

创意产业对接风险投资的问题与策略

陈 彬

(武汉理工大学,湖北 武汉 430070)

摘 要:作为当代城市发展与软实力竞争的重要形式,创意产业已经成为拉动我国大中型城市社会文化经济发展的新引擎。创意产业的发展和成熟,需要高度资本化的力量推动和循序渐进的市场培养。结合创意产业的产业特征和风险投资的特性,对两者对接中出现了的问题进行了探讨,并寻求了解决的路径。

关键词:创意产业; 风险投资

中图分类号:G124

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2008)07-0093-03

1 创意产业发展的现状

当今世界,文化与经济、政治的联系日益紧密,文化的地位和作用越来越突出,全球蜂起的创意产业,正是“在时代的高起点上推动文化内容形式、体制机制、传播手段创新,运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态,加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系的最具代表性的实践方式之一”。英国、美国、日本、韩国等国家的实践已经证明,一个国家(或地区)的创意产业的发展将有效促进该国(或该地区)竞争“软实力”的提升。正因为如此,发展创意产业成为了当代世界发达国家(或地区)发展和竞争的重要举措。

英国是世界上第一个以政策推动创意产业发展的国家,也是最早提出“创意产业”定义的国家。1997年布莱尔在当选首相后做的第一件事就是成立“创意产业工作组”,并亲自担任小组主席。布莱尔希望在英国失去制造业大国地位之后,创意产业能取代制造业,成为振兴英国经济的重要支柱。自1997年以来,创意产业一直以比英国经济增长高出一倍的速度发展,目前,创意产业已成为仅次于金融服务业的第二大产业。从国际上来看,英国、美国、澳大利亚、韩国、丹麦、荷兰、新加坡等国都是创意产业的典范国家,他们都有自己的发展特色,并产生了巨大的经济效益。约翰·霍金斯在《创意经济》一书中明确指出,全世界的创意经济每天创造220亿美元产值,并以5%的速度递增。在一些国家,增长的速度更快,美国达14%,英国为12%。

我国学界对创意产业尚无统一定义,在业界普遍认为创意产业是指源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发和运用,创造财富和就业潜力的产业。创意产业是与知识经济相适应的一种产业形式,主要包括广告、设计、

电视广播、数码娱乐、电影与录像、音乐、表演艺术、出版、软件及计算机服务、艺术品和古董及文物交易等行业。这种说法较为全面地反映了创意产业较传统产业所具有的新特性。

2 创意产业对接风险投资中的问题

实践证明,创意产业或文化创意产业往往是地区社会经济发展到一定阶段的选择,具有产业升级、发展模式创新的意义。我国的香港、台湾、北京、上海、深圳等地提出发展创意产业或文化创意产业,是一次产业发展模式调整和增长范式转变的尝试。这些地区通过打破原有第二、三产业的界限,实现了传统产业的升级,进而促进其向内生性经济增长方式的转变。由于创意产业是在过去的文化产业基础上发展起来的一种新产业形态,“是繁衍于知识经济体系的经济部门,是开放性与兼容性的共同体”。其与传统文化产业的天然联系以及对新消费模式的开放性,直接决定了现阶段我国创意产业发展形态的多样性和复杂性。创意产业的发展和成熟,需要高度资本化的力量推动和一个循序渐进的市场培养。创意产业的从业者很多都是大学生或者年轻的发明者,他们有良好的创意、敏锐的眼光,但是他们缺乏资金。因此,在创意初期,他们迫切需要种子资本和导入资本。同样,进入发展期的创意企业也需要更多的发展资本和风险并购资本。

创意产业与高科技密切结合,有着与网络密切相关的内容产品,这种内容产品的生产需要大量的资金。风险投资进入创意产业,体现了智力资本与物质资本共担风险、共同发展的双向价值诉求。

不同国家(或地区)在资源开发条件、技术革新阶段、政府参与程度、产业政策等方面不尽相同,风险投资的资本

构成形式、投资对象也不尽相同。我国的风险投资还处于起步阶段,尚未形成成熟的投资机制。这种不成熟性具体表现在:我国的风险投资中真正属于风险投资的太少,国内的风险投资制度还未真正建立,风险投资还未真正市场化,风险投资多数还是政府出资;风险投资的产业领域还相对局限,风险投资关注的多是低风险的传统项目;风险投资家缺乏对创意产业的认知和创意产业成长的判断经验,社会上也缺乏规范统一的中介评估机构。

3 创意产业对接风险投资的策略

3.1 以技术平台为起点,实现技术与内容的协同发展和创新

现阶段我国的风险投资大多集中在对技术平台的支持上,是一种技术型创业投资,关注的基本上是科技型中小企业,投资于高新技术领域的比例也明显高于国际水平。这种对科技型企业的偏好在一定程度上降低了投资的风险性,确切地说还不属于真正针对创意产业的投资。创意产业是具技术创新、内容创新和文化创新三位一体的新型产业,仅仅是技术平台的扩张和规模效应,并不必然地带来可持续发展的资本赢利模式。创意产业的核心价值是以个人创造力为中心的创意资本,内容是其最根本的增值点,最终只有通过打造创新性的内容平台才能获得最丰厚的投资回报。

