



中国（大涌）红木文化博览城

投融资



中国“完片担保”的特生态

完片担保或完片保险,是美国很成熟的影视业融资及制作监理模式。中国的影视业融资现状表现为,虽然影视业越来越受投资界的重视,好的项目普遍“不差钱”,但在真正融资运作时,项目的“可能性流产”仍是银行等金融机构的“心头隐患”。因此,国内一些机构也在自发地进行完片担保的探索。

02版

创富基石



京锐景泰蓝:树立文化品牌非一日之功

经过近几年的发展,河北大厂景泰蓝的工艺、釉料和产品在业界拥有了较高的知名度和好评。2014年11月,在APEC会议上,作为国礼呈现在人们眼前的景泰蓝赏瓶《四海升平》,其所用釉料来自大厂。在文化创意产业发展的黄金时代,作为地方特色文化品牌,大厂本地的景泰蓝生产企业正在进行着蜕变。

04版

文化旅游



定制旅游:前行路上披荆斩棘

国内定制旅游市场去年获得了进一步发展,市场规模不仅进一步扩大,产品中的文化元素也更加突出。对于游客来说,选择的范围越来越多、旅行体验越来越丰富,定制带来的变化,并不止于此。在高端和个性化间不断游走、寻求平衡之术的定制旅游,前路仍有荆棘。不过,他们已经知道如何斩去。

06版

掌上品读《文化财富周刊》



APP手机客户端 官方微信

*扫描二维码,掌上《文化财富周刊》,每天都有新精彩。您还可登录 www.whcf.com.cn,获取更多独家内容。

本版责编:李婧
周刊主编:张海宁
投稿邮箱: newslijing@163.com

特别关注

5万亿元市场:体育产业的春天到了?

《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》赋予了中国体育产业巨大的想象空间;到2025年中国体育产业总规模超过5万亿元,俨然成为推动经济社会持续发展的重要力量。



我国体育产业发展前景广阔,但需要坚定的改革信心。(制图 张海宁)

5万亿元,达到10万亿元。

这种预测背后的逻辑有两点:一是到2025年,中国的GDP至少达到120万亿元时,健康产业到2020年就将达25万亿元,5万亿元的体育产业与健康产业之间还是存在着失衡。

二是在“互联网+”的时代,如用移动互联网把社会体育爱好者联络到一起,用APP移动客户端把潜在的健身运动人口调动起来,用互联网来改造传统的体育产业前景广阔,如此,5万亿元只是一个“底线”。

体育产业将成为中国新的GDP增长点,这其中充满了机遇。体育产业覆盖领域广泛,包括体育健身、体育竞赛、体育用品、体育表演、体育传媒等,其中健身娱乐的拉动能力最高。

各地热情高涨

46号文件的出台为体育产业搭建有了远大前景的顶层设计,但体育产业光有一个顶层设计还不够,还需要中层设计和基层设计相配套,体育产业的商机在于顶层设计、中层传导和基层落实的联动。

体育产业自身发展中有两个核心要素:一是“转播权”,二是“深化体制改革”。

发展一定不只是体育部门的事,这种“高规格”对于投资者是一种巨大的信心,这不仅是产业本身成长发展的问题,也是经济结构转型下必然的发展趋势。”王辉认为。

46号文件提出,鼓励社会资本进入体育产业,设立由社会资本筹资的体育产业投资基金;对经认定为高新技术企业的体育企业,减按15%的税率征收企业所得税,落实企业从事文化体育业按3%的税率计征营业税;加快推动修订《中华人民共和国体育法》。

46号文件赋予了中国体育产业巨大的想象空间:到2025年,中国体育产业总规模超过5万亿元,俨然成为推动经济社会持续发展的重要力量。

“目前,中国体育消费是欧美的1/30,未来10年,到2025年,我国的体育产业总规模达到5万亿元,前5年按15%增速来推动,后5年按10%增速来推动。”国家体育总局体育科学研究所研究员鲍明晓称。

而业界有关人士认为,5万亿元只是一个保守估算。近日,在南京举行的一个体育产业论坛上,相关研究学者表示,中国体育产业到2025年达到5万亿元规模并不算多,在前提是“如果有可能做得更好”的情况下,甚至可能超过

□□ 特约撰稿 陈汉辞

忙碌已成为北京合力万盛国际体育发展有限公司董事长王辉最正常的状态,因为近期考察的体育项目太多。

“南征北战”的不仅是投资人,包括体育行业内的专家、管理者也是如此,学习、交流、规划布局成为后两者的核心内容。

“从46号文开始的体育产业政策已催热全国地方体育局、投资者对体育产业的思考、关注。”王辉说。

目前已有19个省市制定了加快发展体育产业的实施意见,26个省市制定了体育产业发展规划或将体育产业纳入了当地社会经济发展规划,11个省市成立了省级体育产业协会或产业集团。一场体育产业的掘金盛宴似乎已经开始。

