

金融机构应成为文化“圈内人”

本报记者 白炜

随着国家政策的不断利好,文化产业迎来了真正的春天。而版权作为文化产业的内核,其辐射面的广度与可利用的深度正逐步被资本所认识。版权助力文化金融,文化产业融资难问题有望早日破解。

作为第五届中国国际版权博览会的一个分论坛,“中国版权产业与金融创新高峰论坛——版权助力文化金融”近日在四川成都举办。

一个既省钱又生钱的路径

关于用版权来获得收益的体验,天津北方电影集团副总裁方卫的经历令人振奋。“在上届版权博览会上,我们买了一个网上点击量1.2亿次的小说进行改编,拍摄成了魔幻电影等。购买版权花了几十万元,后期却为我们带来了8000万元甚至上亿元的产业价值。我们还做了一个以手机为介质的掌上院线,将无形资产变成有形资产,版权转换成了有形财富。”方卫说,“不需要抽逃资金、编造假报表,版权给了文化产业一个堂堂正正既省钱又生钱的路径。”

同样,北京恩氏传媒管理咨询有限公司总经理陈光莉也利用版权“生了钱”。恩氏传媒几年前就将目光投向了纪录片市场,其拍摄的纪录片《探索中国》得到了美国市场的认可。据陈光莉介绍,第一轮在探索发现频道播出之后,他们又将该片的播放权和发行权售给了美国国家地理频道,美国国家地理对这个片子做了综合的预估,现在刚刚出版了第一套《探索中国》DVD。“按照国际市场行情,这个片子每集卖到约25万美元,只要紧紧抓住版权,后续的运作和收益都会源源不断。”陈光莉表示。

成功运作了几个文化产业投资案例之后,良月投资管理集团有限公司总裁刘太忠对“版权”有了深刻的理解。刘太忠说:“版权作为一个原材料,经过出版社的加工形成图书,经过影视公司的加工形成影视作品,再卖到电影院和其他的发行机构,游戏公司可能是从版权作者手中买到版权,也可能从影视公司和出版社买版权,进行游戏加工,然后进入手机平台或者电脑平台。这个结构是一个典型的扇形结构,版权是文化产业的一个内核,从版权发起然后向外辐射,涉及许多产业门类和领域。版权的价值转移也是有多种手段的,可以转让,可以合营,可以租赁,同时它还可以拆分,还可以整体转移。”

版权金融遇担保尴尬

“客观来讲,版权金融在中国还不成熟。”刘太忠说,“用6个字概述就是‘有案例,没规模’。”一方面,文化产业发展受到资金掣肘,急需融资;另一方面,金融界保持谨慎,没有“抵押物”的文化产业拿什么担保风险?“目前国内的现状是,版权规模非常庞大,而版权金融规模则非常有限,两者严重背离。”刘太忠表示。

四川三合创业工场集团董事长马骥骏也认为,目前担保在文化产业的融资过程中稍显尴尬。按照中国传统银行的标准和要求,担保更重视企业的有形资产,版权担保的运作方式需要创新,比如类似风投的做法,用债权方式评估企业的知识产权,并针对评估价值为企业争取无抵押授信。当然,要获得无抵押授信,就必须有经得起评估的商业模式。

刘太忠表示,投资方最看重的是文

化创意作品的核心价值和回报周期。核心价值在于项目是否受到市场欢迎,有没有获得交易甚至多次交易的可能,换言之就是评估其商业模式。

商业模式是首当其冲的考虑要素,这个观点得到业内普遍认同。“从商业角度来看,光有版权还不行,要把版权与广阔的市场结合起来,这样才能产生价值,不管是做担保还是从互联网金融做众筹,都需要看到版权在市场产生的价值,所以我觉得商业模式设计非常重要。”马骥骏表示。

在刘太忠看来,用版权收益进行融资有很大空间。“中国的版权,无论企业还是个人,如果品牌信用上有很好的系统评估,融资会很容易。”

北京国际版权交易中心董事长李衡认为信用评估体系的重要性。“实际上我们已经开始跟很多信用评级公司开展合作,信用体系的建立是版权交易中心在明年要花大力气做的一项工作。”她说。

银行要成为文化“圈内人”

在推动文化金融发展的过程中,让银行看到版权的价值、认可文化的力量,才有可能获得融资授信支持。在近两年举办的文化产业、版权产业会议上,银行代表身影的出现令人欣喜。

中国民生银行就是一家较早关注文化产业的银行,早在2009年,民生银行就宣布为国内23名影视导演提供1亿元授信;2011年民生银行又成立了文化产业金融事业部,这是国内银行业第一家总行级的文化产业经营机构,聚焦的领域主要有影视传媒行业、文化旅游行业、艺术品行业七大类,目前已对文化类企业提供200亿元的授信支持。

