞动作巨制《敢死队2》和《消失的子弹》,《消失的子弹》吸金1.5亿元,成为2012年第10部票房过亿元的国产影片,《敢死队2》顺利拿下北美票房冠军。麒麟影业则投拍了电影《画皮2》。

在深创投华北大区总经理刘纲看来,投资机构投资文化产业,本质是发现价值,发现那些具有成长潜力的文化企业。那么,投资机构如何寻找文化企业的潜力股呢?

## 投资机构如何发现潜力股

投资机构怎么看文化产业,刘纲总结了4个层面:

第一,从整个趋势和阶段来看,美国1980年的票房和我们去年总票房相当,美国经过了30年的时间才达到100亿美元的票房规模,中国用15年的时间就达到了。中国要实现电影工业

500亿元,演出工业500亿元的目标,刘纲相信这个目标在未来肯定会达到。“这是我们认为中国电影包括演艺行业所处的阶段,这个阶段是我们投资最主要的原因和动力。”刘纲表示。

第二,驱动力。中国电影和演出市场发展的驱动力有几个层面:一是大国崛起,经济的发展一定会带动文化需求。二是消费升级的拉动,衣食住行解决了,会有更多文化需求。三是电影工业本身或者演出工业的内容制作能力,已经从模仿美国、模仿国际的阶段,开始进入到原创阶段,过去大片投入多、场面大、舞美好,但却是一个发育不周全的作品,而从去年开始文化作品开始大幅度接地气,已经进入到完全以市场为导向的阶段。四是渠道,电影发行渠道方面,中国屏幕数已经达到13000块,这是一个非常巨大的市场。

第三,在发行和宣发方面,互联网的力量介入之后,可能会导致中国电影的发行和宣发走出一条和美国不同的、超近路的可能性。

第四,技术。“美国电影工业大概有60%至70%的投资完全由后期完成,在IT技术、软件技术的推动之下,中国电影技术是有可能超越美国的,这当然是我们投资的一个重要原因。”刘纲表示。因此资本大幅度介入电影业与演出业,

## 深创投投资文化产业事件

融资方	融资时间	融资金额	备注
C2多媒体	2009-7-3	未公开	—
乐视网	2008-8-5	5280万元	参投机构:汇金立方、深创投、同创伟业、上海谊讯
广达通视	2008-5-1	未公开	—
中青宝	2007-12-28	470万元	中青联创294.11万元,深创投117.64万元,中招招商58.82万元
橡果国际公司	2007-4-1	200万美元	—
杨智方舟广告传媒	2007-7-10	350万美元	参投机构:海纳亚洲、深创投、优势资本
云南杨丽萍文化传播有限公司	2012-10-24	3000万元	—

数据来源:北京汇信合智咨询服务股份有限公司(制表 陈海宇)

## 投资人名片:

刘纲是中国本土创业投资领域最早的参与者之一,2006年4月加盟深创投,担任京津及华北地区总经理,先后投资了乐视网、昭仪珠宝、东田造型、麒麟网、智美传媒等26家项目。

深圳市创新科技投资有限公司(简称深创投)成立于2002年,由深圳市政府出资5亿元发起设立,目前注册资本已增至25亿元,可投资能力高达100亿元,是国内规模最大的创业投资机构之一。目前为止,深创投接洽项目超过3000项,涉及投资金额超过300亿元人民币;累计投资项目200多项,总投资金额66亿元,平均年投资回报率(IRR)为36%。投资领域分布在制造业、化学工业、IT业、文化传媒产业。

目前主要股东包括深圳市国有资产监督管理局、深圳市星河房地产开发有限公司、上海大众公用事业集团股份有限公司、福建七匹狼集团有限公司、深圳市立业集团有限公司、广东电力发展股份有限公司、深圳市亿鑫投资有限公司、深圳市福田投资发展公司等。

在电影业和演艺业深创投都有一些尝试,如乐视网、麒麟影业。

## 微小型公司同样具有爆发力

“在选择电影企业时,我会关注两种类型的企业:一种是已经取得一定领先地位,在细分市场具有持续的生产能力;第二种是有非常强大的影视资源,比如由著名的影视人员创造的影视创业投资公司,如徐静蕾、姜文的电影公司。像这种有强大资源和知名度的影视人员创建的影视公司,虽然有很大的风险,但是,在非常强大的创投支持下,也具备很高的成功可能性。对电视剧公司,我看好营销能力和创意能力,以及对各个环节掌控力比较强的电视剧公司。其他的要么就是具备一定规模,达到相当的程度。在影视部分,如果是非常强的创意工作室,我们也会考虑作为早期的天使投资,前提是要拥有强大的创意能力。”刘纲总结。

