

编者按:自今年以来,在文化部文化产业司、深圳证券交易所共同支持下,由各省文化厅主办的2016中小文化企业投融资路演活动已在全国范围内成功开办8场,对当地中小文化企业的发展和融资起到了正面积的推动作用。

宁夏文化企业：“小而美”寻求大发展

□□ 卢曦

10月27日,在有“塞上明珠”之称的宁夏召开了由回族自治区文化厅主办,深圳证券信息有限公司、银川iBi育成中心管理办公室承办的路演活动宁夏站,宁夏巅峰体育文化推广有限公司、宁夏容胜文化实业有限公司等7家不同行业的中小文化企业站上了路演舞台。

政府搭台:文化对接金融

据宁夏回族自治区文化厅产业处处长张荣军介绍,近年来,全区各级政府和文化部门出政策、抓规划、搭平台、促融合,推动文化产业发展,促进文化与金融融合。出台《自治区文化厅人民政府银川支行等九部门关于进一步加强全区金融服务文化产业工作的意见》,搭建“政+银+企”融资对接平台,推动文化创意企业与金融资本对接,为文化产业发展提供金融支持。

宁夏在发展文化产业上一直坚持以规划引领、政策支持、市场运作、资本撬动、规模经营为核心,并编制了《宁夏丝绸之路文化产业发展规划》和《贺兰山东麓葡萄酒文化长廊文化发展规划》等纲要文件。而对中小文化企业的扶持,宁夏也一直在行动,仅2015年,宁夏就安排了文化产业专项资金1460万元,对25家文化企业和示范户进行扶持;文化产业种子基金为21家文化旅游企业融资3.35亿元。同时,评选命名自治区文化产业示范基地5

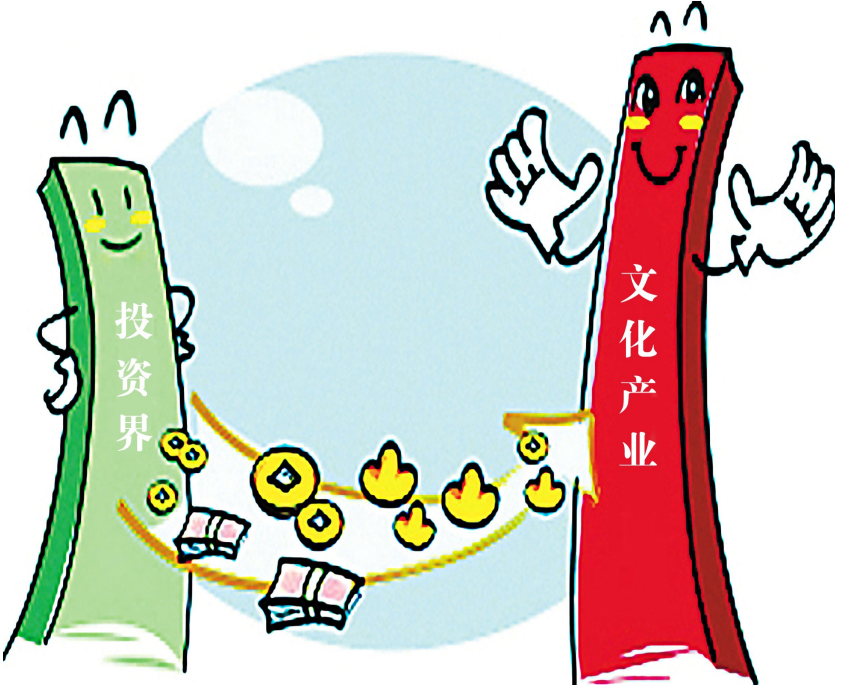
家、示范户19家,96个项目列入国家文化产业项目库。此外,组织企业参加深圳文博会、东盟博览会、海峡两岸(厦门)文博会等大型展会,实现签约资金5440万元。

宁夏地处祖国西北内陆,这里自然风光独特、文化资源丰富、发展环境优越。为促进文化金融对接,打造新的融资平台,帮助文化企业解决融资难和投资主体项目少的问题,此次“宁夏中小文化企业投融资路演活动”浮出水面。张荣军表示,此活动可以增进文化企业和投资机构相互了解,促进双方项目对接与合作,打造文化企业新的融资平台,对宁夏中小文化企业发展具有重大战略意义。

