

文化产业园区投资机遇在哪？

本期嘉宾

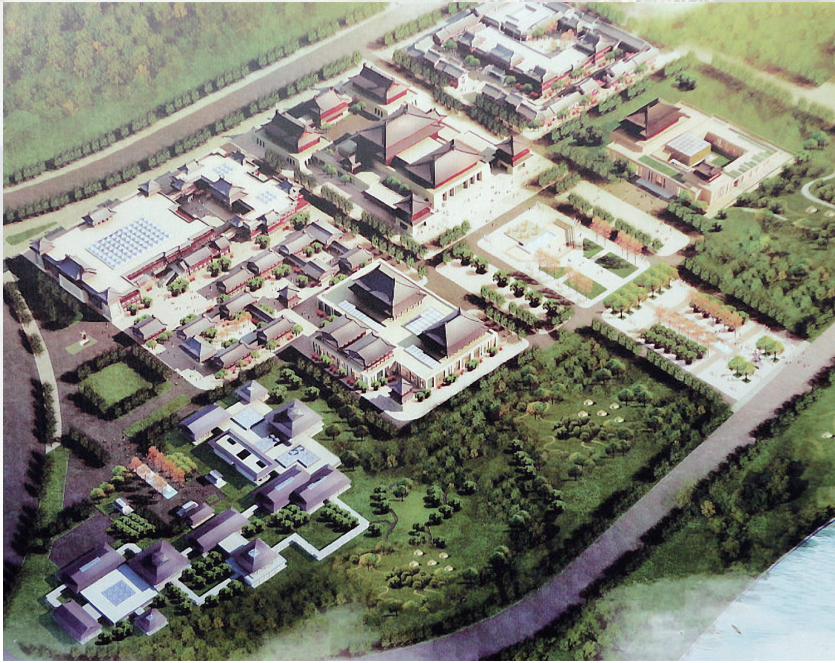
傅楠 中亚旅文投资(成都)集团董事长

韩树凡 中关村科技园区雍和宫管理委员会副主任

肖万明 上海交通大学产业创意研究所副所长

杨秋萍 上海兆联企业管理有限公司创始人

顾宇 内蒙古东汇文化产业集团董事长



以契丹文化为主题的契丹文化创意产业园带动了地方经济发展。

□□ 本报记者 刘妮丽

在“十二五”规划中，文化产业被提到了战略性发展高度，全国对文化产业愈来愈重视，各地文化产业园项目纷纷上马。我国文化产业园的发展尚处于起步阶段，在文化产业园区的建设中，怎么让资本有效打通并服务于文化产业园区建设，这是新形势下的突破口。本期财富会客厅特邀文化旅游与文化产业园区建设的业内人士，共叙文化产业园区投资机遇。

机遇一：文化积淀

顾宇：文化本身是不具备经济价值的，由于资本注入和高科技附加而变为文化产业，形成产业链，并带动地方经济发展，这才是文化产业的核心。现在文化产业的发展开始跟旅游产业相结合，实际上文化与旅游密不可分，我们投资的契丹文化创意产业园就是以契丹文化为主题。

近千年契丹文化的发祥地在内蒙古赤峰市，我们选择在赤峰做产业园，首先是梳理文化元素，然后通过产业链的发展带动地方经济的发展。比如，我们投资了2亿多元拍摄以契丹文化为主题的40集电视剧，并邀请影星斯琴高娃加盟此片，在以前契丹文化的演绎中，绝大多数都是像《杨家将》、《四郎探母》等故事解读当时的契丹文化，契丹民族建立了北方草原上第一个城堡式工程，创造了契丹文字等，这些文化元素成为我们做文化产业园的

重要因素。

傅楠：一个地区的文化积淀对于当地的文化旅游以及文化产业园区的发展所带来的影响是不容忽视的。为推动乐山旅游经济发展，我们同乐山市政府就联合打造四川最大的实景演出主题文化产业园达成投资意向，首部实景演出《佛悦乐山》将以乐山大佛为题材，围绕佛教文化，充分展示乐山的古蜀文化、武术文化、茶文化、食文化等七大文化。具有深厚文化底蕴的演出才能市场中进行深度开发，才能够打造出富有内涵、富有感染力的系列实景演出。

2013年上半年，乐山地区接待游客1422.7万人次，实现旅游综合收入152.8亿元，旅游经济总量在省内仅次于成都。

机遇二：因地制宜

韩树凡：北京中关村科技园区的文化产业可以说包罗万象，既有艺术品交易企业、演艺企业也有移动互联网企业。从2006年开始，我们就开始布局园区建设，但在选址上遇到了难题，北京的中心区寸土寸金，不得已我们挤进了北京的胡同，然后用了3年到4年的时间，每年引进20家企业入驻，目前已引入了近千家文化创意企业，汇集了很多设计师。通过胡同工厂的引入，我们跟文化旅游也搭上了轨。未来我们将推动文化经济与旅游经济的结合，让游客不仅能在园区做深度旅游，还能深入企业做深度考察，同时，我们还在不断为入驻企业创造投

