

瞭望台

数说

## 探索解决小微企业融资难融资贵——

## 上海“打法”创融资新模式

□□ 本报记者 郑洁

## 创新1 投贷联动模式

上海南芮儿文化传播有限公司，最近获得了上海东方惠金担保公司与上海探针投资公司、上海滨江小贷公司合作推出的50万元投贷联动融资。

上海南芮儿文化传播有限公司是一家

集研发、设计、生产、销售为一体的国际家居时尚产品公司，主要产品为陶瓷类餐具，面向中国和欧美市场，客户群体年轻时尚，在业界是一家定位鲜明的新锐时尚设计公司。

在行业内尽调和对该公司考察后，基于对这家公司的了解及看好，上海探针投资公司先行入股，给公司提供天使轮融资。

同时，由于公司原有贷款业务在续授信中遇到他家担保公司与银行授信到期，企业已归还贷款而暂未获得续贷资金而导致资金紧张，上海东方惠金担保公司与滨江小贷研究了这家公司轻资产、无实物抵押的特点，联手企业发放50万元的信用贷款，以解其燃眉之急。

## 创新2 供应链融资模式

几年前，上海新文化传媒集团股份有限公司首发申请获通过，于深交所创业板上市。这家公司主要从事影视剧的制作、发行及衍生业务，虽然在电视剧上表现较突出，但对融资来说，就存在主营业务单一、可抵(质)押物不足等种种隐忧。

其实国内影视制作公司虽然数量众多，但通常资不抵债，报表较差。尤其在经营中，有的制作公司与电视台、视频网

站、电影发行公司等签订购销合同，有的是先制作、后卖片，都主要依靠公司自有资金大量投入前期制片费用，现金流不足，也承担着较大的市场风险。从整体上看，影视公司之所以较难获得银行贷款的大力支持，是因为其缺乏有形资产的抵押和担保，经营不确定性大。

上海新文化传媒集团股份有限公司上市前的融资，正是依托供应链融资的创新。之后，上海金融业相关机构借助东方传媒集团等传媒专业力量，使其成为供应

链融资中的核心对象，东方传媒集团等大型集团上下游供应链相关企业，一定程度上均通过“供应链融资+公司实际控制人连带保证”的反担保模式，获得银行信贷的助力。通过与大集团的合同关系，小企业既获得了资金，银行也能有效控制风险。当然，在实际操作中，银行和担保公司还要考证企业团队和制作能力、剧本的市场需求符合度、过往业绩、实际控制人信用和采购方实力等要素是否符合合作要求。

## 创新3 股权质押反担保模式

动酷数码公司是注册在上海张江高科技园区的一家以长篇原创动画制作为主业的企业，制作了近2700分钟原创动画片，与央视和迪士尼等有长期合作。几年前，该公司拟拓展市场，但因缺钱而不敢签约。谈了多家银行，都因缺乏有效实物资产和稳定的销售收入而得不到贷款。

后来，该公司得到了银行为其全新设计

的“合同质押+股权对赌+股东保证”的创新担保方案，同时根据其未来合同收款期设计了分批放款的提款模式，既降低了融资成本，又有效地规避了贷款风险。最终，担保方成功说服银行，同意给动酷数码公司100万元的授信额度和贷款。经过近4年的扶持，如今该公司的现金流已实现平衡。

上海联泉智能科技有限公司则是一家集数据采集、数据展示、数据报警、数据分析、数据决策于一体的高科技型企业。其针对企业类客户，满足客户个性化需

求，致力于为客户提供基于云平台的污水、空气、能耗和生产数据等一系列数据监测信息化解决方案，是一家典型的高新技术企业。虽然技术很“高端”，企业资质却是短板，处于初创期的该公司，急需流动资金以满足后续业务的加速扩张。对这类有突出优势、成长潜力较大的企业，上海几家金融机构通过公司股权质押、实际控制人连带担保建立起有效的风险防范措施，最终为这家新公司下放200万元银行贷款。