宁夏回族自治区文化厅党组书记、副厅长杜秀岚表示,此次活动为金融机构与企业的互动,为下一步企业的投融资奠定了很好的基础。她说,宁夏是一个古老美丽的移民文化自治区,特色文化资源丰富,优势明显,尤其是回乡文化。宁夏文化产业起步晚,但是投资机构发现越早、了解越多,越容易挖到金蛋。因为对企业和投融资机构来说,双方利益一致、是合作共赢的关系。

企业融资:需转变思想观念

据悉,参加活动的7家企业是从全区2800家文化企业中精选出来,也是宁夏地区成长性较高、发展前景较好、具有发展潜力的中小文化企业,有较好的运营模式、创新能力和经营方



式。其中,本次路演项目之一的中阿文化园建设已被列入自治区“十三五”规划和2016年重点项目,前海鼎格投资管理(深圳)有限公司合伙人,教育基金总经理王亚宁表示,项目定位明确,是一个较大的文化旅游综合体。同时,他建议企业对于融资的介绍要针对不同的融资机构主体,做一个详细财务的测算,让项目的收益更加明晰才有可能顺利实现融资。

作为宁夏本土的投融资机构,宁夏文化产业投融资公司总经理焦连新表示,公司与国家开发银行已经签订战略合作协议,具体围绕双创空间来开展,

纪录片项目有文化的沉淀,也需要坚持。他同时提出,纪录片的收益空间没有商业片那么大,企业转型来做这个项目,后期的盈利能力如何保证等问题是投资人关心的内容。

而浙商创投股份有限公司合伙人、北京公司总经理杨志龙则说,即便只有小的营收规模,企业也能够在新三板挂牌来实现资本的跨越。杨志龙重点点评宁夏凡客杰瑞影视文化艺术传媒有限公司的融资项目“塞上江南·中华黄河文化圣地”,建议公司的负责人一定要从文化创作者的身份走出来,变成一个经营者角色。文化人的特性是把艺术表达得“高大上”,但放到生意上,观众却不愿意买单。

宁夏明道文化发展有限公司的杞萌萌枸杞创意包装项目,董永胜在肯定项目通过开发IP衍生产品的成绩后,直言不讳地表示,明道文化只是简单地对枸杞产品的包装进行创作,并没有将枸杞产品进行深加工和高端应用。同时其针对年轻化的消费群体,应主要以线上营销为主,线下实体店投入成本大,回收周期长,盈利能力也不一定好。王亚宁则表示,企业推出的产品一定要聚焦,推出单品,爆品更能打动消费者,让消费者记住产品。

投资真相:看项目更看人

文创企业融资难、融资贵一直是业内避不开的话题。融资难,除了融资渠道单一外,与企业的融资项目是否具有

很好的盈利模式有莫大的关系。路演结束后,杨志龙表示,路演的每个企业都比较扎实,没有拿概念说事,或多或少都能赚钱,这是投资人愿意看到的。但是,这些路演的企业又都很小;目标很小、经营规模小、团队资源的水平能力小。在宁夏这个小而美的西部地区,企业生存没有问题,但这些企业或多或少存在业务种类杂的问题;有些企业主营业务增长不力,经营困难,为了生存就开拓新的业务,所以就呈现出业务杂乱的现象。

一些投资人认为,所有小企业都面临着长线 and 短线的问题。把生意当成一个机会主义的生意,守住一方土地吃喝不愁,还是变成一个有长远前景的事业?宁夏的文化企业需要更多地思考这个问题。因为社会资本是流动的,一定会流向行业中优秀的企业。这些企业的共同点是在全行业内具有战略性眼光,拥有核心资源,而不是在某个特定区域上。

不同的生意会获得不同的资源,不同的商业目标会获得不同的战略方法。如果是打一场全国性的战争,供给的就是全国性资源;区域性的战争,提供资源的就是当地的人。要踏出新的商业路径,获得资金是一方面,但更重要的是商业理念的转变。投资方主要看的是企业掌舵人和核心团队的素质。把握风险,在局部的失利和长远的胜利上作出抉择,考验的是老板的战略能力、策略能力和管理能力。现场投资界人士说,只要拥有以上一两种特质的企业家,投资人就会跟他们合作。