融资平台。

杨秋萍：上海是一个跟国际接轨的大都市，我们有大量留学生入驻园区。做园区不管是旅游类园区还是其他，都要遵循重内容、重技术、重资金的原则，要将内容提供商、技术手段和资金相融合，园区才能运营好。另外，园区必须具备资源，要让企业进来有钱赚、有渠道、有市场，所以，做园区一定要确定定位和思路，要有良好的服务链和产业链。

顾宇：做投资要考虑回报。我们发现，全国文化产业投资项目中，很多项目往往不计成本地做大规模，比如，一些城市人口总数不过百万，却在市区建设一个超大型产业园，最后往往

变成一座空城。以内蒙古为例，一般旅游旺季只有四五个月，剩下的七八个月都是淡季。

而在淡季，我们通过整合文化产品，拉动市民消费。比如，我们建立了世界上第一个以契丹文化为主题的公园，在研究了横店、无锡影视城的运作模式后，我们也建立了主题公园影视城，把它做成一个“生产加工车间”，解决了附近闲散劳动力的就业问题。

其次，做衍生品产品，如契丹服饰、乐器、兵器以及影像制品、动漫制品等。再次，通过打造旅游集散地，形成吃、住、行一条龙服务的园区，既有为旅游集散地服务的餐饮、美食

城，还有为当地老百姓服务的购物城、画廊、美术馆、拍卖行等，形成了对接平台。

机遇三：实景演出+文化地产

傅楠：20年前，国内演出市场有很大的号召力，但到了去年，传统演出市场受政策影响打击较大，大型演艺公司开始转型以适应市场。演出是规模性投资，仅靠卖票远远不够。

我们考察了国内一些比较成功的园区，如承德的鼎盛王朝文化产业园区，它引进了烧烤城、艺术博物馆、电影城，还有旅游地产、酒店，政府对产业园区前后配套3000亩土地，实景演出《鼎盛王朝·康熙大典》的引入直接带动了该园区周边的房地产经济，也促进了文化产业园的发展。

此外，拉萨政府引进了一台大型实景剧《文成公主》，投资7亿多元，现在有两三千观众，基本能够保持收支平衡，后来政府配套10平方公里的土地助其打造商业街、会所、酒店，形成一个大的文化综合体。

我们吸收了这些成功的经验，联合乐山市政府和华谊兄弟打造了以乐山大佛为主题的实景演出《佛悦乐山》，整体投资整体投资8.5亿元，在乐山市岷江东岸建立面积约300亩的文化产业园区。随着未来实景演出的制作完成，乐山将形成实景演出文化旅游产业链。

顾宇：我们成立了一个150人规模的演艺团体，把当地文化元素整合在一起进行巡演，到了旅游淡季，这些节目

到各地巡演，把当地的文化传播出去。在建筑上，我们把契丹辽文化元素跟现代元素相结合，做到成本最低化、公摊面积最小、可用面积最大，保证产业的良性发展。

机遇四：政策环境

肖万明：文化旅游的投资机会在什么地方？第一是“中国梦”，这是大环境赋予的投资机会。第二是城镇化，城镇化带来的双休日就是要休闲、度假、娱乐。城镇化就意味着它既是商业街区，又是当地老百姓解决民生的社区，同时可以让外地人来看看当地人是怎么生活的旅游景区。第三是旅游消费，如长假期间高速公路不收费就是一个政策上的鼓励。

另外，国务院今年2月发布了《2013年-2020年中华人民共和国旅游发展纲要》，这也是投资信号。文化和资本其实是最难融合的，一个懂文化、热爱文化的投资人并不好找，要找到一个舍弃高回报率的商业地产而愿意做文化产业的投资人也难，这是一个瓶颈，但有瓶颈就意味着有投资机会。

傅楠：日前，北京正在贯彻国务院关于加快推进行政审批制度改革、转变政府职能的精神，着力优化投资项目审批流程，推动行政审批制度改革向纵深发展，让原来可能需要一个月才能办理完的手续，现在只需要一周的时间，便于吸引更多中小投资进入文化产业。