事实上,风险资本一直在尝试突破传统的IT领域,探索一种介入内容创新领域的方式。2006年3月,IDG-Accel中国成长基金将1 000万风险资本注入音乐制作企业海蝶音乐集团,表明了其对内容创新领域的关注。而在此之前,IDG-Accel的投资对象基本集中于IT领域。实际上,对非TMT(科技、媒体、通讯)的关注是风险投资业的一次集体反思。但是即便如此,风险投资,特别是国内的风险投资,现在还没有实现投资的整体转型,依然侧重于技术平台而非内容平台。

因此,我国的风险投资必须在现有资源平台上实现科技与内容的协同发展,通过自身产业的发展吸引风险资本的注意力。在这方面,我们可以采用先构筑技术平台,再强化内容创新的发展路径,以技术为起点、内容产品为指向,技术反哺内容,从而促成产业链条的发展与完善。当这些企业经过孕育期进入成长期时,先对其非内容性的资产进行市场化的运作,借技术优势和实物资本吸引风险资本注入,然后把吸收的资本按比例投入到内容创意和内容生产领域,培养创意产品的消费市场,当内容创意和生产领域的市场化力量逐渐成熟并强大之后,分化出以内容产品为中心的、产权结构足够清晰的产业化组织,去吸引对产业链条有着更高要求的风投资本。这样的发展路径符合我国现阶段创意产业的发展实践,也符合风险投资与创意产业对接的价值规律。与纯粹的、依靠内容的创意产品相比,新的技术平台能够较快地确立盈利模式,进而说服风险资本的进入。

3.2 明确政府定位,建立适合创意产业特征的新兴资本市场

创意企业家总是不断地在创意生成的过程中寻找热点、利润和机会,通过对创意产品的重复开发和利用,广泛传播延伸产业链和价值链来实现利润的最大化,进而形成其赢利模式。而全球性传媒文化集团的经营实践表明,内容产品70%左右的利润来自全球化的传播和产业链的延伸、拓展。在我国传统文化产业的发展中,由于政策限制,国有机构占据了出版印刷、电视频道和电影院线等主要的渠道资源。这些渠道资源的垄断性经营,给大量涌现的创意内容产品的市场化传播和交易设置了壁垒。比如,占创意产业大多数的中小民营制作机构生产的动漫产品,就很难在正常的市场价格体系内进行交易传播。这样,内容创新活动被限制在产品阶段,无法形成从策划到生产,再到行销的完整产业价值链,成为了不能及时反哺内容的原创群体和生产制作群体。这直接影响了我国现阶段创意产品赢利模式的形成,也无法说服潜在的风险投资者相信创意产品所具有的市场价值。

因此,现阶段我们需要在明确政府定位的基础上,进一步突破资本形式和融资渠道的单一性,全面调动国内外资本市场、国内产权市场和它要素市场,建立适合创意产业特征的新兴资本市场,丰富投资品种,完善投资体系,进而扩展创意产品的营销渠道。政府在其中应扮演引导性角色,要拉动、吸引和利用多种资本要素进入市场。由政府配套的种子基金可以激活孕育期的创意企业,对风险投资具有一定的导向推动作用,增加投资者的安全感,促进民间资本、天使投资的后续进入。而当创意产业与风险投资的对接具备了较为成熟的配套机制时,政府应从直接的创业投资中撤出,致力于为创意企业搭建一个综合化的融资服务平台,引导和鼓励不同形式的金融机构和风险资本进入创意产业领域。大量不同形式的市场化投资资本介入文化创新活动和文化产品的商业化活动中,有助于突破原有以国有资本为主体的文化产业的限制,从源头激发创意经济的产生,促进我国创意产品营销的多元化发展,进一步整合产业价值链,最大限度地弥合创意产业投资、文化产品和文化市场之间的人为割裂。

3.3 天使投资与风险投资互补,多种资本形式共同推进

在创意产品完成的每一过程和创意企业发展的每一阶段,都有不同的资金需求。风险投资由于是一种制度化投资,它能够以私募方式吸引各方面的投资扩大资本规模,其单一项目的投资额有的可以达到几千万美元。

对于处于发展初期的创意产业来说,大部分中小型创意企业或是创意个人对资本的需求都是有限的,而此时,天使投资就成为一个很好的资本来源。天使投资是一种民间的、小型的、非正式的投融资方式,常常被视为非正式的风险投资业。现在,在美国约有30万天使投资人,其天使资本的规模接近1 000亿美元,是风险投资基金规模的两倍。而中国的天使投资起步较晚,但在2006年62亿元的创业投资中,大部分仍然属于天使投资。由于在投资规模上要小