金融圆桌

文化企业：来自资本的“心灵鸡汤”

点评嘉宾

- 达晨创投文化旅游基金副总裁及TMT行业投资部总经理 何士祥
- 德粤基金 副总经理 王勇
- 天津滨海海胜股权投资基金管理有限公司 投资副总监 代石军

□□ 本报记者 刘妮丽

借着京津冀一体化的东风,京津冀三地的文化产业发展方兴未艾:一些新兴文化项目层出不穷,文化企业的视野更广阔,资本的目光也更加聚焦这些有着全国甚至全球视野的文化企业。但是,文化与资本的对接还需碰撞、了解与磨合。在搭上资本快车之前,文化企业首先要做好哪些准备?

案例一

粉丝网——社群媒体的逆袭

所在公司:北京粉丝时代网络科技有限公司
所属行业:TMT (Technology, Media, Telecom, 科技、媒体和通信)
融资情况:融资资金将用于内容生产、社群构建,产品研发推广及线下布局。公司目前已完成两轮融资,其中天使轮在2014年10月获得,融资金额1500万元,估值1亿元,2016年5月获得A轮融资,融资金额5000万元,估值5亿元。

项目简介:公司成立于2014年10月,目前已成为中国最大规模的粉丝运营与服务平台。粉丝网上汇聚数千明星艺人,深耕内容、垂直布局,为千万粉丝用户提供个性化媒体、多维度直播互动以及粉丝社群运营的产品及服务。

目前,粉丝网APP在苹果官方APP store新闻类畅销榜排名第二,网站在Alexa的中国娱乐类网站综合排

名第一。粉丝网在电脑PC端以及手机APP上的注册用户已突破4200万,APP月活跃用户数超过860万,网站月活跃用户超过3000万。

点评

王勇:相比各类直播平台,粉丝网以粉丝为核心,明星资讯、明星直播、粉丝活动等内容构成一个很好的内闭环,这是粉丝网的优势。粉丝网的后续发展可以保持和发挥这种优势,是非常有价值的。

何士祥:粉丝网和明星是怎么合作的?线下有着怎样的合作方式?目前的变现方式是怎样的?

代石军:粉丝网的模式代表了当下年轻人的喜好和趋势,但长远的定位是怎么考虑的?

企业应答:我们虽然是一家互联网公司,但在娱乐行业上下游都有较深的产业链布局和合作,从影视音乐作品的打造,到明星艺人的宣传,再到粉丝的社群活动,基于此形成内容、产品、渠道、数据的闭环。跟其他直播平台相比,粉丝网有多种媒体形式,更聚焦明星粉丝群体,所以对该群体的服务更精准、全面。

和明星的合作方式有多种,包括一般宣传合作、个人部分权益独家合作、公司级别战略合作等,从娱乐产业链的不同环节切入来锁定明星资源。线下有中、韩、日、泰采编团队,有北京、上海演播厅和编导、活动落地团队,有12万块线下屏幕渠道,可为明星提供多种形式的曝光和粉丝互动。商业模式方面

包括C端的虚拟增值付费,如直播付费、会员付费、即将开启的商城付费等,以及B端的赞助和广告。还有一些布局如艺人培养和网剧作品,在时机成熟时会带来新的收入。

未来,年轻人群将是圈层化的聚集,这种圈层化在娱乐行业特别典型但将不限于娱乐行业。现在,成为明星的门槛更低,渠道和类型更多样,粉丝们的喜好也更有小群体特色,黏性也更强。所以,我们提供平台让他们表达、分享喜好。粉丝要主动干预造星,我们也提供平台让他们表达这种愿望并参与到造星产业链中来,在这个过程中实现商业价值。我们从娱乐入手,但不限于娱乐,是基于喜好的社群集合。

案例二

自主IP开发及数字木偶技术应用

所在公司:天津国画人动漫创意有限公司
所属行业:动漫影视/儿童育乐
融资情况:融资资金将主要用于自主IP开发出品及吉姆汉森数字木偶设备运营。公司拥有7项作品著作权、4项专利、6项软件著作权,近3年平均营收为2000多万元,已获得了2000余万元天使投资。

