

融资故事

米粒影业：依靠价值赢得投资

□□ 本报记者 刘妮丽

融资企业：米粒影业
投资机构：深创投领投
融资金额：3000万美元

米粒影业(以下简称“米粒”)并不是一个蜚声中外的名字,但其出品的网游《龙之谷》却赫赫有名。目前,米粒走上了游戏版权开发的快车道,以《龙之谷》游戏为题材的动漫电影《龙之谷之破晓奇兵》在2014年全球同步上映,并由世界五大影业公司之一的环球影业代理全球发行。目前,《龙之谷2》与米粒的其他两部动漫电影也已经进入前期制作中。

“走出去,带回来”

10年前,米粒还是一个小型工作室。直到2012年,米粒落户江苏苏州动漫产业基地。成立初期,米粒就立志做一个世界的家庭娱乐品牌,立足全球发行,在建立好属于自己的产品线和生产群之后,开始引入海外人才来补充和提升自身的不足,然后再与国外电影公司合作。米粒团队成员中不乏“老外”,却不是将公司所有筹码压在老外身上,而是向这些人才汲取先进的理念,缩短米粒与国际企

业的差距。

“走出去,带回来”是米粒的宗旨,“走出去”是指不仅立足于国内市场,而且将眼光放在世界市场;而“带回来”则是承认中国动漫市场的差异化,不仅要制作适合国人欣赏口味的作品,同时将国外优秀人才和经验带回中国。

对于中国动漫影视行业,米粒CTO徐喆表示:“目前,中国动漫处于高速发展期,但整体实力与美国、日本仍存在差距。中国动漫的路子只有一条,就是‘走出去’。即动漫企业视野必须立足国际,人才、技术都要走向国际。”

徐喆指出,中国动漫影视产业与美国、日本等国际市场的差距并非一步之遥。首先是理念上的差距,这种差距体现在创作本身和对作品的理解,还有就是创作经验的积累,这些都跟国外有很大差距。

意识到人才与国外的差距,米粒开始在中国组建培训部门,且引入国际一流师资力量,同时与多个教育机构、合作单位共同进行人才培养和软件研发。

如今,米粒已拥有约250位专业人才的动漫制作团队,专注于影视动漫制作的同时还会培训专业人才。徐喆表示,动漫企业一定要走向国际,在这



米粒影业作品《龙之谷之破晓奇兵》前期策划、设计等在后莱坞完成,然后由国内制作中心完成制作,并且在全球市场销售、发行,这是米粒生产影片的基本流程。在这种高效运转模式下,米粒制作出第一部3D动漫电影《龙之谷之破晓奇兵》。

从用户反馈来看,很多观众认为米粒的作品可以媲美美国动画大片,一些作品还选择了中国元素题材,在国产动画大片领域,米粒实现了技术、题材、故事情节等方面的多重突破。

米粒创意中心设在好莱坞,项目

个过程中米粒坚持发扬自己在模式上、技术上、成本上的优势。

做出价值才能吸引投资

拥有领先3D动漫制作实力的米粒,其第一部动画大片《龙之谷之破晓奇兵》7月31日在国内上映后,一举拿下近6000万元的票房佳绩,随后,这部影片将在全球30多个国家和地区上映。

米粒创意中心设在好莱坞,项目

电影行业一直是求新求变的行业,中国文化所蕴含的新元素是国产电影脱颖而出的关键。“文化市场越来越活跃,文化企业也越来越成熟,获得投资人的关注很正常。即使如此,企业只有先做好自己,做出价值,才可能在激烈的竞争中脱颖而出。米粒有自己独特的模式,敢于创新,但最重要是努力。”米粒CEO季耀辉这样解释他们获得投资的原因。他表示:“对于米粒来说,文化产品送出去不如卖出去,‘走出去’更要‘走进’。米粒希望塑造出一大批深入人心的自有知识产权动漫形象,弘扬中国文化,体现自身价值,成为具有全球影响力的家庭娱乐品牌。”

不仅如此,中国的动漫公司还拥有国外难以企及的低成本优势,能以1000万美元的成本做出与美国好莱坞最低成本为8000万美元相同画质的动漫电影作品,这也是资本看好的一个因素。此外,除了成本优势,国家对动漫产业给予很大支持。

