

首例动漫形象抵押贷款发放

动漫小企业融资可活用资本工具

一直以来，盈利模式不清晰，与金融市场上长期脱节，使得动漫企业无形资产抵押贷款成了难事。7月初，广州动漫形象“张小盒”拿到中国银行首笔以无形动漫形象为抵押的贷款，让长期备受融资难困扰的中小动漫企业看到一丝曙光。专家认为，中小动漫企业应善用资本工具，使企业获得更为宽裕的发展资金。



动漫形象也能抵押贷款

7月11日，动漫品牌“张小盒”创始人陈格雷长长地舒了口气，因为在这一天，经过长达半年多的努力，中国银行首例以“张小盒”无形动漫形象为抵押的贷款发放。

动漫企业抵押贷款并非新鲜事，但拿着动漫形象抵押贷款，这在国内还十分罕见。谈及这一次的“传奇”经历，陈格雷也认为这是一份惊喜。他向记者介绍，动漫品牌“张小盒”从去年开始就筹划拍摄动画片和动画电影，并且开始向市场投放相关衍生产品，但这一系列的规划都需要大量资金的支持保障。作为一个刚起步的小动漫企业，“张小盒”不得不面临融资难的困境。

就在陈格雷为“张小盒”融资问题奔波的时候，机会出现在眼前。在一次项目推介会上，中国银行对“张小盒”项目表示了浓厚的兴趣，并有意进行前期了解。半信半疑的陈格雷虽然认真地向银行介绍

了整体情况，但并未对贷款抱多大希望。没想到一个月后，中国银行再次打来电话，希望深入了解“张小盒”企业的情况，这让陈格雷也开始仔细考虑。

“我们当然希望贷到款，但之前银行给动漫企业贷款十分谨慎，因为我们没有多少可以抵押的东西，除非就是拿我们的动漫形象‘张小盒’。”陈格雷无意的一个想法却得到中国银行的认同，尽管之前银行从未有过先例，但还是决定探索一下无形动漫形象抵押贷款的可行性。为此，陈格雷对于“张小盒”的动漫形象做了一次全面的评估，评估后双方发现，张小盒的动漫形象已经具有了相当的影响力，其著作权和商标权拥有较高的商业价值。

“实际上，这一次贷款并不是单纯的无形动漫形象做抵押，而是以张小盒的作品著作权和商标权做了抵押的基础。”陈格雷表示，结果已经让他很满意了，“张小盒”用自己的形象，竟然也顺利融到一笔可观的发展资金。

担保机构发挥杠杆效应

“张小盒”融资成功引发业内的高度关注，如何利用资本工具让动漫企业获得宽裕的发展资金，成为更多动漫企业开始思考的问题。比起无形动漫形象抵押贷款，重庆享弘数字影视有限公司总经理张炼红早在5年前就开始关注如何通过担保公司为企业筹集发展资金的问题。

长期从事影视剧制作的张炼红在6年前开始进入动漫行业，并推出了“乐乐熊”动漫品牌，进行动画片制作、衍生品开发。然而烧钱的动漫产业让她不得不思考如何拓展融资渠道。据张炼红介绍，一次偶然的机会，她发现国家对于中小动漫企业通过担保公司抵押贷款有很大力度的政策扶持，但很多动漫企业因为长期贷款碰壁或者不了解担保公司运作流程，忽视了这一融资方式。抱着试一试的心态，张炼红开始尝试通过担保公司进行抵押贷款。

“刚开始并不是一帆风顺。”张炼红笑道，长期远

离金融市场使得担保公司和银行对于自己的企业抱有极其谨慎的态度，经过几次碰壁的经历后，张炼红专门在公司成立了一个团队，负责和各类担保公司、银行打交道，任务就是让金融机构在和自己企业多次的接触中，了解自己的实力和诚意。

功夫不负有心人，多次与金融机构的交流与沟通，最终让银行吃下了定心丸，张炼红第一次通过担保公司将乐乐熊的版权以抵押的方式获得了第一笔400万资金。

有了这次成功的经历，张炼红和担保机构、银行的合作更加顺畅，几年下来，张炼红已经陆续通过这种方式获得2000多万元资金，解决了困扰企业发展融资难的问题。“其实国家一直在拓展中小文化企业的融资渠道，只是很多企业没有仔细研究政策，不敢大胆尝试而已。”张炼红表示，只有让企业多和金融市场接触，才能寻找到最合适自己企业的融资方式。

专家观点

金融资本也需慎用

尽管“张小盒”和“乐乐熊”在融资方面的经验值得业内借鉴，但业内人士也提醒，要谨慎对待每一笔贷款，在使用资金的同时也要充分考虑到是否有足够能力偿还。对此，北京三浦灵狐动漫公司总经理陈功了感同身受。

早在2007年，陈功了就和交通银行达成协议，通过将三浦灵狐旗下动漫形象抵押来获取银行贷款。“当时银行准备贷给我200万元，正好可以弥补我投资动画电影的资金缺口。”陈功了表示，然而自己最终拒绝了这笔贷款。

谈及原因时，陈功了解释道，这笔为期一年的贷款的确可以解燃眉之急，但他当时清醒地意识到，正在投资动画电影的三浦灵狐至少要在两三年后才能产生盈利，短期内企业肯定无法偿还贷款，与其到时候拆东墙补西墙，干脆先不贷款。事实证明了陈功了判断的准确性，一年后他投资的动画电影项目被迫终结，投入的资金也有去无回。“因此，中小动漫企业要学会利用金融工具，但也要谨慎使用。”陈功了表示。