“近几年政策给予文化产业大力支

持,文化市场也在不断发展,企业融资需求相当旺盛,民生银行接触的客户需求也相当多。但传统银行融资服务往往是聚集重资产,版权类、内容类的文化企业往往是轻资产的客户,融资比较难。”中国民生银行文化产业金融事业部副总裁李健在论坛发言时表示。

如何规避风险、更有效地为文化企业提供金融服务?李健认为,银行要成为文化“圈内人”,用创新的思路服务于文化企业。李健谈了民生银行的的做法:第一,随着国家政策利好,文化产业蓬勃发展,民生银行在2012年、2013年分别与客户成立了文化旅游产业基金、影视投资基金、紫砂艺术品投资基金,这几个基金已经落地发展,在当地获得了政府和企业极大认可,企业也增强了实力。第二,民生银行用定增的方式、专项资产管理计划的形式,帮助多家文化企业实现并购、借壳和上市计划,企业实力得到增强。第三,改变传统银行只是一般性贷款的做法,在适当的情况下,民生银行与企业一起直投,与企业共担风险,共谋发展,共同成长。

“从总体上讲,版权产业属于智慧密集型产业,具有高技术、高智力、高效益、低消耗、低污染的特征,是文化和经济的融合,也是高科技和现代服务业的结合,版权产业已经将技术、文化和商业紧密地连在了一起。”国家版权局版权管理司司长于慈珂指出。

据介绍,迄今为止,全球超过40个国家已开展版权对经济贡献的研究,并普遍认为,版权除了对文化传播具有价值,对国民经济的贡献也很大。版权产业已被国际社会普遍认为是知识经济的重要支柱和组成部分,它的发展水平也成为衡量一个国家和地区创新能力和竞争力的重要标准之一。

财政部公示文化产业拟支持项目

本报讯 近日,财政部发布了《2014年度文化产业发展专项资金拟支持项目公示》(以下简称《公示》)。2014年度文化产业发展专项资金拟支持项目包括“重大项目”和“一般项目”两大类共计800项,其中“重大项目”又包括8个类别共计495项,约占全部项目的62%。而“一般项目”中支持文化产业升级的项目最多,达145项。

据了解,2014年度文化产业发展专项资金拟支持项目中,文化金融扶持计划、推动电影产业发展、加快特色文化产业发展、实体书店扶持试点等备受关注的重大项目得到广泛支持。

具体来说,《公示》中资金支持重大项目包括文化金融扶持计划106项,如北京歌华文化发展集团获得北京国际文化商品展示交易中心建设贷款贴息项目、山东影视传媒集团有限公司获得“鲁剧”精品创作项目的贷款贴息支持;促进文化创意和设计服务与相关产业融合32项;推动电影产业发展26项,如北京光线影业有限公司获得中国电影投资发行国际营销一体化共享服务平台项

目。此外还有环保印刷设备升级改造31项;加快特色文化产业发展33项;推动对外文化贸易发展135项;新闻出版业数字化转型升级77项;实体书店扶持试点55项。

《公示》中还包含一般项目共计305项,支持文化体制改革45项、支持文化传播渠道建设48项、支持文化产业升级145项、支持文化产业园区及基地建设26项、支持文化产品生产及其他41项。

业内人士介绍,相比以往财政部对文化产业的支持力度,这次的支持金额更多。而且,此次财政部公布的人选名单中,有多家A股上市公司榜上有名,如,吉视传媒股份有限公司的“以高清互动视频为核心的双向网络与业务平台建设”,浙报传媒集团股份有限公司的“收购杭州边锋、上海浩方项目”,华数传媒的“华数集团跨区域并购‘中广有线’项目”,以及丽江旅游的“香格里拉香格里拉月光城建设项目”均获得了文化金融扶持计划的贷款贴息。此外,游族网络、华策影视、美盛文化、华谊兄弟、中青宝均获得出口奖励。(苏晓)

百度推出互联网金融产品“百发有戏”

本报讯 9月21日,百度公司联合中影股份、中信信托和北京德恒律师事务所推出国内首个电影大众消费平台“百发有戏”,用户的权益回报与电影票房紧密挂钩,最低可获得8%的回报。

由汤唯、冯绍峰主演的影片《黄金时代》是“百发有戏”选定的一期产品。该款信托产品通过聚焦电影文化产业的“消费+金融”双重属性,将《黄金时代》及其周边产品的消费权益纳入信托范围,消费者通过参与“百发有戏”平台的预售或团购获得电影票、影院卡等实物、服务或媒体内容形式的消费权益。据了解,该项目计划筹资1500万元,最低筹资10元,时间为9月22日至10月22日。不过截至9月22日15时,已有3301人参与此次众筹,筹集金额

