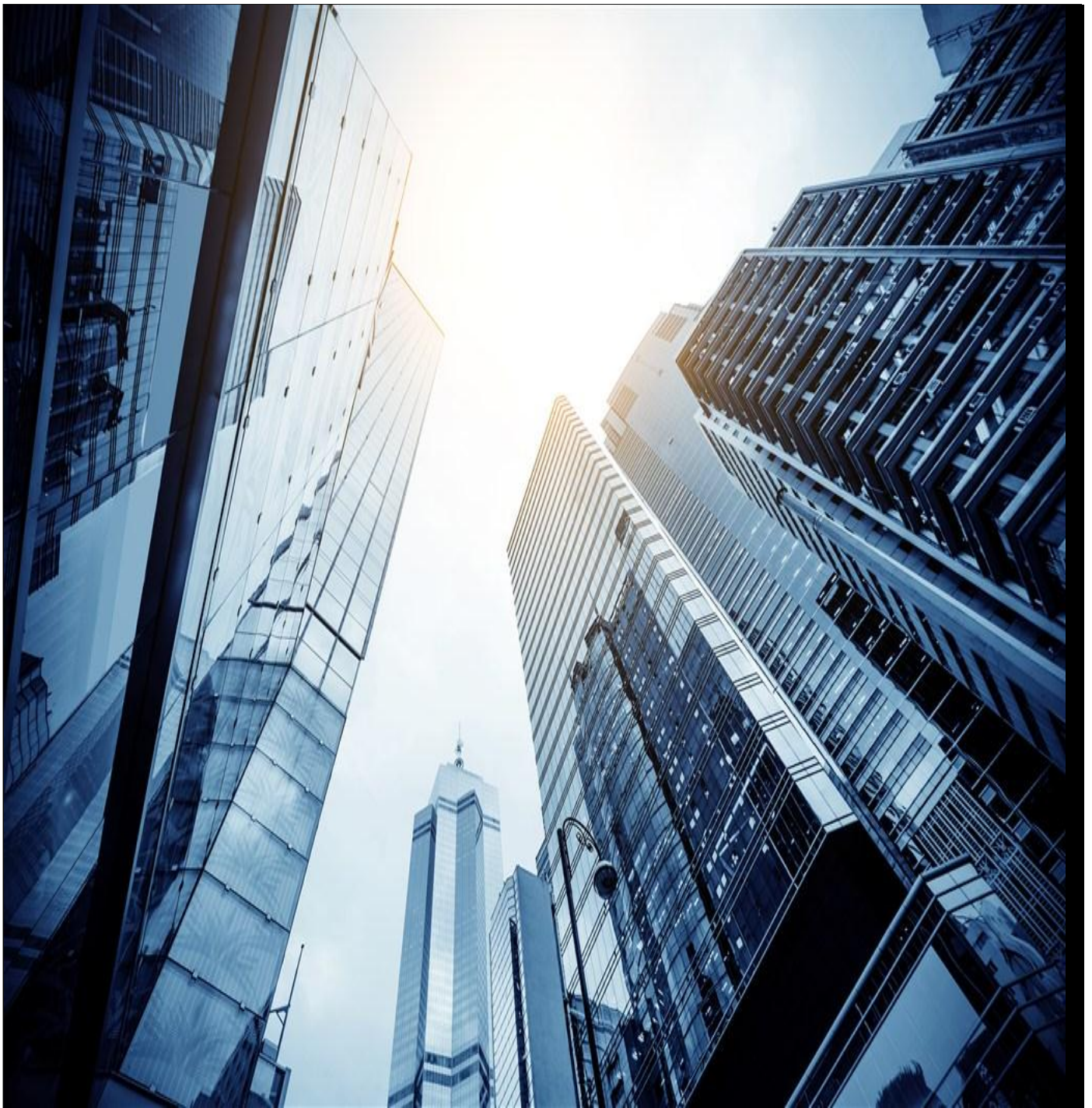




《中国文化金融发展报告 2018》发布

暨文化金融规范与创新研讨会

国家金融与发展实验室

2018 年 6 月 7 日

《中国文化金融发展报告 2018》发布

暨文化金融规范与创新研讨会

陈能军：

非常感谢此次参与到蓝皮书的编撰工作，也非常感谢杨老师、金老师提供这么好的机会让我参与会议。我是从中国人民大学经济学院博士毕业后就到深圳大学文化产业研究院做理论经济学博士后的（制度创新与文化创意产业方向）。深圳的文化创意产业十分发达，深圳的创新实践意识非常强。我觉得深圳是一个能把理论更好付诸实践的地方。我这几年主要围绕粤港澳区域文化产业的金融支持进行了相关的研究。

目前文化产业的分类很多，国家统计局今年对《文化及相关产业分类》的修订也起到了完善文化统计分类标准、提升统计服务水平的积极作用。我去年也对文化产业的相关数据进行了测算，按照 2016 年我国文化产业实现增加值 30254 亿元作为测算基数，把接下来四年（2017-2020）按照年均 GDP6.5% 的增幅作为测算基础，我计算的结果是，接下来四年文化产业增加值年均增速要达到 14.1% 以上，才能实现文化产业占比 5% 的 2020 年目标。而 2017 年统计局公布的数据我们看到文化产业的增速达到了 15.2%，因此，按照这样的发展趋

