

瞭望台

数说

金融生态体系建构、要素市场创新、信用评级破题

2019北京文化金融新趋势

□□ 萧盈盈

2019年上半年,北京在金融扶持文化产业方面做了很多探索和创新,其中有些举措对全国文创产业发展起到了深远影响和带动作用。从目前来看,北京文化金融出现了一些新的发展趋势。

文化金融生态体系的建构

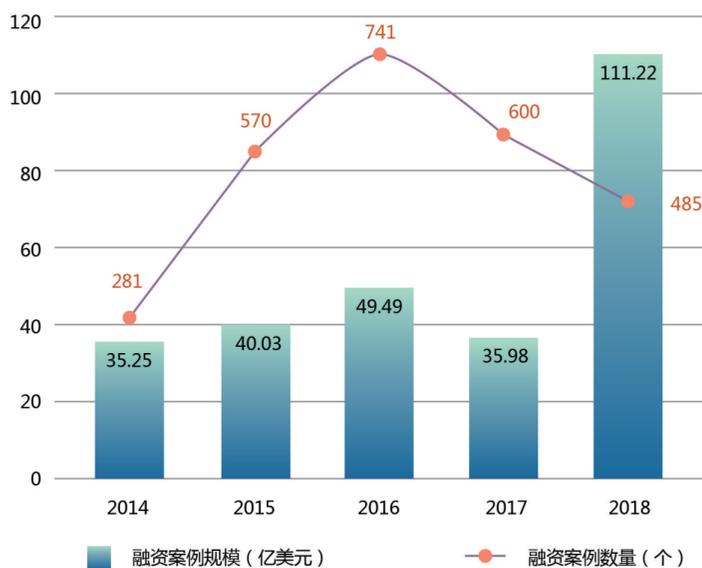
北京文化金融的发展,经历了由债权融资体系、股权融资体系到生态式产业融资体系3个发展阶段。由于某些原因,北京的文化金融体系在相当长一段时间内以商业银行为主导,尤其是北京市的政策性银行北京银行在扶持文化产业方面发挥了不可或缺的作用,这一时期的标志便是以商业银行为主导、大额授信、版权质押贷款等为特色的北京文化金融中介服务平台。但文化产业的发展,其金融扶持动力不可能仅由银行、担保、保险等构成债权融资体系支撑。很快,北京文化金融中专业的股权投资机构、国有及市场化文化产业投资基金便成为重要力量,推动整个文化金融体系朝着股权投资融资为主的方向发展,这一时期的标志便是“投资奖”联动机制的推出。

从某种程度上说,政府相关部门仍然是推动北京文化金融发展的主要力量,随着相关部门对文化金融内在发展规律及趋势的科学把握,目前北京正在朝着构建以“投资奖”联动、多层次文化产业资本市场、文化产业园区运营等重点产业投融资工具创新、上市辅导及重点企业孵化等为环节的多层次、生态式文化金融体系。相关关注的重点也由监管到整个大文化金融生态体系的建构。

股权投资工具的要素及现金流创新

当前阶段,以银行为主的债权融资机构和以文化产业基金为主的股权投资机构逐渐融合。虽然市场披露的债权融资数量较多,但占有更大份额的仍然是股权融资。现在全产业性以及具体行业的产业投资基金已遍地开花,许多债权投资机构本身及联合其他机构,也开始成立相关的文化产业股权

2014年至2018年文化传媒行业VC/PE融资情况



(数据来源:投中研究院 制图:张海宁)

投资基金。

过去传统的影视产业投资名气虽大却运营能力不足,只重视资本和流量收割,这一模式正在被市场抛弃。取而代之的,便是以真正的产业投资为特色的投资业态。这一新业态注重股权投资工具的要素及现金流创新,其以产业链的资本增值而非单纯资本市场的投机性增值为目标,更好地平衡财务价值与产业价值,将投资运营的重点转向打造长期的、为投资者与相关利害关系人共同享有的最大限度的股权溢价,也就是投资者价值。