## 创新4 实际控制人保证反担保模式

上海点题文化传播有限公司是由媒体资深从业人员发起成立的一家民营节目制作公司，公司与上海广播电视台融媒体中心签约制作大型综艺类节目《带路

走天涯》，该栏目是国内首档与“一带一路”概念紧密结合的旅游创业节目。在节目制作完成播出前夕，点题文化却面临着资金周转上的临时短缺。最后，基于该公司实际控制人是资深媒体人，又身为上海广播电视台电视新闻中心独立制片人，上海银行业为其量身定做了“以实际控制人及栏

目导演两个核心个人作为融资基础担保方式”的反担保方案。在银行无法直接贷款的情况下，借助直属中共上海市委宣传部和上海精文投资有限公司的文化金融普惠联盟，联合滨江小贷公司成功地为该企业融资600万元，此后，《带路走天涯》节目在上海电视台新闻综合频道顺利播出。

## 业界视角

上海东方惠金融资担保有限公司(以下简称“惠金担保”)是上述创新融资案例的参与甚至主控方。其总经理胡建东说，惠金担保这些年来坚持在解决“小微企业融资难融资贵”上探索，其创新举措在某种程度上印证着上海的创新步伐。

胡建东介绍，截至2018年末，惠金担保已累计为609户小微企业担保764笔、累计26.9亿元(平均单笔352万元、单户442万元)，注册资金加权放大27倍，文创企业占比70%。其中不乏成功在创业板、新三板上市的公司。究其秘诀，惠金担保拥有一套明确的经营理念——风险控制为先，优先追求社会效益，其次兼顾经济效益。市场化运作是其控制风险的有效手段，惠金担保不仅引进具有资深银行、典当等金融、准金融行业中熟悉小微企业信贷、风控筛选和不良资产处置经验的人才，针对小微企业融资时的效率性需求、融资方案普遍非标准化的特点，在传统银行制度的基础上进行优化。

惠金担保是由上海市委宣传部和浦东新区人民政府共同发起成立的上海市东方惠金文化产业投资资金的组成部分，也是上海市委宣传部和浦东新区人民政府探索以市场化方式为文创企业提供投

融资服务的公共金融平台。

为什么要设立这样一个公司？其宗旨就是发挥放大和引领效应，助力文创产业加速发展。前段时间举办的民营企业座谈会，重点之一就是解决民营企业“融资难、融资贵”问题，全国各地纷纷响应，上海也出台了《关于全面提升民营经济活力大力促进民营经济健康发展的若干意见》。

胡建东说，担保公司生存的基础是“控制风险”，确保自身的资金安全，跟众多国

有银行的宗旨一致。中小微企业由于兼具生产规模小、竞争能力弱、寿命周期短等复杂多样的“先天不足”，加上财务不规范，没有符合金融界要求的抵(质)押物品或其他担保品，所以，对金融行业而言，对中小微企业的融资是“高风险”业务。但作为一家国有担保公司，惠金担保在行业淘汰率高达70%的情况下，依然保持着健康运作。在他看来，文化产业在国民经济中的崛起，必然会带动文化金融的定向突破。



破解中小微企业融资困局，需要银行业业务联动和风险分担。

## 894亿元

图书零售市场码洋规模

2019年1月开卷发布中国图书零售市场数据显示，2018年图书零售市场码洋规模894亿元，规模进一步提升，同比增加11.4%，网店、实体店分别为573亿元、321亿元，前者增加24.7%，后者减少6.69%。网店渠道自2008年崛起后保持快速增长，但网上书店折扣率较高平均达到六二折，若剔除折扣部分，网店渠道实际销售为355亿元，与实体店差距缩小。2018年整体图书零售市场动销194万种，其中新品20.3万种，新书继续小幅收缩，且对整体市场贡献减弱；老书在市场中占比码洋比重进一步提升，如新经典推出的《解忧杂货店》《百年孤独》《平凡的世界》位居2018年开卷虚构图书畅销榜Top10。