陈能军

深圳大学文化产业研究院

博士后

势，根据“十三五”规划的目标到时候文化产业成为我国支柱性产业应该是没问题的。

刚刚各位专家都从宏观上对文化金融的相关命题发表了真知灼见。我这几年主要就文化金融领域进行了一些微观的思考。在美国，文化产业就被说成版权产业。而在国内我们国家版权局对版权这部分每年都有报告，2016 年的报告数据显示，中国的版权产业规模达 5.5 万亿，占 GDP 比重达到 7% 以上，如果仅通过数据来看，版权产业的规模不是比文化产业大吗？而我认为主要是因为版权产业把计算机软件产业也纳入了统计范畴，这样来讲范围就扩大了一些。在今年蓝皮书的编撰过程中，我在撰写就版权金融这一部分时有一个想法，如果针对所有的文化创意产业来讨论，可能很难去做，难点之一就是无法获取全领域的相关数据和资料。后面就觉得可以就针对数字创意产业来展开，数字创意产业有一个定义，包括网络文学、动漫、影视、游戏、创意设计、VR、在线教育等七大类型，我们进一步聚焦到动漫产业这一细分领域来做，选择了广东省的两个动漫企业来展开分析：一是欢乐动漫，二是奥飞娱乐，通过对这两个企业的关注和分析，我觉得从版权方面来聚焦分析可能更有意义。

第一，我并不认为动漫企业设计了一个形象、制作了一部动漫产品，就能够去推广衍生品，就能够通过版权授权获得收益。版权授权快速推进的前提是动漫企业的形象和内容得到市场接受，拥有了良好的知名度才能可以去推进的。未来几年的文化产业融资过程并不轻松，不再是有点创意就有投资加入的年代了，经过那么多年的泡沫以后，现在市场也逐渐理性了，我们需要反思动漫企业的版权授权真的就能够这样推广得起来吗？显然面临的挑战很大。我们在调研中发现欢乐动漫有一个特色，他们不认为企业设计的动画形象一定要授权给

东莞、佛山的制造商，通过卖版权来赚钱。他们清醒地认识到这一点。因此，他们通过反向授权，就是说，他们是把动画形象放到制造业产品中，如文具、箱包、服饰、玩具上，企业协助制造商共同销售，设计好合作分成模式。从而形成了良好的市场反馈数据。我们确实认为一个动漫企业如果只是设计个形象，然后天天去推广、去授权，最终是无法维系企业运营的。现在反过来，把形象做好以后，再找制造企业合作，来共同推动企业的版权授权。因为有了市场销售数据来支持企业资产的评估，动漫企业就有了价值，逐渐动漫版权的意义也就体现了，这样也有助于解决我们现在说的文化产业难以评估的问题。通过市场的价值来评估动漫企业的价值，这是我针对文化金融微观方面想讲的第一个问题。

第二，像奥飞娱乐，也就是之前的奥飞动漫，我觉得这家企业真的成功在于转型成为了全产业链的动漫企业，或者说做成了综合化的文化娱乐集团。这家公司以生产销售玩具起家，经过 20 多年的发展，逐渐构建了动漫文化产业为核心的，包括内容创作、影视、游戏、媒体、消费品、主题业态等综合的文化娱乐上市企业。可以说，它是通过全产业链的版权价值来体现出了公司的价值。他有强大的播出渠道和地面商城渠道，它制作的各类动漫作品都能在各平台很好的播出，而相关的衍生产品的落地渠道一直是他之前的老本行。毕竟是做玩具起家，奥飞娱乐品牌知名度高、创新能力强，具有 20 多年的完善的营销网络及强大的玩具与动漫原创融合和推广的能力，金融投资机构看到这样的企业，觉得评估起来也较为规范和有所依据，觉得投资给这样的企业比没有产业链支撑的企业轻松得多。

以上两点是我通过实地调研和与两个企业的部门负责人多次交流得出的一些思考。

对于版权金融概念现在也逐渐开始有相关学者在提了，这个领域是非常值得去研究的领域。我觉得这个领域需要从经济学的角度给出一个边界，不能把这个概念放大到无穷大。因此我觉得版权金融至少有四个方面值得我们思考：第一，运作主体到底是谁？第二，运作方式是什么？第三，运作模式有哪些？第四，运作工具有哪些？首先是运作主体。到底是政府来引导？还是市场来驱动呢？还是结合来做呢？其次是运作内容。这里一方面是需要根据不同的文化产业类别来进行选择的，另一方面，就是到底是通过直接评估版权价值后再授权进行市场价值的开发，还是通过已有的市场价格反向评估版权价值。再次是运作模式。到底是通过股权模式还是通过债券模式呢？最后是运作工具。比如版权基金、众筹、融资租赁等，未来至少可以从上述几个方面去做一些思考，如果能从某个企业、某个行业挖掘出一些有意义的文化金融现象，可能会对文化金融的研究有较好的参考价值。

目前，我们针对文化金融的宏观研究，北京地区的专家已经做了很多优秀的成果了。在此基础上，能不能通过一些行业挖掘出较微观的研究，比如以数字创意产业为例，我们是不是可以围绕其中的一个行业，找出某些代表性企业来做微观的研究，做一些深入的有特色的案例研究，从而于丰富我们整个文化金融的研究内涵。同样值得我们深思。谢谢各位！

主持人 杨涛：

谢谢陈博士的分享！他和刘总一样，也是我们蓝皮书的副主编，除了完成自己负责部分的稿子，在整个统稿工作中也付出了很多的努力，为我们整本书的写作提供了大量的数据支持。