众筹融资支持小微文化创意企业发展的思路探讨

王阿娜

(华侨大学 厦门工学院,福建 厦门 361021)

[摘要] 文化创意产业是经济发展的新引擎。在文化创意产业中,小微文化创意企业是其主力军。但由于企业实力有限、抵押品缺乏以及行业风险高等原因,小微文化创意企业融资渠道不畅通,限制了其发展。众筹融资开放灵活、门槛低、平台资源丰富,是小微文化创意企业融资的有效方式。文章从政府、融资平台和企业三个层面提出了众筹融资支持小微文化创意企业发展的思路。

[关键词] 众筹融资; 小微文化创意企业; 发展思路

[中图分类号] F832.4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2014)05-0057-05

自从英国政府1998年正式提出“创意经济”的概念以来,发达国家和地区提出了创意立国或以创意为基础的经济发展模式,发展创意产业已经被发达国家或地区提到了发展的战略层面。它是后工业时代文化、创意、科技及经济诸多要素高度融合的产物,对拉动经济增长,促进社会发展的作用越来越明显。我国政府十分重视文化创意产业的发展,在“十二五”规划中明确提出要加强文化创意产业在城市发展中的支柱地位。2012年2月文化部出台的《“十二五”时期文化产业倍增计划》中提出,在“十二五”期间,文化部门管理的文化产业增加值年平均增长速度要高于20%,2015年比2010年至少翻一番,实现倍增^[1]。文化创意产业将逐渐成为中国经济可持续发展的新动力。

目前,我国文化创意产业是一个新兴产业,处于萌芽发展阶段,需要有效的融资体系助力其发展。小微文化创意企业是产业中的主力军,探索有效的融资方式,满足其资金需求,有利于推进创意产业的健康持续发展。众筹融资开放灵活、门槛低、平台资源丰富,不仅能够为小微文化创意企业带来资金,而且能够促进创意项目与市场的对接,是一种有效的融资模式。

一 小微文化创意企业的特征和融资现状

(一) 小微文化创意企业的特征

文化创意产业的概念最早出现在1998年出台的《英国创意产业路径文件》中,该文件明确提出,

“所谓创意产业,就是指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发以创造潜在财富和就业机会的活动。”^[2]我国学者潘玉香提出,文化创意产业是指以创作创造创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群^[3]。相对于发达国家的创意文化产业而言,中国的文化创意产业刚刚起步,据抽样调查测算,目前我国小微文化企业的数量占到文化企业总数的80%以上^[4]。小微文化创意企业数量多、个体小,活跃在文化产业中市场竞争最为充分的领域,对人民群众多层次、多样化的精神文化需求把握敏锐,能够从市场变化中及时发现商机,创造创意产品、服务的模式与业态,形成自身的独特竞争优势。

从文化创意产业的定义看,小微文化创意企业以创新为灵魂和生存法则,具有灵活性强、增值空间大、风险性高等特征。首先,小微文化创意企业规模小,以创新人才为主体,团队创新活力大,决策效率高,发展机制灵活,适应性强。其次,小微文化创意企业以知识产权开发和交易为特征,位于价值链的高端,潜在增值空间大。如果能够有效地把知识产权、创意成果服务于产业价值链的中低端,融合第一产业、第二产业以及第三产业的资源,可以迅速地增加产品的价值和服务的价值,提升整个产业链的盈利水平。最后,小微文化创意企业风险性很强。大多数小微文化创意企业经济实力有限,经营风险和

财务风险高;以知识产权等“轻资产”为核心,具有一定的外部性,创意复制成本低;产品主要满足人们精神性需求,面临人们精神需求多变性、个性化的挑战。

(二)小微文化创意企业融资的现状

目前,文化创意产业的主要融资渠道有政策性贷款、商业银行贷款、上市融资、债券融资、信托融资、文化创意产业基金等,这些渠道都有比较严格的融资条件,适用于中大型文化创意企业的融资。多数小微文化企业在现阶段尚无在证券市场融资的条件,达不到新三板和创业板的上市资质。小微文化创意企业受融资手段与方式缺乏创新、质押担保物较少、政策激励机制不健全等因素的影响,商业银行出于对资产流动性、安全性的考虑,贷款条件比较严格,放贷数量很少。由于创意产业领域的投资在建设、创作、培养周期和成长周期方面都比较长,风险系数较高;此外,小微文化创意企业无形资产所占的比重较大,投资者对资金流向的监管比较复杂,收益也难以完全掌控,在市场中缺乏有效的退出机制等,这使得天使基金、风险投资等投资机制对小微文化创意企业热情不高。综上,小微文化创意企业目前主要通过亲朋好友资助、民间借贷等方式融资。