## 一、二、三线

影院扩张主力地区

一、二、三线城市仍是影院扩张的主力地区，银幕增速高于四、五线城市。由此导致一、二、三线城市银幕的快速扩张带来稀释效应明显，新增影城对存量影城的票房形成严重分流，单银幕产出水平持续下滑，这一趋势在2018年并未改变。2018年一、二、三线城市单银幕产出分别为182.0万元、118.7万元和94.9万元，同比分别下滑14.5%、12.0%和10.8%；与此形成对比的是，由于四、五线城市银幕增速大幅放缓，且票房仍保持较高增速，整体单银幕产出及上座率企稳。2018年，四、五线城市单银幕产出分别为67.1万元和55万元，超过2015年和2016年的水平，且与2017年基本持平。2018年退出市场的影院数量进一步增加，关停影城主要集中在二、四、五线城市。

## -1.453亿元

猫眼娱乐归母净利润亏损

证券公司对上市新贵猫眼娱乐的财务分析显示，2018年猫眼娱乐收入维持高速增长。最新财务数据表明，2018年M1-11公司实现收入35亿元，经营亏损1.177亿元，亏损金额较Q1-3有所收窄，预计2018年全年归母净利润(归属于母公司所有者的净利润)亏损1.453亿元。利润亏损主要由于用户激励金额如票补等仍在高位。同时，2018年猫眼娱乐维持在线电影票务龙头地位，各渠道合计平均月活跃用户数为1.346亿人，同比增长85%。

## “90后”

短视频主要使用人群

艾瑞-YOKA时尚联合白皮书致力于研究“90后”的时尚生活形态，总结出：“90后”为短视频主要使用人群。随之带动的商业模式是社交与电商融合加深，用户购买路径大大缩短，“内容+电商”的模式受追捧。“90后”对时尚消费品的购买更频繁，时尚消费潜力巨大，超过六成的“90后”每天浏览时尚资讯。

## 20%

楼宇广告花费增长

昨日，央视市场研究股份有限公司发布了2018年中国广告市场数据。2018年全年广告市场高开低走，最终全年呈现出小幅增长2.9%的态势。传统广告刊例花费再次出现小幅下滑，但广告逆势上涨5.9%；楼宇广告刊例花费增速高达20%以上；影院视频增速达18.8%。

## 19%

在线视频使用时长占比

在线视频是重要的流量入口；在线视频是除社交以外的使用时长占比第二大的APP类型，用户使用时长占比高达19%(微信的使用时长占比约28%)。正是由于在线视频的战略意义非常重要，所以成为互联网巨头必争之流量入口。龙头竞争格局持续焦灼，爱奇艺和腾讯视频难分伯仲，稳坐头部两把交椅，优酷略逊一筹，但仍保持在第一梯队。爱奇艺在2018年底成功发行可转债7.5亿美元，超额认购，融资能力较强，利好其在2019年会员发展上做持续的内容投入。行业第四芒果TV由于特色综艺定位精准，也获得了快速的发展。

## 105%

中国游戏产业亚太市场增长率

中国游戏产业2018年下半年收入增长有限，但中国发行商以出海方式实现收入增长提速，如亚太市场实现105%的增长，欧洲、中东及非洲实现90%的增长。目前能进入App Annie(应用分析和应用市场数据的行业标准)的“中国App发行商出海收入榜”TOP30的游戏公司除了头部的腾讯、网易之外，还有如游族网络、昆仑游戏、友塔游戏、IGG(全球电子互动娱乐媒体公司)、三七互娱、乐元素、宝通科技的易幻网络(《食之契约》《三国群英传》)等。虽游戏整体行业增速受头部集中、版号、创新、流量成本等因素制约，但仍保持增速。

(颜庄 整理 张海宁 制图)