1800万元,超额完成筹资计划。据介绍,在“百发有戏”平台之中,消费者获得相关消费权益后,将消费权益注入百度消费权益信托项目,由中信信托对消费权益进行集中管理。中信信托作为独立第三方,将发挥信托财产的独立性和破产隔离方面的独特功能,为消费者筹项目增信,同时进行监督管理,确保资金专项运用,间接实现了对上端消费权益的保障性监控。

中信信托总经理李予民表示,“百发有戏”将当下极具活力的影视产业率先纳入消费金融范畴,扩大了传统“消费金融”的外延,为消费者提供更方便、贴近的影视消费权益服务,给传统金融服务带来冲击与启示,或将重塑消费金融新格局。(宗和)

金融看台

数据

为了帮助文化企业通过多层次资本市场融资,江苏省南京市将建立“文化企业债券融资储备库”,鼓励文化企业发行债券,并为入库企业发行短期融资券、中期票据、中小企业集合券等做好服务。到2015年上半年,南京计划组建总规模不少于10亿元的创意新兴产业基金,同时鼓励创投资本进入文化产业,以资本为纽带开展产业链整合和并购。

(来源:《南京日报》)

观点

文化产业发展是一个循序渐进的过程,既需要政府的政策导向加以引导,又需要文化企业自身探索市场化运作规律,更需要加强金融对文化的融合和支持。对此,业界专家表示,要建立健全文化产业融资的基础性制度和保障体系。加大文化产业保险介入力度,降低文化产业项目运作风险、转移信贷风险。另外,政府可依据相关文化项目的特殊性,成立专门的文化评审部门,进行市场预测,推荐优秀项目。法律法规应该从管理层面导向向层面发展,适当放松文化创作环境,促进文化产业的市场化。

同时,应结合文化特点,加强金融产品和服务方式的创新。鼓励银行金融机构发挥优势打造适合文化企业特点的金融服务特色产品,开发适合其发展的信贷产品及贷款模式。对主营业务突出、盈利能力强、信用记录好的产业集团,给予相关优惠和优先。对无形资产占比较大的,通过对企业信用、未来成长等非财产因素考察,有效划分等级。对农村文化企业,积极拓展农户小额贷款、联保贷款的覆盖范围,推动农村地区文化产业的创新。

此外,还要努力构建多层次、多元化的直接融资市场。加快文化企业在中小板、创业板或者主板的上市步伐,推动文化企业在股票市场的融资规模。逐步放松发债企业规模限制,完善信用评级制度,鼓励文化企业通过发行企业债券、私募债、中票等方式筹集资金。建立文化产业发展基金、文化信托投资公司等,鼓励文化产业重大项目资产证券化,延长融资链条,以版权、著作权等在产权交易所进行知识产权交易。(来源:《昆明日报》)

地方

北京成立金融服务商会文创投资委员会

日前,首都金融服务商会文创投资委员会在北京成立,并启动了“TEP文创企业项目路演平台”。文创投资委员会为首都金融服务商会下设专业委员会,以深入推进文化与金融融合,扶持骨干文创企业和中小微文化企业,搭建文化金融服务平台,促进金融机构为文创企业提供股权与债权融资上市孵化支持,推动文化产业发展。“TEP路演平台”是为成长型企业建立的私募股权及债权融资提供的路演平台,其将在北京、上海、广东、山东等地建立路演中心,打造权威的投融资路演品牌。据悉,首都金融服务商会目前已有会员单位150余家,涵盖银行、证券、保险、担保、信托等各类金融业态及其他非金融单位。(来源:《经济日报》)

昆明筹建创投基金

云南省昆明市经济技术开发区日前推出了一系列针对文化创意企业的扶持政策,对在经开区内成立并稳定经营6个月以上(含)的中小微型文化创意企业授予2万元至10万元的奖励;对新设立的创业型文化创意企业,且在经开区内拥有合法固定经营场所的,3年内其对经开区财政贡献100%用于支持企业发展;对获得国际性、国家级、省市级重大奖项的工业设计、动漫游戏等原创作品,给予最高100万元的一次性奖励等。同时,每年还将设立1000万元的昆明经开区文化创意产业发展专项资金,用于帮扶区内重点文创产业项目和重点文创企业发展。(来源:《春城晚报》)(苏丹丹整理)