在我国科技创新经济结构调整和产业升级时期,文化创意产业融资模式必须转变为市场化多元化创新模式。探索适用于小微文化创意企业的融资模式,提高小微文化创意企业的融资效率,不断对融资活动进行规范和管理,这已成为小微文化创意企业持续健康发展的重要问题。众筹融资可以聚集社会上闲散的资金,利用民间资本激活文化创意,助力小微文化创意企业的发展,可以是一种有效的尝试。

二 众筹融资支持小微文化创意企业发展的优势

众筹融资(Crowdfunding)是一种创新型的科技融资新方式,是2009年发展起来的网络商业模式,它是指一群人通过互联网众筹融资平台为某个项目或者创意提供资金支持,项目发起者在融资平台上展示项目,项目支持者根据相关信息选择项目进行投资,投资者从融资者那里获得实物或者股权等回报方式^[5]。美国的Kickstarter网站是全球规模最大的众筹融资平台,也是众筹模式的起源,至今已发展成为包含艺术、电影、戏剧、出版等13类项目的融资平台。Kickstarter网站自2009年4月成立以来,截至2014年4月底,短短5年时间,成功募集到超过10亿美元的资金^[6,7]。根据美国研究机构Massolution的调查报告,2013年全球共有众筹平台超过

800个,价值总额已接近51亿美元,并且增长迅速,预计到2015年,全球的可用投资将达到930亿美元^[8]。国内的众筹模式也发展较快,近年来已出现了包括“点名时间”、“追梦网”、“天使汇”等多个股权和非股权众筹网络平台。

无论是国外还是国内,文化创意产业融资都是众筹商业平台起步的主要内容。作为美国众筹平台的第一巨头的Kickstarter,目前仍是以音乐、电影漫画等与文艺相关的项目为主。据统计,2012年,Kickstarter近30%筹资成功的项目都属于音乐类^[9]。国内情况也是如此,例如,截至2012年8月,在点名时间网站成功实施的项目当中,设计类有94个,影视类32个,音乐类18个,而科技类只有13个,从绝对数量来看,60%~70%的项目都可以归属于文化创意产业范畴^[9]。Hal Varian(2011)认为,众筹非常适合于那些创造知识产权的行业^[6]。

作为创新型的互联网金融融资模式,众筹融资在支持初创文化创意产业上具有独特的优势。

(一)激发创新,促进创意转化成生产力

众筹与文化具有渊源关系。众筹的雏形最早可追溯至18世纪,当时很多文艺作品都是依靠一种叫做订购(subscription)的方法完成的。例如,莫扎特、贝多芬采取这种方式来筹集资金,他们去找订购者,这些订购者给他们提供资金,当作品完成时,订购者会获得一本写有他们名字的书,或是协奏曲的乐谱副本,或者可以成为音乐会的首批听众。

互联网的技术特征和商业民主化进程决定了“草根”创新时代的到来,每个人(文艺科技人才等)都可以发挥自身的创新与研发能力,并借助社会资源把自己的创意变为现实的产品。众筹鼓励创意和创新,旨在为创业者提供资金资助。在众筹平台上,任何人都可以将自己的创业构想发给网站,经网站审核后发布,网友自愿给予资金支持,回报则是相应的产品或服务。众筹网站从成功项目中抽取一定比例的资金作为报酬。在海外,众筹模式都是以物品众筹的方式为主。每一位参与者并不是以获得经济回报为最终目的,其实质还是在于支持创意、创新,同时也包括了捐赠、互帮互助的思想。众筹融资的实质内涵使得众筹在美国等发达国家获得了迅速的发展,催生了无数的创意,是创意转化为现实生产行之有效的孵化器。在众筹融资中,文化创意类项目占据了半壁江山。例如,成立于2011年的追梦网是我国最早一批成立的众筹网站之一,目前追梦网的项目中像电影、音乐、动漫这样的文化类项目占到70%左右,其中影像、设计、出版等文化类项目的