于正式的风险投资,同时又是因为使用自有资金,所以天使投资具有自主决策权而避免了风险投资的双重代理问题。与风险投资相比,天使投资具有保密性强、灵活性强、较低的投资成本,融资速度快等优点,对处在创业初期的创意产品的多变的市场具有更强的适应性。因此,天使投资被视作“一个完美的资本来源”。当许多快速成长的创意企业因为缺少担保或对方认为风险过大而不能通过债权的方式筹集到足够资本的时候,天使投资却能为其提供权益性资本。对于那些因规模小、短期利润和动态成长性不佳的创意企业来说,天使投资的存在向其展示了融资的种种可能性。

3.4 结合多方力量,建立和完善创意产业测度评估机制

风险资本进入创意产业,首先必须克服众多的信息问题。由于创意产业通过“跨界”,促成了不同行业、不同领域的重组与合作。因此在创意产业的发展中,必定会出现更多的信息市场的空白和反应的滞后。这种空白与滞后性直接导致创业者和投资者之间产生巨大的信息缺口。从创意产业内部来看,这种信息缺口表现为以个体创造力为核心价值的创意资本、智力资本,正在取代传统的实物资产在创意企业价值中的地位。在这种资本结构中,创业者拥有的是很难进行价值评估的无形资产。而包括产品价值在内的信息因素正是风险资本评定企业的适应能力,并以此洞察企业发展能力的重要标准。对于风险投资者来说,并非没有意识到内容创新领域的增长率和成长规模的潜力,而是因为对资产价值评估的困难无形中提高了风险投资家对该项目的估计成本,增加了投资的风险,进而阻碍了风险资本的进入。

因此,目前迫切需要一套针对不同部类、不同发展周期及特点的、不断更新的评估机制。风险投资机构可与银行、担保公司和评估机构合作,建立创意企业的无形资产评价机制,对创意产品进行最大限度的价值量化,以降低风险资本进入创意产业的风险成本,从而保障风险资本进入的成功率。

3.5 发挥产业集群效应,促进创意产品规模效应的形成

创意产业的发展需要官、产、学、研、群共同努力,来打造创新、创意的氛围和环境。创意产业园区已被众多实践证明为培育创意产业成长与发展的有效途径。作为一种介于政府、市场与企业之间的新型社会经济组织和企业发展平台,它通过提供一系列新创企业发展所需的管理支持和资源网络,帮助创意产业成长。

2007年8月,全国26家创意产业园区组成了全国创意产业园区协作联盟,并发表了《全国文化创意产业园区(基地)协作联盟宣言》,再次证明了我国从政府到产业主体都已经认可了创意产业园作为发展创意产业的主要平台形

式。这对于创意企业获得风险投资也有着积极意义:一方面,创意产业园作为连接技术创新与风险喜好型投资家的最好平台,充当了为资本供需双方提供地域载体的角色。风险企业家需要了解企业的创意,评估项目,用法律和政策来保障彼此的权利和责任,而这些在创意产业园区的支持下能够顺利进行。另一方面,创意企业需要在园区内形成产业集群效应,利用产业互补效应促进彼此间的技术创新和市场拓展,吸引风险资本的注入。在没有大规模的资本作为经济引擎,或是创意产业集群尚未形成的时候,创意产业园利用地理的集聚和相对完善的园区服务,把创意企业同市场经济链接,机构、个人投资者通过这一网络联系到企业,而企业家则通过网络联系到资本来源,这弥补了现阶段创意产业投资机制的不成熟,有助于创意产业形成必要的规模效应和范围效应。而当创意产业园的风险投资活跃度达到一定程度的时候,经济学中所谓的“集群经济”也开始出现,相关产业链条上的其它创意企业、创意产品获得风险投资的可能性也增强了。

创意产业与风险投资的对接,对风险投资者来说,看重的是由内容、技术、市场和管理团队等资源整合起来而产生的赢利模式。而创意产业在通过资本市场为自己的创意产品寻找资金支持的同时,也检验了创意产品的成熟度,培养了创意企业的市场意识,保障了创意产业的健康发展。其最终目的是形成一个由风险资本家、风险投资家、创意企业以及各种平台性质的中介组织组成的高效运作的创意产业资本市场。换言之,创意产业与风险投资的对接,除了资本双方的满足以外,还实现了一种“良性循环”:风险投资进入创意产业的活动促进了风险资本的长期价值创造,而这一价值创造又反过来促进了创意经济的资本增值。

参考文献:

- [1] 张宽民.风险投资创业指南[M].北京:中国国际广播出版社,2000.
- [2] 本杰明,马古利斯.天使融资——如何筹集和投资于私人权益资本[M].北京:经济科学出版社,2002.
- [3] 李树成.风险投资主体法律制度研究[EB/OL].北大法律网,2006.
- [4] 王雅琛.美国激励高新技术发展的战略举措[J].全球科技经济瞭望,1999(3).
- [5] 金元浦.文化创意产业:创新型中国的战略选择[N].人民日报,2006-12-29.
- [6] 厉无畏.创意产业导论[M].上海:学林出版社,2006.
- [7] 王琳.我国创意产业发展的现状、问题及对策[J].理论探索,2007(5).

(责任编辑:胡俊健)