以影视产业新投融资模式为例,现在以发行、营销作为投资入股的方式越来越多,在获得一部分现金流量以满足影视产业链专业环节服务公司日常经营需要的前提下,他们更多开始关注长期的股权投资收益。而电影制作公司也因此有机会减轻巨额的制作、宣发成本,而将精力集中于自己擅长的核心环节。甚至一些知名编剧也开始涉足股权投资,参与产业链收益的分配。在此情况下创

意、制作、院线、售票平台、宣发、营销等各个相关方利益共享,风险共担的产业链协作投资模式日益形成,对以影视产业为代表的文化产业发展具有深远影响。

文化类无形资产评估及信用评级体系建设日益融合

文化产业的核心资产是以版权为代表的文化类无形资产,其价值评估关系多方利益,更关系着文化产业的长远发展,因此近年来一直为各方普遍关注。从根本上来说,推动我国文化金融体系的深入发展,促进文化产业融资难题的破解,需要解决文化类无形资产评估以及文化企业信用评级体系的问题。文化类无形资产是文化产业的微观市场标的,而文化企业则是文化产业发展的市场主体,这两个问题的核心具有同质性,那就是解决其在资本市场上的定价问题,只有解决了这个问题,文化产业在投融资领域才能获得足够的标准性及流动性,文化金融

才能最终破题。

在股权融资方面,种子基金、私募、天使基金等投资工具层出不穷,同时,融资租赁、担保、版权交易、保险公司等不同金融机构也发挥着重要作用。笔者认为,打造债权融资体系与股权融资体系通用的,适合于不同类型、不同阶段、不同行业的文化企业,并能与文化产业基金、商业银行、融资租赁公司、担保公司等标准信用评级体系,将是打造完善、高效的文化金融生态系统的重要基础环节,在此基础上,推动以政策性文化金融体系为主导,市场化文化金融体系为辅助的,包括投融资大数据和产业大数据在内的文化金融数据系统的建设完善,从而建构一个强大、多元、高效的文化金融体系。

文化产业并购手段的战略工具化

2018年,中评协发布《企业并购投资价值评估指导意见(征求意见稿)》中提出投资价值。而近年来文化企业并购日益成为热点,也正是因为文化企业及相关投资机构越来越关注文化企业的核心资源价值,这体现为两方面:一方面为表内资产价值,包括版权、商标权、专利权等无形资产及其他经营资产价值,另一方面,强大的合作伙伴、具有竞争力的创意、良好的客户关系、管理经验、核心技术等,构成了独特的价值链条。随着文化产业竞争从单个甚至组合的文化产品及服务竞争,发展到整个产业链的价值竞争,文化金融及文化资本的触角也开始向生态式的投融资工具创新发展,而着眼于稀缺文化资源、独特的产业组合争夺优质产业资源的并购,逐步成为文化企业市场竞争的一种战略工具,被日益广泛及深入应用。

虽然由于政策收紧等因素,2018年我国文化产业并购市场出现收缩,但文化产业的长期发展对于优质产业资源的需求居高不下,文化企业之间产业链竞争的日益加剧,必将带来今后文化产业并购市场的井喷。据投中网相关数据显示,2018年在全年文化传媒行业VC/PE融资案例下滑的情况下,战略投资者却相对活跃,2018年整体融资规模达到5年来最高值,超过110亿美元。

【作者系佩森苑尔创意投资管理(北京)有限公司总裁助理】

芝麻开门

融资租赁,文化普惠金融的差异化补充

编者按:融资租赁业务是指出租人根据承租人对出卖人和租赁物的选择,向出卖人购买租赁物,提供给承租人使用,承租人支付租金的交易活动。到2018年末,融资租赁、商业保理、典当行等六类机构的监管体制基本确立,在融资租赁政策、监管有序的引领下,成为中小微企业有力的融资补充手段。