筹资额度最为突出^[10]。

(二) 门槛低,方便小微企业融资

众筹这一融资模式之所以在美国迅速盛行,其中有一原因为后危机时代美国中小企业尤其是小微企业融资困难不断加剧。众筹融资的发展历程都与支持个人或小微企业创新性项目密切联系,专注于解决个人或小微企业投资、贷款、创业。众筹平台打破了传统融资模式和投融资对象的限制,项目发起人可以在众筹网站上发起融资项目,融资需求从几百元到几百万元不等,并设置不同的支持额度,供投资者选择。从全球范围内看,众筹模式正在成为个人或小微企业通过网络渠道进行低成本融资的草根渠道。这在当前小微文化创意企业的融资渠道不畅通、融资成本高的情况下为创业者提供了获取资金更便捷的可能性,可以很好地解决融资难问题。

(三) 灵活开放,迅速获得大众关注

文化创意产品主要是满足人们的精神需求,具有多样化、多层次、多方面等特征。小微文化创意企业缺乏的不只是资金,还有大众的关注、口碑和展示平台。作为大众化的融资模式,众筹还是一种有效的营销手段,能够促进小微企业的创意项目更加接近消费者的个性化需求,使产品更好地适应市场需要,更快打开市场。从项目产品上线融资的那一刻起,营销就开始了,无论成功与否,都能够得到重要的市场反馈。依托于互联网的开放性,投资者可以为好的创意项目集思广益、共担风险,共享收益,双方的互动拉近了生产者与消费者之间的距离,这种注重用户交流和体验的行为类似于大规模定制行为,极大地降低了产品的市场风险。众筹融资的平台效应是金融机构、风险投资等其他融资渠道难以达到的。

(四) 融资数量有限,吻合资金需求

融资数量要与资源需求相吻合,融资的效率才高。小微文化创意企业的资金需求量一般不大。以北京为例,四分之三的文化创意企业融资需求少于500万元,50%的企业融资需求集中在100万—200万元^[11]。上市融资、债券融资等成熟企业适用的融资方式对于它们来讲,并不合适,也不实际。众筹融资的规模往往很有限,这一特点与小微文化创意产业的融资需求相吻合。目前,国内各个众筹网站的融资数额从几千元到几十万元,有的到几百万元。

综上,众筹融资模式对支持小微文化创意企业发展具有独特优势,也取得了初步的进展。但由于众筹融资自身在中国的发展尚不成熟,众筹融资平台的定位过于多元化,既有文化创意产业的融资,也

有非文化创意产业的融资;既有数额比较大的支持中型企业的融资,也有数额较小的支持小微企业的融资。在涉及支持文化创意企业的发展上,存在支持手段单一,平台效应发挥不充分,产业链的资源整合效应不明显等缺点,对整个小微文化创意企业的整体带动效果不理想。

三 众筹融资支持小微文化创意企业发展的思路

企业在不同的发展阶段,融资需求和模式有区别。大中型的处于成熟期的文化创意企业的资金需求量大,投资风险较低,上市融资、发行债券融资等是可行的方式;中小型的处于发展阶段的文化创意企业,资金需求量较大,投资风险较高,金融机构、风险投资、文化创意基金是有效的融资方式;小微文化创意企业,资金需求量不大,投资风险很高,众筹融资能为其带来原始资金、大众关注和市场对接。

(一) 政府层面——推动众筹和小微创意企业融合发展

从2011年7月中国第一家众筹网站——点名时间成立起,众筹融资模式进入中国不到5年左右的时间,目前处于起步阶段。虽然一度出现蓬勃发展之势,但很快出现鱼龙混杂的局面,出现监管漏洞。众筹行业的进一步发展,需要整顿规范和适度监管。文化创意产业高风险性的特征使得其融资受限,发展受限,难以发挥创意产业的经济功能。对此,政府可以适当的介入,推进众筹融资和小微创意企业融合发展,以推动文化创意企业的发展为契机,规范众筹融资的发展;在规范引导众筹融资发展的同时,激发创新氛围,促进文化创意转化为生产力。