成本控制和突破

技术优势和成本控制是米粒的强项,这也是投资者看重的优势之一。以往,动漫产业均采用CPU渲染的方

式,这种方式已存在30多年,但需要大量的服务器做支撑,而这些服务器集群需要消耗巨大电能,这也导致动漫制作成本居高不下。

米粒从成本控制和突破的角度,放弃了传统的CPU集群渲染模式,瞄准了CPU加速这一新兴技术,采用NVIDIA的Quadro产品进行动画渲染加速应用。借助于NVIDIA的Quadro产品,米粒的动漫处理能力比以往提升了6至8倍。

为了能在6个月内甚至更短时间内制作完成一部动漫电影的挑战和降低运维、存档数字媒体资产压力的需求,米粒与联想合作建立了以联想ThinkStation专业图形工作站为核心的强大渲染集群——米粒影业渲染农场。

在如今的国际动漫产业形势中,日本和欧美已成为行业的领军者,但以中国为代表的新生力量也正在奋起直追。中国动漫要振兴,就要靠完美品质作为坚实基础,同时借助新一代GPU计算方式,最大限度的实现资源的优化与结合。

作为后起之秀,米粒已与长春电影制片厂、盛大游戏、浙江大学、中国传媒大学、联想集团等结成合作伙伴。未来,米粒影业将在5年内制作9部动漫电影,投资将高达5.5亿元。

资本看台

三季度文化传媒VC/PE融资回暖

□□ 木子

2014年第三季度,文化传媒领域受到新一轮政策利好影响,各类扶持政策接踵而至,整体产业处于有利的政策机遇期。

资本市场层面,根据投中集团旗下金融数据产品CVSource统计数据显示,2014年第三季度,文化传媒风险投资(以下简称“VC”)和私募股权基金投资(以下简称“PE”)的融资规模为1.37亿美元,环比上升106%,融资案例数量15起,环比上升88%。融资案例数量与规模均在第二季度下降后略有回升,年内融资案例累计达32起,融资规模达5.82亿美元。

政策利好推动行业回暖

从细分领域来看,影视音乐成为本季度VC/PE的重点关注部分,以6起融资案例、9626万美元融资规模居于首位,融资案例数量和规模占比分别高达40%和70%。影视行业融资规模较高主要基于以下两方面:一是基于公司自身的战略性发展以及新一轮影视剧的拍摄,二是针对年轻一代的粉丝经济,这种突破与颠覆传统行业的力量吸引投资者。

从具体案例来看,华人文化产业投资基金(以下简称“华人文化”)等注资乐华娱乐、天堂硅谷、江苏聚合入股

长城影视,深圳厚德前海基金(以下简称“厚德前海”)注资瑞格传播成为2014年第三季度VC/PE融资案例规模的前3位。其中乐华娱乐是在2012年获得近亿元的A轮融资后,再次赢得近3亿元的华人文化B轮融资,这也是华人文化在新锐影视娱乐公司中的首单投资。

在8月18日、19日两天,接连出台的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》和《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》,进一步推动文化传媒领域的加速发展,两项政策在指明小微文化企业前进方向的同时,也为企业发展提供了巨大的温床。在打造一批形态多样、技术先进、极具竞争力的新型主流媒体的同时,小微文化企业的发展也将为行业注入一些新鲜元素。

文化传媒并购热潮未退

2014年文化传媒并购市场在多条政策的指导下迅速回暖,上半年并购市场宣布交易规模已达到52.59亿美元,仅半年时间就已超越2013年全年规模。在经过第二季度市场的并购峰值后,第三季度并购交易数量与规模略有收紧。根据投中集团数据终端显示,2014年第三季度文化传媒并购市场宣布交易50起,环比下降17%,披露交易规模为28.74亿美元,

环比下降6.32%。

完成交易方面,2014年第三季度文化传媒并购市场完成交易规模大幅回落,规模为2.50亿美元,环比下降84.1%,案例数量17起,环比上升13%。整体来看,第三季度文化传媒并购市场完成交易案例单笔规模较小,并未出现第二季度阿里巴巴认购文化中国传播集团60%股份的大型案例。