盈利模式成批贷关键

无论是“张小盒”还是“乐乐熊”，在他们成功获得贷款的过程中，最终让银行决定贷款的因素，仍然是动漫企业有清晰的盈利模式。

“银行最在乎的问题只有一个，就是企业到底靠什么赚钱来还贷款。”陈格雷分析道，“张小盒”的成功很大一部分原因在于，“张小盒”系列的多种出版物已经在市场上获取了良好的经济效益，并且能够持续稳定地创造收益，这就让“张小盒”的著作权和商标权有了抵押的价值。

张炼红则表示，清晰的盈利模式能够让银行更放心，哪怕动漫企业盈利的方式并非动漫本身。她解释，“乐乐熊”的盈利模式有很多种，其中之一就是通过在电视台播放“乐乐熊”的动画片来置换电视台的相关广告资源。尽

管动画本身不赚钱，但依靠经营广告时段，企业自身也可以产生盈利，这就是最大的保障。

优扬传媒电影业务总监胡宗京认为，“你总得让投资机构看到未来能够拿到回报的一个百分比吧”？在胡宗京看来，很多企业都没有一个清晰的盈利模式，没有一个明确的产品回报渠道；再加上公司实际运营能力差，经常出现有企业拿着做得特别好的样品换投资，然而这些获得的投资资金并未用到产品研发上来，这使得投资机构不得不小心谨慎。

IDG资本投资顾问有限公司副总裁李丰也明确表示，“动漫游戏企业有个好的内容，有良好的传播渠道，最重要的是有明确的变现回报方式，这将对是否获取投资机构青睐有决定性的意义”。

本报记者 陈杰/文
动漫企业官网/供图

资讯

《精卫传奇》将低价亮相人民大会堂

8月19日-20日，由中国木偶剧院倾力打造的《精卫传奇》大型儿童舞台剧将亮相人民大会堂。据悉，木偶剧院将把他们今年新创的《精卫传奇》打造成院里的经典保留剧目，在此之前，该剧已经在木偶城堡经历了观众们的验证。此次走进大会堂的大型演出，不仅将在原来的基础上增加更为炫目、逼真的舞台造景，更有震撼力的音乐音响，而且由具备专业素质的优秀演员演绎，剧情动人，其门票更是创下在人民大会堂上演的商业演出的最低价格100元。

记者获悉，即将搬上人民大会堂舞台的《精卫传奇》大型舞台剧，整场只售三档票价：100元、220元、280元（极少数VIP票除外），其中100元门票占了大多数。木偶剧院总经理赵永庄认为，北京有些演出的票价一直居高不下，但儿童剧显然要让家庭消费得起才能站住脚，演出业要做强靠的是规模经营。除去木偶城堡这个固有阵地外，木偶剧院是依靠品牌加盟、版权输出的运作来摊低成本赢得利润。

本报记者 郑洁

国内顶尖插画师为《佣兵天下》造势

近日，第三代网络游戏公司蓝港在线为其即将公测的大型Online Game《佣兵天下》举行插画艺术美术展，其CEO王峰表示，举行游戏插画展，不仅是为该游戏造势，也是因为这些插画的艺术分量够重，平时沉默在游戏背后的插画艺术家也借此机会走到大众台前。

据悉，《佣兵天下》是蓝港在线历时4年研发的一款大型奇幻战争题材网络游戏，研发总投入超过4000万元，由蓝港旗下规模最大的三栖人工作室担纲制作。三栖人工作室仅美术团队就达60人，是普通游戏美术团队的一倍。今年5月，王峰力邀苏海涛、刘冬子、小白、矩阵、诺亚、阿花、核深渊及透明人8位在国内外享有盛誉的插画师为游戏创作宣传插画，用艺术手法诠释游戏国际化、精品化的风格。据了解，目前该款游戏已经签约到欧洲、北美、中国港澳台、东南亚等40多个国家和地区。去年蓝港在线缔造的《西游记》创造了20万人同时在线的成绩，该公司宣传人员表示，他们有信心让《佣兵天下》刷出40万人在线的成绩。

本报记者 郑洁

“爱乐传习”8月起在国内六地巡演

8月7日-19日，一场名为“爱乐传习之复兴之光·纪念辛亥百年两岸四地青年音乐之旅”的巡演将在澳门、台北、上海、南京、武汉及北京六地巡演。在指挥家林大叶、廖国敏的率领下，澳门青年交响乐团将和中央音乐学院音乐教育系合唱团联袂演出。

这场为期13天的巡演，不仅为两岸四地青少年、新生代音乐家们创造了首次音乐交流的机会，更增添了几分对历史的追溯。辛亥革命凝聚着中华民族的情感和意志，巡演所到之城，正是曾见证先烈足迹的标志性城市。两位“80后”天才指挥家，将通过对作品的精妙解读，驾驭乐队的相得益彰，展现出超越年龄的艺术才能。

由北京中艺艺术基金会自2008年创办的“爱乐传习”公益音乐教育计划，已经连续三年成功策划和举办了各种形式的音乐普及教育活动，包括定期为大学生开设音乐实践课、音乐普及讲座；凭借庞大的演出资源在校园内为学生举办高水准的音乐赏析会和“与音乐大师面对面”的主题讲座。

本报记者 郑洁