文化部、工业和信息化部、财政部2014年8月19日联合发文《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》,意见中提出要支持债券融资、小额贷款、股权投资、金融中介等为小微文化企业提供金融服务,拓宽小微文化企业的融资渠道^[12]。众筹融资平台属于金融中介的范畴,基于其在支持小微文化创意企业上的独特优势,可以把小微文化创意企业的金融服务确定为众筹融资的经营范围,并制定有针对性的监管措施。借助创意产业博览会、交易会、投资洽谈会等平台,宣传创意产业众筹融资模式,促进创意项目与众筹融资的对接。选择一些代表性的创意性众筹融资平台,作为众筹行业发展的典型,给予政策资金、税收优惠等方面的支持。通过优质创意项目的打造、活动宣传、媒体广告、讲座研讨等方式,让大众了解熟悉众筹运作模式和潜在风险,引导更多的文化创意人理智借助众筹平台展示项目,筹

集资金。

(二)平台层面——明确创意孵化平台的定位

众筹融资、风险投资、股票市场、债券市场等融资渠道各有特色、各具风险,适用于文化创意产业发展的不同阶段。目前,众筹融资在法律上和行业监管上,仍然有诸多不确定性,未来的政策走向扑朔迷离。但作为一种被国外实践成功的可行的商业模式,在结合中国国情,不脱离众筹精髓和实质精神的前提下,终会得到法律的保护而获得规范发展。有学者建议我国在部分地区进行试点,引导民间资本通过众筹方式为中小企业尤其是初创企业融资,同时,他还提出,根据众筹融资模式的特点,这种试点最适合在科技金融和文化金融领域进行^[7]。基于创新创意的本质,众筹融资的发展应立足众筹模式特征,在法律框架、行业监管、风险控制的范畴内,孵化创意,激活创意,促进创意转化为现实生产力,为小微创意企业的起步提供初步的金融支持和新产品推广服务。

Kickstarter是目前全球最大的众筹融资平台,该平台在收到创意项目的简要说明后,工作人员按指南对项目是否适合该平台进行评估,如果创意通过评估,工作人员将要求项目发起人对项目介绍进一步修改以适应市场的需求^[7]。众筹融资平台提供的不是单纯的筹资业务,还有其他的金融增值服务。可以组建专业性的文化创意项目辅导团队,鉴别项目的真实性、合法性、新颖性,提出市场化的修改建议,协助创意项目寻找资金、人才、市场等运作要素。鉴于一些网络非法集资引起的公众对众筹的不信任,众筹平台要建立风险管理体系,控制风险。可以委托信誉较高的银行等第三方收取和管理筹资金,降低支持者的信用风险。探索投资担保的模式,鼓励大型企业、知名企业家等为小微企业提供信誉担保,降低投资风险。

(三)企业层面——借助平台建立创意产业链关系

小微文化创意产业的最大特征就是高风险性,它的特征决定了文化创意产业效益的实现需要延伸产业链,也决定了其产业融资模式不同于其他产业融资模式。特别是小微文化创意企业的项目转化,不仅需要投入资金,更需要整合资源,从创意产品研发、科技创新制作、版权授权、衍生品生产及销售、成功创意产品的深度开发及新创意产品开发,逐步建立产业链关系,提升创意产业链整体盈利能力。

日本东京在动漫制作和衍生产品开发环节,已经形成了动画制作公司、衍生产品开发商和电视台

等主体共同投资、共担风险、共享收益的完善的投融资机制^[13],其实质是文化产业链的各环节紧密结合,以降低投资风险和融资难度。小微文化创意企业要借助众筹融资平台开放的社区,积极参与与公众互动,努力寻找项目转化的上下游企业。利用资源整合的思路为企业的发展壮大奠定基础,为进一步的数量更大的融资打好产业基础。为此,小微文化创意企业要从细微处入手,逐步取得公众的信任;客观展示创意项目的全貌,做好项目预算,确定合理的筹资额;坚定项目开发目标,严格实施项目计划。合理规划项目进展,定期发布项目实施情况;定期与支持者展开交流,有选择性地汲取大众的意见;确定切实可行的售后服务方式,保障支持者享有类似产品的售后服务,提高项目的信誉度,为下一步的筹资作铺垫。

[参考文献]