9月23日,为期4天的嘉德四季第39期拍卖会收官,总成交额达1.77亿元。其中,中国书画部分的11个专场总成交额超1.36亿元,瓷器工艺品部分三大专场总成交额为3492万元,“承古容今——古典家具及工艺品”的成交率达86%,总成交额为358万元。图为拍品贾又福的《山高彩云飞》,以184万元成交。(苏丹丹)

艺术品拍卖市场与大数据转型

简燕霓

如今,大数据分析正在促成一个新的产业链条:受众获得个性化的定制服务、商家风险成本的降低、全新的数据中间商的崛起……而传统的商业模式在大数据时代也面临着新的挑战与转型,互联网金融对传统金融业的挑战即可见一斑。科技文化产业中较为明显的是基于数据以及掌控数据技术分析的BAT互联网三巨头(百度、阿里巴巴、腾讯),而我们看到即使是最为传统的模式,譬如报业也在试图占据大数据的先机。有研究者预言,传统行业最终都会转变为大数据行业,无论是金融服务业、医药行业还是制造业。如果从传统的数据分析转向大数据思维,一些目前面临困境的行业,例如饱受假拍困扰的中国艺术品拍卖市场,也许会有某些新变化。

被誉为“大数据先驱”的迈克尔·舍恩伯格在《大数据时代》一书中总结了大数据分析的特点:更多、更杂、更好。亦即:采用全体数据,而非部分采样的数据;强调数据的完整性与混杂性,而不局限于小数据的精确性;着重于“是什

么”的相关关系预测分析,而不探寻“为什么”的因果关系。迈克尔·舍恩伯格的理论正是面对了数字信息化时代海量数据充斥的多元性、混杂性、共生性等多重特点,试图使数据的更多可能性发挥出来。

目前,全球艺术市场弱市前行,中国艺术市场回归调整使拍卖公司在机构资本退潮后转向更为稳健的营销策略。无论从拍卖行近年“培育藏家、学术推广”的营销策划还是两季拍卖之外私人洽购模式的兴起,针对个人或者机构收藏、投资的个性化定制转型日趋明显,大数据分析显然是题中之义。雅昌艺术市场监测中心AMMA出品的《中国艺术品拍卖市场调查报告2014春》(以下简称《报告》)所持的观点也与此不谋而合:“细化数据成为中国艺术品市场的总趋势,无论是从专场的策划、藏家的定位、拍品的征集、推广宣传等方面都体现了这一新变化。”一方面,细化数据这一趋势其实意味着拍卖行对各个细分市场以及客户的消费模式进行有针对性的定制服务的诉求;另一方面,中国拍卖行业发展20多年以来

积累了大量的数据或者说至少可以收集到大量数据,这应该是艺术市场中其他主体所不具备的资源优势。大数据分析对于拍卖行营销策略的转型,乃至是促进整个拍卖行业的良性发展都有重要意义。

目前,鉴于拍卖行业数据混杂,假拍、赝品、结算率低等问题使得数据的质量参差不齐,机构研究者往往需要进行大量的数据整理、清洗、剔除工作,从而试图获得更为精确、更具市场代表性的样本数据。然而样本数据的取舍过程中一旦存在任何采样偏差,分析结果就会相去甚远,而且小数据的样本分析往往只能对预设的问题做出判断,而不具有延展性,即发现计划之外的问题以及用于其他用途目的。恰好,这些问题又是拍卖行业数据的复杂性所不能规避的。大数据分析的数据规模是所有纷繁数据,允许其中的混杂和错误,更有可能促使研究接近事实和真相本身。基于可能的相关性,而非绝对的因果性分析,也可能使得研究者发现以前所不能发现的关系。另外,在相关性分析的基础上进

行预测也是大数据分析的核心与魅力之处。这种相关性是交互的动态,而非单一的静态,它基于关系的预测,甚至无需切入对于因果关系的复杂分析。这一方面有利于监管部门对市场的运行态势做出判断,及时做出风险预警或者事先采取相关的监管措施;另一方面,相关性也是企业进行定制服务的基础:从客户现有的行为模式与市场态势,预测未来取向。鉴于目前的市场监管滞后、市场信息不透明等种种症结,这种大数据分析思维可能会对整个行业产生重大影响。

对于掌握着数据的拍卖企业来说,在这样的数据创新思维之下,过往以单一方式收集的原始数据就可能成为具有多种用途的可扩展数据,其潜在价值不可小觑。而除了大数据思维与数据的掌握者之外,掌握数据分析技术的中间商如能先人一步挖掘数据的潜在价值也是商机无限,这也可能促使目前出路不明的艺术品电商从单纯的电商到复合的数据中间商转变。

(作者供职于包商银行首席文化官办公室)