□□ 王邦飞 蓝子淇

为解决文化产业投、融之间的信息不对称问题,提供更加专业、高效的融资租赁服务,在北京市文创产业“投资奖”政策引导下,北京市文化科技融资租赁股份有限公司(以下简称“北京文科租赁”)于2017年11月创建了北京市文创金融网络服务平台(以下简称“文创金服平台”),通过互联网平台运作模式集成社会资本,成功拓宽了文化资产融资租赁的交易空间。

文创金服平台自上线以来,已引入160余家具有文创特色服务的银行、证券公司、融资租赁等各类专业化机构,聚集文化产业企业4000余家。为进一步促进平台项目与金融资源的有效对接,北京文科租赁针对文化企业小规模、轻资产的特点,以文化企业在平台成功融资及申报奖励的行为数据为基础,建立了文创企业信用评级体系,为文化企业再融资提供增信担保。同时,通过平台认证的资产评估机构对文化无形资产的价值进行测算评估,项目逾期率始终控制在较低水平。

北京文科租赁与北京中小企业信用再担保

有限公司、北京国华人创融资担保有限公司联合北京市文创金服平台共同推出了满足北京市中小微企业融资需求的系列租赁服务产品。

据不完全统计,2018年文化产业企业以设备等有形资产为标的物的融资租赁交易共3笔,以专利权、软件著作权、剧本著作权售后回租方式开展无形资产融资租赁交易共8笔,且其中7笔交易出租人为北京文科租赁及其旗下控股公司。

其中主要产品之一为“保租通”。它为北京市登记注册的,且有独立稳定经营场所的合法文化企业提供专业化融资租赁服务。根据企业所处成长阶段,企业核心产品是否取得订单或是否形成利润等具体分设“创业租”“创意租”两类产品,对于在文创金服平台注册,获北京市文创主管部门、文创金服合作推荐机构或合作园区推荐的文化企业有优先审核权。成功融资的企业可享受低于市场水平的政策性利率,且可通过文创金服享受北京市文化创意产业“投资奖”联动体系融资租赁“贴租”等政策支持,可获得最长期限不超过2年、最高额度不超过200万元的融资支持。

其二为“速租通”。根据企业是否获得过北京市文办办专项奖励,是否在1年内获批银

行贷款分设“奖励类”“银贷类”两类产品。产品具有成本优惠、放款效率高的特点。其中,“奖励类”产品主要服务于获得过2015年、2016年度北京市文化创意产业发展专项资金,以及2017年度北京市文化创意产业“投资奖”支持资金的北京市中小微企业,原则上单户融资期限不超过1年,融资额度不超过100万元,融资利率为利率基准下浮5%加1%手续费,到期后一次性还本付息。

2018年发生的文化企业无形资产融资租赁案例,从标的物上可分为几类。

一是以专利权为标的融资租赁案例。2018年5月,湖北凯乐科技股份有限公司以公司所拥有的部分专利权为租赁标的,分别向北京文科租赁和其控股公司江苏华东文化科技融资租赁有限公司以售后回租的方式融资1亿元,融资期限2年。

二是以软件著作权为标的融资租赁案例。2018年上半年,北京文科租赁分别向深圳市英唐智能控制股份有限公司、高伟达软件公司、北京天神互动科技有限公司、北京科蓝软件系统股份有限公司提供租期3年的软件著作权售后回租融资服务,融出金额合计5.8亿元。

三是以剧本著作权为标的融资租赁案例。2018年10月,北京京西文化旅游股份有限公司以持有的电影项目《封神三部曲》剧本著作权与北京文科租赁开展售后回租业务,成功融资2亿元。

到2018年末,全国共有融资租赁公司接近1万家,业内估算,融资租赁的资产总规模在6万亿元左右。

国内正立足创新发展,持续推动普惠金融供给侧改革,应当充分发挥六类机构的差异化补充作用。六类机构作为金融毛细血管,能够推广普惠金融服务,推进经济结构转型升级,化解金融风险,其中的小额贷款公司、典当行、融资租赁公司、商业保理公司通过各自独特业务模式和渠道,能够直接为实体经济提供融资。