并购大戏中 文化企业何去何从？

□□ 本报记者 李婧

今年前三季度文化产业并购案例频现，其中影视和手游是并购最为频繁的两个产业。据投中集团统计，仅在这两个产业，今年公开已知的并购案超过20起。而上半年国内并购的案例达到400多起，其中文化企业并购案就有30多起，文化产业的并购进入“加速期”。目前，文化产业并购到底处于什么阶段？面临怎样的机遇？企业应该如何把握并购时机？在并购热潮中，又存在哪些潜在的危险？

并购打通产业链

文化产业巨头雏形初现

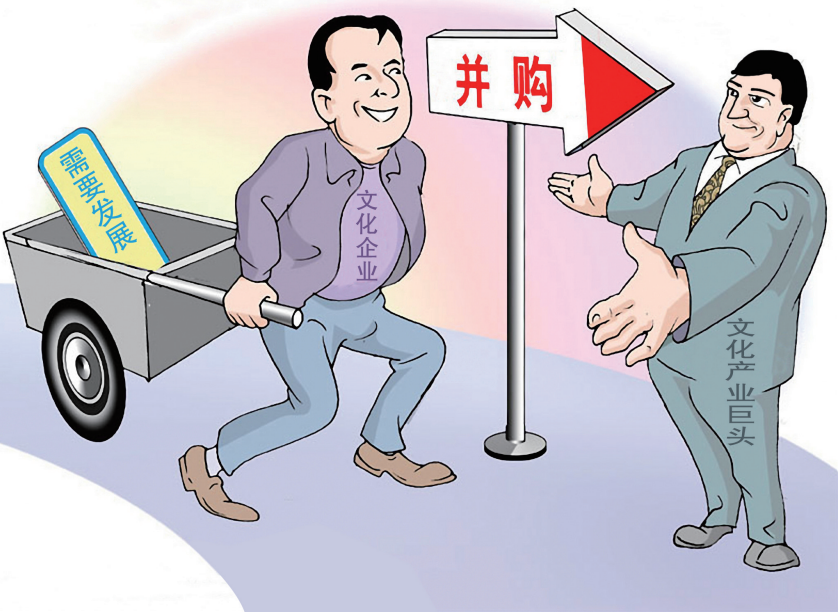
今年初以来，文化产业并购事件频发，尤其是上市文化企业的投资并购动作频繁：1月，阿里巴巴集团以期权加少量现金的形式收购音乐网站虾米网；2月，掌趣科技以8.1亿元收购网页游戏开发与运营商动网先锋100%股权；4月，蓝色光标连续完成两项并购交易，交易总额近20亿元；5月，百度以3.7亿美元收购PPS视频业务，并将PPS视频业务与其旗下视频网站爱奇艺进行合并；同月，阿里巴巴先后入股新浪微博和高德，交易金额分别达到36亿元和18亿元；7月，华谊兄弟公司通过发行股份及支付现金的方式，以6.72亿元购买银汉科技50.88%的股权，进军手机游戏产业；同月，华策影视决定以现金及发行股份相结合的方式收购上海克顿文化传媒有限公司100%的股权，交易金额为16.52亿元，

成为目前国内影视行业中金额最大的并购项目。

分析以上并购案例，不难看出，目前文化产业的并购主要活跃在互联网、影视和整合营销行业，并购类型分横向并购和纵向并购，横向并购意在聚拢、优化行业资源，强化优势业务，纵向并购则主要并购上下游相关企业，延伸产业链，布局新兴成长性领域。

东方花旗证券传媒与科技组主管张亚波认为，目前国内文化产业并购才刚刚开始，未来3年中国可能会出现市值800亿元到1000亿元的文化产业巨头，而这些巨头很可能出现在影视、广电、出版发行、广告营销领域。目前可以看到在上市公司中已经有雏形初现，但是国内仍存在诸多行业和渠道壁垒。“我们认为，中国有可能在互联网领域打通影视行业的内容和渠道之间的壁垒，即将内容制作和网络平台更紧密结合起来。传统出版行业有可能会像国外一样进入到教育培训、信息服务领域，事实上我们所接触到的上市公司中已有企业在向这个方向发展。”

“文化产业并购同投资一样，是在共同帮助产业发展。”汉能投资董事总经理赵小兵表示。此前，华谊兄弟还未在创业板上市，收购游戏公司时，赵小兵为其做财务顾问。他表示：“文化产业必然要利用资本市场进行整合。比如美国的新闻集团都是综合性的集团，不是单一业务。A股市场上诸如蓝色光标、华谊兄弟、光线传媒市值均超过150亿元，这些公司都会寻找新的定位。”