在2008年深创投投资乐视网时,它

并不是一个知名公司,那时已经有很多公司投资了优酷、土豆等,而且都是投资了上亿美元,2008年深创投投资了5200万元,结果乐视网实现了在中国创业板上市。上市之前,很多业内人士都不理解,怎么排名17位的网站也能上市?但它上市后,业绩增长非常快,市值在60多亿元左右。“关键是它的商业模式、它的团队,它对市场的理解是否透彻,它的策略是否精准。我们会非常关注一些微小型公司。”刘纲表示。

## 文化企业面临三大弱项

深创投此前投资创业板企业乐视网、麒麟网因某些原因被证监会中止审查,刘纲表示,深创投的投资行为并不受企业IPO进度的影响,仍会继续关注文化产业。在刘纲看来,IPO受阻透视出文化企业面临的不足,这些弱点导致业绩波动大、可持续性盈利能力差,文化类企业的不足主要体现在3点:

首先,内容制作的文化类创意企业

与A股现有上市公司如华谊兄弟、光线传媒等并没有太大的差异性。拍更好的作品,比创意、比编剧、比导演,但总归比的都是人。在内容工业里,电影、电视剧公司都有已经上市的了,要比它们更强,或者在某些方面有所突出都很难。资本市场对内容工业企业的容量是有限的。

其次,文化影视类企业的发展特性和项目周期也决定了业绩的不连贯性。今年《泰囧》成功了,不代表明年光线传媒的业绩也很好。很多文化企业为了上市,有意在上市前推一些好的项目冲业绩报表,但未来几年项目的储备却不一定有,企业保持盈利持续成长是有难度的。影视、游戏、动漫类企业都面临这个问题。

第三,可能有一部分企业是为上市制造了“太平盛世”,即为了制造更好的业绩,项目是“催熟”的,存在一些不严谨情况,如收入确认不规范的问题。

## 基金创新适应文化项目

“很多创投机构对文化产业都非

常关注,现在投电视剧和演出剧,也是我们的需求,不过,我们也要适应目前的形势发展,在基金的类型上做一些创新,我们正在酝酿成立针对单个影视剧或演艺项目进行投资的基金,改变过去单纯通过成为股东来参与投资的形式,更加直接和灵活地参与到影视投资中去。这种模式通常是通过某个主题文化资金的子基金来完成操作,改变了过去依赖上市等模式退出获利的单一模式,直接从影视项目中获取收益。同时,深创投通过设立政府引导基金,结合了专业机构、政府资源和民间资本的力量,形成了特有的“深创投模式”。现在,深创投通过建立40多只政府引导基金,铺设了一张覆盖全国的VC网络。

“通过资本的力量介入到中国文化产业这个有期待的市场,也希望将中国5000年的文明,以丰富精彩的故事呈现给全世界,像古希腊时代的神话一样,通过投资人的参与和企业家的原创能力,使中国电影和演出走向世界。”刘纲表示。

## 专家建言

## 推进“文化金融普及计划”

□□ 喻文益

北京市各银行开始加大对文化创意产业的信贷支持力度,制定2013年科技金融和文化金融工作计划。应央行要求,2013年,各国有商业银行北京市分行和北京银行应新增1家以上科技金融或文化金融特色支行(专营机构),其他银行应新增1家以上科技金融或文化金融特色支行(专营机构)。

在大力发展文化产业和中小企业客户的背景下,应该推出“文化金融普及计划”。在兼顾安全性、流动性和赢利性的前提下,以垄断竞争和市场主体的姿态,以多重开发手段的组合进行“地毯式轰炸”,将文化产业客户纳入金融机构的服务体系,使文化企业最大程度地获得金融服务的“普惠”,最大程度地使文化产业资源变为金融服务资源,达到文化产业与金融互动、双赢、关系日益深化的目的。

推行“文化金融普及计划”,可以使文化产业客户总量最大化;文化金融服务收益规模化;文化产业金融服务持续、快速、健康发展。具体措施如下:

第一,建议银行以“文化产业盈利模型”为基础,建立全行通行的、足以作为价值登记与价值交易参考的“文化产业项目与产品价值评估体系”,并以此作为文化产业项目金融服务的参考。