相比较略有收紧的宣布交易规模,完成交易规模则是大幅回落。除大型并购交易从宣布到完成所需时间较长带来的滞后性原因外,更重要的是并购交易更加趋于理性。就在2014年上半年文化传媒并购热潮的持续升温中,第三季度泰亚股份收购欢瑞世纪影视传媒股份有限公司、熊猫烟花集团有限公司收购华海时代两起跨界并购交易相继搁浅,两家公司涉及并购规模达到了5.33亿美元。虽然文化传媒是公司转型的一个热门领域,影视方面更是受到上市公司的青睐,但影视公司自身的估值较高,再加上跨界并购转型时对新行业的不够了解,从而带来公司重组后在经济、管理上的一系列问题,导致并购计划的停止。

从具体案例来看,2014年第三季度国内文化传媒并购案例中规模最大的为凤凰传媒以0.8亿美元收购PIL儿童图书业等相关资产,由于标的企业并非传统的纸质出版商,而是有声书与益智早教结合的泛文化产品,这对凤凰传媒现有业务形成了有益的补充和延伸,拓展了公司的原有产业链,增强了公司在童书出版业务上的实力。另一家规模较大的案例是于冬以7140万美元回购博纳影业19.3%的股权。

自2014年第一季度思美传媒与保利文化两家企业分别在深交所与港交所IPO以来,文化传媒行业IPO继续遇冷,第二、三季度均未出现IPO融资案例。根据投中研究院统计,截至2014年9月多家文化传媒企业仍在IPO排队之中,排队企业以出版传媒、影视音乐两大热门行业为主。

□□ 本报记者 郑洁

南京文化金融服务中心自2013年11月投入运作10个月以来,其金融模式的创新吸引了业界的关注。近日,南京市又进一步发放了第一期专项服务于南京小微文化企业的金融服务券,并宣称要创建“全国文化金融合作试验区”。

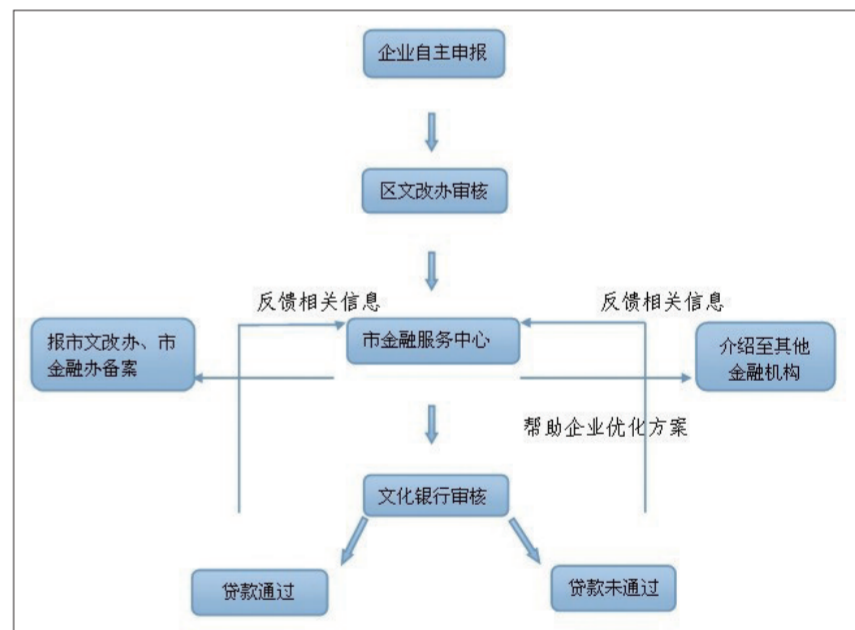
首现小微文化企业金融服务券

近日举办的“2014南京文化创意产业项目推介会”上,南京文化金融服务中心向8家文化企业发放了第一期南京小微文化企业金融服务券。该中心主任王蕾介绍,这是他们进一步转变政府职能、促进产业融合、服务小微企业的创新举措。通过财政政策、产业政策和金融政策的协同发力,为南京市小微文化企业融资等提供更加精准和有效的支持。

