

互联网金融模式下文化中小企业的融资

金元浦, 欧阳神州

(中国人民大学 文化创意产业研究所, 北京 100086)

摘 要:互联网金融模式正在逐渐改变传统金融的运营模式与发展方式,进而渗透到投融资商业生态的诸多方面,并改变着金融格局与产业业态尤其是作为文化产业的发展活力之源的中小企业的融资生态。为改变传统金融模式下文化产业中小企业的融资环境提供了新思路:首先,强化文化企业的市场主体地位,激发潜在的文化市场活力。其次,依托互联网信息技术优势,完善融资的硬件设施。再次,培育文化产业互联网金融融资平台。最后,积极探索与文化产业相匹配的互联网融资模式。

关键词:互联网金融;文化产业;中小企业;融资生态;融资模式

中图分类号:G114 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-462X(2014)06-0086-05

近期“BAT”(百度、阿里巴巴、腾讯)的互联网金融大战引起了全国乃至全球的广泛关注,三大网络巨头开创了互联网金融的新时代。互联网金融模式正在改变传统金融的运营模式与发展方式,在云计算、移动支付、大数据等信息技术发展的背景下,准确捕捉、分析、把握人们的行为习惯、消费偏好、信用评价等信息,对文化创意产业投融资将产生重大影响。互联网金融信息公开透明,进入门槛低,交易成本低廉,对传统金融的业务经营与管理模式形成很大冲击,进而渗透到投融资商业生态的诸多方面,并改变着金融格局与产业业态,尤其是其草根性对中小企业的融资生态大有帮助。文化产业的发展活力很大程度上源于中小企业,文化产业自身的特质与中小企业的发展特点对融资有着特定的需求,互联网金融契合了两者的禀赋特质,为改变文化中小企业的融资环境提供了新的契机。

一、互联网金融的发展现状与机遇挑战

伴随着互联网的发展与产品形式的创新,互联网金融迅速发展,逐渐对传统金融的业务经营、市场结构与管理模式产生较大影响,并改变着金融市场格局。

收稿日期:2014-04-08

作者简介:金元浦(1951—),男,教授,博士生导师,从事文化产业、大众文化理论研究。

作为互联网和金融行业领域的结合体,互联网金融是依托数据挖掘技术、搜索引擎与云计算的后台智能技术、社交网络平台化应用、移动支付等网络信息技术的优势,融合互联网技术与互联网精神而产生的一种新型金融模式。在这种模式下,“开放、平等、协作、分享”的互联网精神渗透到金融业态中,金融逐渐走出金融精英分子的圈子趋向大众化,金融民主化与金融“脱媒”趋势进一步加强,“自金融”成为可能。

目前,互联网金融拥有庞大的网民群体资源与市场发展前景。据中国互联网络信息中心(CNNIC)第33次中国互联网络发展状况统计报告显示,截至2013年12月底,中国网民规模达到6.18亿,互联网普及率为45.8%,其中,手机网民规模达到5亿,年增长率为19.1%,保持着第一大上网终端的地位。

同时,整体即时通信用户规模在移动端的推动下提升至5.32亿,较2012年底增长6440万,使用率高达86.2%,其发展迅速的原因之一在于支付、金融、信息分享等应用极大增强了其用户黏性,使用网上支付的用户规模达到2.60亿,增长率为17.9%。从实际发展情况来看,近年来,互联网金融呈现爆发式发展的趋势,一些互联网金融的亮点事件代表了新型业态的活力与吸引力。如2013年12月20日百度百发理财计划开售,10亿元在3小时内被认购一空;截至2014年2月6日,余额宝的用户数超过6100万,春节前7天有

近 400 万人向余额宝存入,日均转入超 100 亿元等。可以说,2013 年是互联网金融大爆发的年份,因而《银行家》甄选“2013 年中国十大金融事件”中就有“互联网金融”一席之地。具体说来,互联网金融的服务主要包括第三方支付平台、网络信贷、众筹模式、基于大数据的金融服务平台、互联网金融门户等模式。

1.第三方支付平台。近年来第三方支付平台发展突飞猛进,相关数据显示,自 2010 年中国人民银行大力推动第三方支付机构的发展,发布《非金融机构支付服务管理办法》以来,截至 2013 年 7 月 11 日,国内共有 250 家企业获得第三方支付牌照。据《中国支付清算行业运行报告(2013)》显示,2012 年第三方支付市场规模超过 10 万亿元。其中,支付机构共处理互联网支付业务 104.56 亿笔,涉及金额达 6.89 万亿元,移动支付业务 1 811.9 亿元。