王辉口中的“46号文”是指去年10月20日国务院印发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国务院2014年第46号文件),46号文件的发布推动了民间对于体育产业的投资热情。

体育是朝阳产业

46号文件的发布之所以备受关注,首先其是一次“高规格”发布。“该文件是去年初,国务院向国内外经济机构、经济学家来咨询,面对中国经济下行的局面,还有哪些行业未来不会过剩。最后出乎国务院领导意料之外,大家共同地提到了体育产业。”参与起草该文件的一位专家表示。

最终,由发改委牵头,国家体育总局配合成立了调研与起草文件班子,人员包括发改委社会司、体育总局经济司以及一些长期研究体育产业的学者。

46号文件出台背后是基于全国6个省市的实地调研、3个专题报告以及25个国家的体育发展情况调研,最后经过反复论证、修改讨论后,才在去年10月发布。

“与其他产业发展一样,体育产业

□□ 魏鹏举

2013年9月,习近平总书记提出了共建“一带一路”的战略构想。去年中,文化部、财政部联合发布了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》,在这一文件中,也提到了丝绸之路文化产业带。从现代文化传播的角度来看,往往经济高地就是文化高地。实际上古时候丝绸之路之所以成了中国文化向外传播的渠道,是因为那时中国是世界的经济高地。美国只有几百年历史,但不能否认全球人现在都受到了美国文化的影响。丝绸之路经济带毫无疑问是文化带,但基础是经济带,资本的战略作用是关键。

对于特色文化产业发展的主要特征,笔者归纳了四点:一是在地性,现在所说的丝绸之路文化产业带,总的来说依附在一个特定区域中,以文化旅游业

态为主。二是分散性。三是原生性,由于手工生产所蕴含的文化深厚,因此最接近文化的本性。四是小众性,它是在特定范围内的。小众性存在明显的文化折扣,如在陕西大家都觉得很好的东西,但跨越了语言和文化区域后,另外一些人在接受度上就会打折扣。从文化产业的发展角度说要打破这种折扣,同时要保留特色,这是矛盾的地方。

目前,我国的特色文化产业在发展过程中存在一些问题:一是业态简单,同质化问题严重。缺乏足够的创造性、好的商业模式和更大的国际视野。二是高度区隔,碎片化问题突出。三是进退失据,原生保护和市场开发失衡。要保护原生态的模式就要避免市场化的推广,但不搞市场经济,原生态文化被破坏得更厉害。四是产业化弱。特色文化产业也就意味着很难做成规模,而我们又觉得只有手工做的东西,才有膜拜价值。

所以这是产业化发展的一个悖论。五是资本短缺,企业缺少资本化的思维和融资途径。

关于投融资路径问题,首先是有政府性基金的示范引导。政府引导是因为特色文化产业有巨大的外部效益化价值,不仅对产业有意义,对文化的传承、保护和发展也有意义,还有巨大的艺术价值,对区域经济的转型升级、带动发展有很大作用。李克强总理的政府工作报告提出“互联网+”,其实还可以有“文化+”。“文化+”意味着文化可以与很多产业结合发展,可以带动很多产业附加价值的提升。这需要政府资金的引导,笔者认为,由政府来主导建设一个产业化基金意义非常大。

二要发挥银行保险等的传统金融优势,助力特色文化产业基础设施建设。文化产业发展必须做好基础设施。尽管笔者不同意搞文化地产,但把

文化地产妖魔化也不对。现在中国的地产业已到去泡沫化的时期,银行可以发挥重要的作用。

三是政府要筑基,积极开展特色文化产业链投融资。文化产业最大的价值是它可以带起很长的产业链,就像科技研发一样,关键在于研发成功后形成IP,后面的产业链非常丰富。所以在研发时,创新这方面需要政府更多的投入,但是在产业链的投融资方面,要让更多社会资本参与进来,只要形成产业链的融资体系,笔者相信社会资本会主动地进来。

四要积极发展文化产权交易,开展特色文化资源的平台型投融资。丝绸之路特色文化资源非常丰富,这些资源有些东西可以变成文化产权,可以注册公共知识产权变成特色文化产权,这些产权应放在产权交易所对接,同时也是寻求资本合作。陕西的文化产权交易所如

果能做成丝路文化产权交易平台更有意义,也突破了以前做艺术品的局限。

五要推动文化金融创新,尝试开展基于特色文化资源收益的资产证券化。这也是国家在金融体系建设方面重点支持的方向,现在国内、国际都有这方面的尝试,但是特别有效的尝试现在不是很多。

最后,积极拓展适合特色文化产业消费的互联网金融。分散的海量创意和海量的需求,在传统产业发展机制下是没有商业价值的,因为传统商业模式是工业化的大规模生产和批量化的大规模销售。但在互联网环境中,分散的海量创意与海量的小众需求可以实现无成本的无缝对接,通过大数据的应用,金融信用也随之形成,可以推动文化众筹走向文化众创。

(作者系中央财经大学文化经济研究院院长)

►下转第04版

财富专栏