这种专属服务于小微文化企业的金融券证,在全国范围内也属首创。据悉,在服务券标示有效期和当期发放额度内,文化企业如果取得文化金融服务中心内文化银行或文化小贷公司的贷款,经审核确认后,将一次性享受一定数额的贴息补助。同时,文化企业还可享受到的辅助功能包括:文化金融服务中心开通绿色通道,提供快捷便利的其他各类金融服务;在江苏省文交所、南京市文交所进行知识产权登记、托管、交易等服务,可享受VIP服务;优先享受“创意南京”文化产业融合服务平台提供的服务。

王蕾谈道,在文化金融服务中心的运作机制设计中,他们同样重视操作风险的防范,比如,具有为融资企业贴息功能的小微文化企业金融服务券,在其实施办法中就明确要求:严格禁止相关企业与个人进行非法套利、骗取贴息等违规行为。对服务券申请兑现材料申报不实,发生骗领行为,恶意骗取财政资金的,将依法追回服务券及已兑现资金,以后年度不再受理其服务券使用申请,列入全市文化金

南京试水“文化金融试验区”



南京文化金融服务中心“文化金融一站式”服务流程图

融企业“黑名单”,并将视情节轻重,追究骗领企业及相关机构与个人的法律责任。还对服务券使用情况进行绩效评价,绩效考核为优秀的企业,可在下一期服务券发放中继续优先支持。以奖惩分明的办法措施,约束借款人的失信行为。

南京的文化投融资体系

南京文化金融服务中心的设立,只是“南京市文化产业投融资体系建设计划”中的重要一步,9月初,南京市委宣传部门联合了该市文化广电新闻出版局、金融发展办公室、财政局等六部门共同印发“创建全国文化金融合作试验区”的工作方案。南京政府部门相关人士表示,将以此作为他们深化文化体制改革、推进文化金融合作、加快文化产业跨越发展的重要抓手和突破口,同时也希望为全国范围内推进文化金融合作创新提供可借鉴、可复制、可推广的“试验田”和“样本库”。

据悉,南京创建“全国文化金融合作试验区”的路径分4步走:引导银行业金融机构加大文化金融创新;建设文化金融服务中心、完善普惠性金融服务体系;鼓励文化企业通过多层次

资本市场融资;进一步强化创新扶持,形成多方合力。2015年底,南京的“全国文化金融合作试验区”构架将初步完成。

据南京文化金融服务中心提供的资料显示,该中心已构建起了文化银行、文化小贷、文化基金等多重融资途径,并建设了文化知识产权评估中心、文化产权交易所、文化担保机构、法务、咨询机构等相关配套设施。作为在文化金融领域的大手笔和重大尝试,南京市也建立起了一套由政府财政、银行资金、担保公司、产权处置等组合组成的风险控制和补偿机制。

其中,截至2014年8月末,4家重点服务文化的银行已累计向初创期、成长期文化企业发放贷款97314.87万元,并纷纷提高对文化企业贷款风险的容忍度。文化小额贷款公司目前也已向该市60余家文化企业提供综合授信,累计发放贷款41160万元,年均资金周转率达到了4次以上。

放大到南京市看,截至2014年8月末,南京地区文化贷款余额171.92亿元,同比增长38.41%,其中小微文化企业余额约为60.17亿元,同比增长57.63%,均远高于同期其他各项贷款增速。

2014年第三季度国内文化传媒企业重大并购案例

标的企业	CV行业	买方企业	交易金额 US\$M	交易股权
PIL	传媒出版	凤凰传媒	80.00	-
博纳影业	影视音乐	-	71.40	19%
春天融和	影视音乐	互动娱乐	26.06	20%
慈文传媒	影视音乐	顺网科技	17.59	5%
派格华创	影视音乐	德力股份	14.66	30%
Keyeast	影视音乐	搜狐	13.70	-
沃捷文化	广告制作与代理	东方证券	10.42	7%
掌众传媒	广告制作与代理	明家科技	3.91	12%

(制表 张海宁)