目前,第三方支付涉及基金、保险、网购、公共事业费用代缴等传统银行领域,诸如支付宝、财付通、快钱在内的第三方支付企业逐渐将进军传统金融领域作为其重要业务战略,并取得不凡的成效。例如,2013 年 6 月中旬,阿里巴巴旗下支付宝和天弘基金公司联合推出了“余额宝”业务,用户只需要将支付宝闲置资金转入余额宝后,即可享受获得不菲的收益、方便的网上购物与资金自由流动等多重便利,实现碎片化、实时化、便捷化的投资。这种集流动性强、收益性较高(每万份基金收益在同类基金理财产品中处于中上游水平)的金融模式引起社会广泛关注。第三方支付平台不仅具有支付功能,还可以利用沉淀资金做理财业务,基于用户的消费行为、消费习惯等数据信息聚合来进行信用评估分析、营销推广等。

2.网络信贷。网络信贷主要形式有两种:P2P 网络平台小额信贷与“小贷公司+平台”模式。P2P 网络借贷是指个人与个人间的小额借贷交易,借助电子商务专业网络平台帮助借贷双方确立借贷关系并完成相关交易手续。后者即有贷款资格的小额贷款公司通过电子商务平台,向电子商务用户提供小额贷款。

在网络信贷模式下,资金需求方可以在网络信贷平台上发布借款信息,资金盈余方如果有借款意向就可以了解对方的资料(如信用条件、项目可行性等),如果愿意出借可以通过网络融资平台与借款人签署相关限制性的合同条款,提供对方所需的小额贷款,并且通过这个平台跟踪资金回报与还款进展。网络信贷依托互联网技术从

事借贷中介,有效地克服信息不对称,拓展信贷人群与提高借贷的精准性,近几年,已获得快速发展。如阿里巴巴小额贷款公司作为网络借贷的典型代表,截至 2013 年 6 月末,已累计为 32 万客户提供融资服务,贷款规模超过 1 000 亿元,同期增长 284.6%,不良贷款率为 0.84%,低于中国商业银行的平均水平^[1]。

3.众筹模式。众筹融资是创意人为自己的创意向外界筹措资金或帮助,然后将创意的开发过程和结果提供给出资人,出资人通过创意的盈利来获得相应的报酬^[2]。这种模式有助于新创意与新技术的开发运用,具有获取资金成本低、对接匹配度高的特点,对于细分领域的微创业而言较为合适。据调查数据显示,2012 年,中国约有 150 家在线众筹金融公司,年交易额约为 50 亿人民币。在文化产业领域,一些文化众筹的实践经验成为亮点^[3]。作为创意之都的深圳提出“加大对网络第三方支付和众筹等互联网金融业态的支持力度”,并将“众筹”一词列入 2014 年的一号文件中,不过,此模式所存在的风险防控等问题有待进一步完善解决。

4.基于大数据的金融服务平台。以移动互联网、物联网、大数据为特征的互联网大发展与大繁荣,逐渐改变信息的传播、组织方式与人们的生活方式。借力互联网平台促进了金融业务创新,基于大数据技术背景,网络保险、金融理财产品网络销售等互联网环境下的金融服务形式有了新的更加精准、智能化的平台。

互联网金融正在逐步改变传统金融的运营模式与发展方式,同时也给融资领域带来较大的机遇与挑战。

在互联网金融模式下,网络化进行信息处理和风险评估,市场信息不对称程度非常低;资金供需双方较为复杂的资金金额、风险、期限收益匹配等交易流程简化,支付便捷,可以直接交易;金融中介作用削弱,交易成本低,资源配置效率提高;市场参与者更为大众化,促成了金融民主化^[4],并将互联网环境下分散的、碎片化、长尾般的投融资需求集聚形成为有效的金融市场。互联网金融所带来的金融交易的新工具与海量信息数据的支撑,有助于实现信息流、物流和资金流的高度融合和在线控制,改善风险管理、风险评估、资产定价等环节,使得贷款效率和安全性大大提高。比如,云计算的后台智能技术将促使用户识别更加精准,使得金融机构对客户的金融交易信息、行为偏好分析,以及消费和产品的偏好分析变为现实,极

大地提高了金融机构风险管理的能力和水平。另外,互联网金融可以通过网络“将金融生态领域的边界大大拓宽,更多的个体能够融入金融市场中”,从而实现低成本服务覆盖,并使服务订单化,小额信贷规模化^[5]。互联网和金融业双向渗透、互相促进的整体演进趋势,金融体系的互联网化使得交易信息变得更加透明、运营效果更高、风险控制成本更低^[6],对传统金融尤其是商业银行的业务发展构成极具竞争力的挑战,甚至在某些领域具有颠覆性的影响。大数据背景下的互联网金融变革着金融格局,大金融、大机遇伴随而来。