行业应进一步创新普惠金融服务体系,引导金融机构创新普惠金融产品供给体系,根据各类普惠金融客户的特点和需求,创新业务模式和营销渠道,着眼于全生命周期和产业链上下游金融需求,将普惠金融服务的内涵从融资扩展到综合金融服务,助力产业升级。

【文章节选自《中国文化金融发展报告(2019)》】

3.03%

——8月12日科创板个股平均涨幅

8月12日科创板个股表现较好,截至收盘,仅有两支个股出现下跌,其余全部收涨,所有个股平均涨幅为3.03%。涨幅前5支个股分别为:沃尔德(14.48%)、铂力特(7.17%)、瀚川智能(5.84%)、中微公司(5.61%)和嘉元科技(5.53%)。8月12日,25家科创板企业平均成交额为9.75亿元,平均换手率为37.43%。

三年

——人民网三年规划纲要

人民网日前公布了深度融合发展三年规划纲要,将推进“一二三四”发展战略:瞄准智能化方向,坚持内容一个主业;以技术和资本双轮驱动,孵化产业、积累数据,形成“两”翼;打造人民视频、党建云、领导留言板“三”大移动端产品;建设内容原创、内容运营、内容风控和内容聚合“四”个层次的内容业务体系。人民网将不断巩固中央重点新闻网站“龙头”地位,强化互联网内容风控“龙头”地位,逐步发展成内容科技领军企业。

下滑8.8%

——上半年中国广告市场

上半年中国广告市场整体下滑8.8%,传统媒体均呈现跌幅,生活圈媒体同比上涨放缓。据印度最大的移动广告公司因莫比(InMobi)数据显示,中国视频广告支出占比从2017年的6%上升到2018年的12%,视频广告已成为移动端“流量之王”;据公正数据(Gozendata)显示,2019年4月在智能电视的人均使用时长上,“直播”内容仅占21.1%,而“点播”内容占据62.7%。前瞻数据显示,2017年OTT广告规模为23亿元,预计2020年将达到307亿元,同比增长137.98%。

低于1亿元

——近九成的国产动画电影票房

相关数据显示,近九成的国产动画电影票房都低于1亿元,动画电影市场仅靠几个头部爆款支撑。国产动画正从“面向少儿”走向“面向全年龄段”。2018年我国动漫用户规模3.46亿人,而且还在以12.3%的速度增长。20岁至29岁的有付费意愿和消费能力群体在动画电影占比超过50%,在网络动画中占比超过40%。

下降12.20%

——7月国内电影市场票房同比

猫眼APP数据显示,2019年7月,国内电影市场票房为57.06亿元,同比下降12.20%。单月观影人次1.61亿,同比下降18.7%;单月电影票均价35.4元,同比上涨7.9%;单月上映影片数量34部,同比上升9.7%。

1140.2亿元

——1月至6月游戏市场销售收入

近日,据中国音数协游戏工委(GPC)联合国际数据公司(IDC)发布的《2019年1—6月中国游戏产业报告》,显示2019年1月至6月中国游戏市场实际销售收入1140.2亿元,同比增长8.6%;据移动应用数据分析公司Sensor Tower,腾讯游戏2019年7月份收入同比增长39%;完美世界发布半年报,公司2019年上半年实现归母净利润10.2亿元,同比增长30.50%,超出市场预期。

5G+Cloud

近期,“5G+云游戏”概念的关注度持续提升。从近期中国国际数码互动娱乐展览会的参展情况来看,硬件厂商及云服务提供商开始陆续展示云游戏相关产品。未来,云游戏将带来游戏载体的变革,一旦终端不再受限制,主机游戏、PC游戏、网页游戏、手机游戏将会同台竞技,画面表现力的升级可能会成为玩家关注的重点之一。

(肖雷雷 整理)