国内文化产业并购才刚刚开始，未来3年中国可能会出现较大市值的文化产业巨头。

文化企业并购难在估值 投资人提醒企业找准定位

华泰联合证券投行部董事总经理陈志杰操作过很多起并购案例，他表示，文化企业本身都有一个特点即轻资产，对创意人才的依赖度很高，这给并购增加了难度。“比如，在估值方面，对于人的估值很难，整合上也很复杂，如何让职业经理人敬业、尽责很难。”陈志杰解释，“所以，我们特别强调对于人的激励、企业文化的认同，真正是要让志同道合的人走到一起。”

“并购最核心的还是人的整合。”建银文化基金首席投资官王楠也持此观点。她表示，这其中不仅是标的公司和创始人的整合，还涉及核心团队的整合，“团队和团队之间的整合是否能够成功是决定一个并购案例是否能

成功的关键要素，而结果可能是要等到三四年之后，看这些人是否愿意跟并购方一起走下去。”

赵小兵曾经做过华谊兄弟上市的财务顾问，他提醒想要进行并购业务的企业，首先要弄清定位问题。“比如，华谊兄弟上市后是一个影视公司，还是一个娱乐集团，这是定位的问题。”显然，如果单纯定位于影视公司，可以在电视剧、电影、经纪公司等方面做强做大；但是如果目标是成为娱乐集团，要做的功课则更多。达晨创投投资的蓝色光标可以说是一个成功模板，从上市时的一个公关公司，通过并购丰富业务线，到目前已成为中国最大的传播集团之一。

此外，赵小兵提醒文化企业注意不同领域的融合趋势，如果一个传统文化传媒公司，不向综合性的媒体资源集团进发的话，以后仍将继续面对这个问题。

警惕并购热潮背后的危机 企业“嫁人”需谨慎

对于自去年开始一直到现在的文化产业并购热潮，精明的投资机构非常谨慎，一方面这波热潮是在IPO堰塞湖迟迟未疏通的局面下涌现，另一方面，当已上市的文化公司尤其是在海外上市的BAT公司（中国网络公司三巨头：百度、阿里巴巴、腾讯）已成长为世界级企业时，自然会对所有相关产业链进行布局和投资，这种垄断会对大量的中小企业形成挤压，迫使并购不得不进行。

在这种情况下，一些文化科技类中小企业的老板急于募资去并购其他企业，“妄想”被大企业整体收购，但问题是，这样的最终结果是公司从上到下都在玩资本游戏，最终做实业的人将不复存在，造成企业的“空心化”。

博大创投董事总经理曹海涛认为这是需要警惕的，“文化行业本身就需要更多的创意和艺术功底，资本的浮躁只会和文化的初衷越来越背离。其实，企业家从做实业到做整合、做战略是一个过程，但如果这一过程过于加速就会造成企业本身优势的丧失。”他认为，企业最佳跨领域并购时期应是在战略发展确实需要，且已引领原有行业发展的时候。

中科招商投资集团执行副总裁于小云也提出要警惕“粗放型”并购，“现在资本市场上很多并购更多局限在利润、销售额方面简单的叠加，为的就是骗取股民的钱。”于小云表示，他所倡导的并购是真正能够延伸企业产业链的并购，“比如，华谊兄弟

并购一个同样做影视的企业，无非就是拍电影数量的区别，但是如果它并购的是上下游企业，可能就产生1+1大于2的效果，这才是企业并购真正的用意。”

曹海涛提醒想寻求被并购的企业，“嫁人”时不能只盯着钱。“被并购的企业不能只看‘嫁妆’多少、溢价多少，主要关心双方的战略整合程度、合作默契，尤其并购后，能否持续使各自的价值不断通过资本市场去体现，即上市公司股票是否持续给力。”

对于今年大热的三大并购领域：游戏、动漫和影视，曹海涛认为机会中也潜藏着危险。就游戏行业而言，游戏产品的生命周期一般在3年至5年，现有的游戏产品在未来几年达到生命周期之后，产生的经济效益将呈现下降趋势。“游戏之所以得到众多上市文化企业的热衷，是因为其产业链的关联性以及其独特的利润想像空间。但是今年并购游戏企业尤其是手游领域，概念性炒作很明显，手游行业有‘三九定律’，即开发出来的游戏三成上不了线，上线的游戏九成会失败，如果并购的手游企业没有多款优秀产品作为利润支撑，这样的并购无异于赌博。”曹海涛说。

而动漫行业的整合从今年年初开始也初现端倪，但是动漫行业的特点是慢工出细活，即使被并购，主要也是借助其原有的影响力和内容扩大衍生产品的传播和销售，但是，动漫行业的关键问题如原创性不强，播出环节烧钱严重等问题仍未得到解决。因此，动漫行业急需与播放渠道或其他相关产业链的企业整合，走出孤军奋战的困境。