互联网金融模式实践情况及其所带来的机遇与挑战,实际上也逐渐渗透到文化产业发展的融资生态中。这对如何解决文化中小企业的融资困境提供了新的思路与实践方向。

二、文化中小企业发展的融资困境

目前,文化企业主体部分——中小企业发展的融资困难主要受制于两个方面,一方面是中小企业自身的特点与缺陷,如规模小、抗风险能力弱、资金需求频率高等;另一方面则是文化企业的特质,如中国文化产业市场化程度低,受原有体制机制的影响较大,文化产品的价值与资产评估机制不完善等。具体来说,文化产业发展的融资困境主要体现为以下几个方面。

1. 传统金融融资成本限制明显,融资机制建设相对滞后。据有关研究显示,中国中小企业的资金需求一般具有单次金额小、频率高、波动性大、周期短、时间急等特点,相比于大型企业,贷款频率是其5倍,但户均贷款金额只有其5%,约66.5%的中小企业认为资金短缺是制约其自身发展的重要因素^[7]。对于传统金融模式而言,需要克服信贷的信息不对称所带来的逆向选择与道德风险,大型企业由于需求的金额规模大、信贷风险小、企业信用等级普遍较高与资金供给方的信息搜集与监督成本低,更容易获得资金。而中小企业则由于自身的特点,以及抗风险能力差、企业信用等级较低、财务能力弱、不确定性因素强等缺陷,往往难以通过银行融资,而通过诸如股票、债券等直接融资则会因为利率高并加上其他交易成本,如担保费、审计费等多项业务办理费用较高,加上自身风险较大、收益不确定,二级流转市场也不尽人意,难以在传统金融环境下获得及时、足够的资金,或者融资成本较高,上市融资难度较大。即便从文化产业的整体行业状况来看也不尽人意,2012年国内文化传媒行业VC/PE融资规模

仅为2.97亿美元,融资案例数量为36起。^①

另据相关数据显示,全国中小企业有4200多万家,银行目前提供融资的小微客户只有100万家,^②99%的中小企业贷款总量仅占主要金融机构贷款总额的15%,这种差别待遇折射出文化企业尤其是该行业中小企业在现行模式下的融资困境。以文化产业发展较为发达的北京地区为例,近六成的文化企业注册资金不到100万元,半数企业总资产在200万元以下,总资产在500万元以上的约占1/3,90%的企业员工在100人以下^[8],50%多的企业融资需求集中在100万~200万元,加上高达90%的文化企业为民营中小企业,这种企业发展格局直接导致融资成本自然限制明显。

2. 文化无形资产不确定性大,风险评估与风险管理有待突破。文化企业的资产很大一部分是诸如图像、文字、音乐等数字内容的播放权、首映权、版权、复制权等无形资产,有形的物质资源依赖度低,“其价值随时间、人们的偏好等因素而出现较大的差异”,诸如文化背景、时尚潮流、地域差异等不确定性与风险因素较大,资产定价比较复杂、变动幅度比较大。同时,中国还没有完全建立起透明、公正、权威的文化企业无形资产的评估评价、登记保护、交易机制与交易平台,信用评价体系也没有完全建立起来,文化市场的交易流转市场不成熟。这些文化产业与产品的自身特质特点与发展缺陷,直接影响到文化企业的融资阶段的风险评估、风险管理、资产价值评估与抵押贷款事宜,进而客观上阻碍了文化中小企业在传统金融模式下的融资。

3. 融资模式、产品形式开发与融资效果存在相偏离倾向。近年来,文化产业的投融资问题逐渐成为显性问题与业内热点,众多融资形式与金融产品陆续开发利用起来,但实际效果并不是非常乐观,如多个企业版权集合质押担保贷款、加大对文化产业的信贷投放力度、鼓励直接融资^[9]。有些融资在其他行业或领域能够取得不错成绩,但是一旦落实到文化产业领域未必适合文化企业,或者说暂时没有形成与产业特质完全融合的发展模式。由于文化企业无形资产的不确定性、复杂性、易变性等特质,传统金融融资一般

① 万格.2012年文化传媒PE投资规模下降近八成,投中集团ChinaVenture,2013年1月16日。

② 数据来源于北京新元文智咨询服务有限公司《2013中国文化产业投融资与上市研究报告》,文资网。

所要求的固定资产担保或不动产抵押方式,难以在文化产业领域实现。所以,即便企业资金需求紧张,但就目前发展来看,大多数文化企业的资金来源仍以自筹资金为主,银行借贷、私募基金等融资形式为辅。融资效果与融资模式、产品开发之间存在相偏离的倾向。