- [1] 应妮. 中国提出“十二五”文化产业增加值倍增计划 [EB/OL]. (2012-02-28) [2014-08-20]. <http://www.chinanews.com/cul/2012/02-28/3705681.shtml>.
- [2] 祝国平,王喜丹. 我国文化创意产业融资模式的问题与对策 [J]. 长春金融高等专科学校学报, 2013(1): 11-14.
- [3] 潘玉香,强殿英,魏亚平. 基于数据包络分析的文化创意产业融资模式及其效率研究 [J]. 中国软科学, 2014(3): 184-192.
- [4] 周玮. 文化部部长谈小微文化企业发展 [EB/OL]. (2014-08-19) [2014-08-20]. http://www.gov.cn/xinwen/2014-08/19/content_2737008.htm.
- [5] Mollick E. The dynamics of crowdfunding: Determinants of success and failure [J]. SSRN scholarly paper. Social Science Research Network, Rochester, NY, 2012.
- [6] 肖本华. 美国众筹融资模式的发展及对我国的启示 [J]. 南方金融, 2013(1): 52-56.
- [7] 李路. 众筹平台 Kickstarter 认捐总金额超 10 亿美元 [EB/OL]. (2013-03-03) [2014-08-01]. <http://tech.qq.com/a/20140303/021670.htm>.
- [8] 人民银行西安分行课题组. 众筹融资的发展与规范问题研究 [EB/OL]. (2013-12-16) [2014-08-02]. http://www.financialnews.com.cn/llqy/201312/t20131216_46502.html.
- [9] 范家琛. 众筹商业模式研究 [J]. 企业经济, 2013, (8): 72-75.
- [10] 纪爱玲. 众筹融资成文化小微企业重要融资模式 [EB/OL]. (2014-03-24) [2014-08-21]. http://paper.china-hightech.com/html/2014-03/24/content_6194.htm.
- [11] 安世绿. 文化创意企业融资需求特点及政策初探——基于北京市文化创意企业融资需求调研 [J].

中国金融,2010(3):82-83.

[12] 成琪. 三部委联合出台政策支持小微文化企业发展 [EB/OL]. (2014-08-19) [2014-08-20]. http://news.china.com.cn/live/2014-08/19/content_28258866.htm

mv.

[13] 徐丹丹,宋欣,张维昊. 国外城市发展文化创意产业的金融支持研究[J]. 首都经济贸易大学学报,2011(5):52-56.

The Research about Crowdfunding Supporting Small and Micro Culture Creative Enterprises

WANG A-na

(Xiamen Institute of Technology, Huaqiao University, Xiamen 361021, China)

Abstract: Nowadays the cultural creative industry has become the new engine for economic development, while the small and micro cultural creative enterprises are the main force of the industry. But because the'small and micro cultural creative enterprises are too small and lack of collateral, there is high risk in this industry, and the financing channel is not smooth, the enterprises' growth is limited. Crowdfunding is open and flexible with low threshold, and the platform resources are rich, which can become an effective financing way for small and micro cultural creative enterprises. This thesis will propose the development paths for the small and micro cultural creative enterprises through the government guiding, financing channel and enterprises' efforts.

Key words: crowdfunding; small and micro cultural creative enterprises; development path

外资吸引政策对国内企业技术进步的影响

国胜铁、钟廷勇在《经济学家》2014年第6期撰文认为,利用1998—2007年间中国工业企业数据库微观数据,对外资的技术溢出渠道如何在制度约束下影响国内企业技术进步所做的研究表明:无论是对私营企业的过度抑制或是对外资的鼓励,对国内企业技术进步的影响是不同的。首先,具有出口行为的企业在行业间的后向技术溢出效应为负,前向溢出效应也不显著;而完全内销企业的前向溢出效应显著为正表明,本土内销企业能够受益于外资供应商,因此FDI进入能够更大程度地促进内销企业技术进步。其次,当涉及到是否具有税收补贴时,主要区别也在于前向技术溢出,无税收补贴的企业能够受益于外资同行业和上游环节的技术溢出,但是下游环节的外资对其的影响却是负面的,而具有税收优惠的国内企业却不能受益于上游环节的技术溢出。原因在于,那些受到税收优惠的企业一般都属于国家扶持的产业,比如高科技产业,这些产业的外资对知识产权保护意识较强,因此,国内企业很难获得技术进步。最后,比较企业规模在国内企业技术吸收中扮演的角色会发现,那些规模较大的企业能够从同行业或行业间的外资中获得正向的技术溢出效应,而规模较小的企业却不能,原因在于大中型企业具有较强的资金实力和技术基础,有能力从外资企业获得所需人才,而具凭借其市场地位可以从上下游外资获得技术培训,而这些是小企业不能办到的。