第二,用金融情报学理论规范“客户信息管理系统”建设,建立辐射全国、信息活跃的“文化金融信息服

务平台”。简易的办法是,控股一个初具知名度、与文化产业、金融业具关联的网站,然后扩展界面活跃、互动性强的信息平台。

第三,绘制全息、动态的“文化机构地图”,采取“屏幕指挥模式”,实行全方位、无死角的文化金融服务网格化管理。

第四,建立提升文化企业客户核心竞争力与盈利能力的“公益性文化产业金融咨询服务机构”,派出专业的“文化金融咨询师”,开展文化公司金融学业务,变文化企业资产为文化金融资产(通过咨询、整合,成为适宜投融资业务的资产,加强资产的流动性,提升盈利能力)。

第五,推出服务文化产业的“金融工具组合服务”与“政策组合工具包”,围绕着文化产业用足金融工具(贷款、担保、保险、信托、发债、典当等)和政策工具(中小企业、文化产业贴息、奖励)。

第六,推出全市乃至全国性的“文化金融服务呼叫中心”,实行24小时实时信息收集与免费咨询服务,并对服务项目进行分时(按轻重缓急)和分级(按项目规模)。

第七,建立“文化产业贷款安全分级制度”与“客户信用分级制度”,试行“文化创意产业银行服务辅导计划”,将初具条件的企业和个人纳入贷款辅导期,以证券融资上市辅导的模式,培育后备客户群,做宽文化企业客户群的基础,又做强潜在的支柱企业。

(本文为作者为北京大学文化金融研究所主任)

## 金融街

## 突破文化企业银行贷款三大瓶颈



文化贷款瓶颈急需突破

□□ 本报记者 刘妮丽

文化企业的生存环境是个大问题,在没有解决环境问题之前,融资问题是无法解决的。文化企业的抗风险能力弱,经济的波动会给企业经营与发展带来很大的影响。就银行贷款而言,对于靠营业收入来还款的文化企业,一个宽松的利于他们成长的融资环境极其重要。近日,几位文化企业家和银行客户经理在接受记者采访时,道出了他们的困惑和建议。

## 瓶颈一:50万元的贷款和1亿元的贷款手续一样繁杂

建议方案:监管部门应简化小额贷款手续

## 瓶颈二:银行客户经理承担着100%的贷款风险

建议方案:能否给予客户经理5%的风险容忍度?

中小企业和大企业有很多不同,

如果按照大企业的授信规定来做小额贷款,会出现很多问题,比如,风险容忍度问题。现在各商业银行支行或分行的客户经理都承担着100%的风险与责任,没有细化的监管政策,贷款出了问题都要向客户经理追责,这样一来,银行就不敢给小企业贷款。

应该适当提高贷款的风险容忍度。现在银行的贷款风险容忍度经常为零,这项规定对客户经理来说太苛刻了,要做到不发生一笔不良贷款,这既不合理,也没必要。在一般情况下,100笔同等金额的贷款如果有1笔出现风险,那也是正常的,等于利率扣除1个百分点。假如一笔贷款的风险容忍度是2%至5%,可以容忍出现一点问题,那么客户经理的步伐会迈开很多。

## 瓶颈三:贷款时要抵押房产 还款时企业还未盈利

建议方案:贷款要求可否降低 还款周期可否适当延长?

中小企业和大企业差什么?比如,法定代表人对企业的影响,国有大企业如中国移动、中国石油,即使更换法定代表人也不会影响其发展,而中小企业更换CEO会给企业带来致命的影响。这也成为银行贷款给文化企业

需要考察的一个因素。而且,对于中国移动、中国石化这类巨头来说,通常都是银行抢着给它贷款,而中小文化企业必须通过抵押房子、质押知识产权等多项举措才能获得一笔贷款,信贷员必须针对中小文化企业重新组合一套授信方案。这就是说,对于中小企业来说,贷款要求很高。

此外,还款问题也是一大难题。大企业贷款到期了,由于给它提供贷款的银行不止一家,它完全可以用一家银行的贷款补上另一家银行的贷款,到期还款根本不成问题。小企业就很被动,贷款到期时,可能还没有收回成本,也即生产周期和银行贷款周期不匹配,到期根本没有能力还款,可是不还款就要追究法律责任。就像一个穷家小户的孩子,本来家里就穷,孩子很小就要养家,背上沉重的家庭负担。

因此,建议在实际操作过程中,适当延长企业的还款周期。因为文化企业都是创意型产品,从生产制作到上市盈利需要漫长的周期,创意要经过市场检验也需要一个过程,品牌的成长成熟也需要慢慢养出来。如果还款到期时企业还未盈利,会给企业造成沉重的负担,不利于企业的成长。



文化金融需要“及时雨”