项目简介:项目是自主IP动漫影视作品的开发及应用增强现实技术的儿童育乐产品的开发及应用。公司是国家重点动漫企业,是文化与科技相结合型企业,出品或联合出品过《童子山》

《摇滚藏獒》等多部获奖动画影片,在动漫影视、儿童育乐产业有多年积淀。

公司的动画大电影《萌菌总动员》第一部即将制作完成,第二、三部也在创作中,幼教动画剧集《奇妙多乐园》及配套幼教课程体系也部分完成,应用增强现实技术的寓教于乐的儿童育乐产品已经开发完成3款,其他两个IP也在创作中。作为以动漫影视为主导产业的公司,公司已经度过内容储备的阶段,已逐渐开始放大价值。

点评

王勇:动漫行业靠内容本身去赚钱,竞争惨烈,真正的精品才能赚到钱,必须成为某个细分领域的领头羊。做视频网站靠点击量来赚钱,在整个视频网站里,点击率比较高的仍以日漫为主。按照视频网站的分账比例来看,一部动漫作品的利润能达到4万元或5万元已经不错了。

纯粹靠内容挣钱的是电影行业,中国电影工业化做得不错,但大部分动漫电影仍然亏钱。十几年来,动漫行业一直活得比较苦,因为盈利模式比较单一。如果把衍生品作为一个重点,那么,研发一款真正有竞争力的产品同时把动漫内容往电视台送,这条路是可以走的。

建议中小微动漫企业关注三、四线城市中小型院线的动漫电影,这种低成本动漫电影一般成本控制在800万元左右,票房能达到5000万元左右,投入产出比是非常高的。一线城市竞争压力太大,而三四线城市的细分市场

收入模式已经出炉了,可以考虑往这个方向走。

企业应答:关于动漫影视出品,我们秉承的策略一是控制成本,以小博大、控制风险。公司已建立制片管理体系——制片管理云平台,有约20个制作团队合作,成本控制在偏低水平,避免一部作品的失利给公司造成致命性打击。二是控制成本的同时保证品质。公司坚持走国际化道路,邀请了韩国及好莱坞的知名导演,并以共享利润的方式与导演合作。三是选择对的发行合作伙伴,公司第一部电影已与知名发行公司——卓然影视签订发行合同,公司也在与完美动力进行沟通,而完美动力刚收购主打三、四线城市的金典影院。

关于衍生品开发,公司最重要的特点是用科技推广文化产品,以增强现实技术与文化内容相结合,应用于儿童产业,开发出家庭端的育乐产品,实现寓教于乐,使儿童在认知、科学、美育等方面得到进步,产品市场空间很大。这些技术和内容也将应用到新媒体传播方面。

案例三

孙敬学堂·古私塾——读蒙经、习古礼、学国艺

所在公司:河北闾里文化传播有限公司
所属行业:教育/旅游
融资情况:对幼儿园、学校进行并购及入股,持续开拓稳定生源等。

项目简介:孙敬学堂·古私塾是以“读蒙经、习古礼、学国艺”体验式教学为特色国内的中国礼孝基地,与南开大学文学院、河北省舞蹈家协会、台湾云门艺术团等合作方积极合作。

目前,礼学教材基本成型、蒙学教材正在研发中,8万平方米礼孝基地90%的场馆已达到接待标准,各馆所实行1位馆主、2位助教、3位助理的配备模式,人员均为本科以上学历,由南开大学统一培训,师资力量强大,具备开设分支机构

的实力。项目被评为“河北省十大文化产业重点项目”“河北省文化产业示范基地”,并进入资本中国评选20强。

点评

何士祥:孙敬学堂·古私塾的核心用户群是哪些?如何与合作方合作?

王勇:孙敬学堂·古私塾这个机构到底是营利机构还是培训机构?如果是非营利性质,投资机构就没法投资。

企业应答:我们的核心用户群为3岁至12岁的孩子,也就是幼儿园到小学阶段的学生。模式是一个体验式教育基地,也可以与不同的合作方做课程合作,孙敬学堂·古私塾本部作为一个体验式场馆,可以把教材和场馆复制给各个城市的合作方。

目前,孙敬学堂·古私塾已与几个城市合作,并在当地设有文化基地,我们把自己的教师、教材、讲义、场馆复制给对方。我们的老师每天面对不同的学生,灌输给这些学生国学知识。