4.文化企业与金融中介衔接机制不完善,存在融资陷阱。从目前中国文化产业发展的实际情况来看,由于历史原因,文化产业与文化事业一度融合在一处进行发展,文化的产业属性一度被忽略,传统体制与机制的限制以及受传统观念的影响,文化产业与金融领域的业务关联,无论是从范围还是从程度、深度来说,都难以算得上发展较好。两个领域彼此了解程度仍处于较低阶段,文化产业的相关企业对于金融领域的产品、业务流程、相关法律法规和营运手段知之不多,缺乏专业的融资团队与先进的融资理念也成为众多文化企业的软肋。同样,金融中介组织对于文化产业的发展也存在类似的问题,其对文化企业的经营状况、盈利前景、资产定价、投资周期等了解不多,尤其是一些曾经依赖财政拨款的、目前市场化低的文化企业,同时缺乏开发针对文化产业特质的金融产品形式与投融资方式,所提供的金融服务方式显得单一与缺乏针对性。银行、券商等金融中介组织与文化企业之间的信息衔接机制存在脱钩,融资难度进一步加大。表面上看来,文化企业融资的渠道在当前状况下可以是多样的,但是由于文化产业发展的特质,许多融资渠道难以奏效,如同中间隔着一层玻璃,看似透明可行,实际融资障碍却摆在双方的中间。

三、文化中小企业的融资新思路

在目前情况下,文化产业的发展活力多源于中小企业,互联网金融为改变传统金融模式下文化中小企业的融资环境提供了新的思路。

首先,强化文化企业的市场主体地位,激发潜在的文化市场活力。要深化文化产业体制改革发展,强化文化企业的市场主体意识,促成文化企业按照市场化思路进行发展。传统体制机制性障碍在现阶段还影响着一些文化中小企业的发展壮大,如一部分文化企业过于依赖财政拨款、财税优惠政策等,市场化程度低,缺乏市场运作的发展思路、理念,这些也客观上制约着文化产业领域互联网金融的发展进程。因为只有在这个基础上,才能促成一些中小文化企业转变思维,积极了解互联网金融融资领域的新动态、新动向与新发展,根

据自身发展的阶段特征探索新形势下的融资方式与渠道,克服盲目、被动与缺乏针对性、有效性的融资方式。

其次,依托互联网信息技术优势,完善融资的硬件设施。在互联网金融时代,大数据和云计算技术的结合,使得相关平台对包括企业和个人在内的客户对象的一些现金、信用、交易等情况进行量化跟踪成为可能,从而对于有效克服信息不对称和交易成本过高问题,进行市场细分与客户群体服务定位,为提高金融服务的效率与效益提供新的契机。文化中小企业可以充分利用开放式平台,以及大数据、云计算等新的信息技术,从而依托对市场需求、自身特质与营销推广等环节的重新认识与重构,将金融产品开发、融资模式的探索积极融入各种形态的网络平台与互联网金融商业生态中,探索出新的文化中小企业融资模式及与之相适应的融资机制、商业生态,以满足企业自身的融资需求。

在互联网金融模式中,信息运作与资金运作具有同等重要地位,信息的处理能力与技术水准直接影响到互联网金融的效率与安全性。大数据信息处理能力大幅度提升,能够确保“市场的信息不对称大大降低,传统金融高成本、低效率、大金额、高利润的资产定价模式的生存空间逐渐在信息工具的智能化和精准化的趋势下被不断挤压”,数据挖掘技术使得具体客户的信用违约网络行为、消费行为、消费心理等后台数据模型的分析处理和加工成本大大降低并成为可能,这种优势为诸如众筹融资、在线融资、第三方支付平台等融资形式提供了技术支撑与依托平台。如通过有效分析互联网数据,互联网金融平台可掌握相关借款人的信用信息,可以快速完成对借款人的贷前信息搜集筛选、调查分析,以及客户群体细分,进而设计出相应的金融产品形式、融资渠道。显而易见,互联网金融可显著缩短业务流程,提高信贷业务效率,并开发出更加符合小微企业贷款需求“短、小、急、频”特点的融资形式。据阿里金融披露的数据,2012年上半年,阿里金融累计向小微企业投放170万笔贷款,贷款总额130亿元,平均每笔贷款约为7600元,如果单纯依赖传统银行体系人工审核方式,根本无法覆盖其成本,而阿里金融依靠后台系统与信用审核机制则可进行信用识别、自动审核,破解了交易过程中审核环节的瓶颈。

再次,培育文化产业互联网金融融资平台。目前情况下文化产业能否利用互联网金融模式来

进行融资,需要处理诸多方面的问题。不仅需要完善相关的技术,还需要搭建符合文化产业发展的融资平台,包括交流平台、征信平台、支付平台、交易平台、关联平台等,确保融资的信息精准、风险最小化与交易的无障碍。如通过第三方支付平台,利用自身的虚拟网关,拥有能提供巨大的业务潜力和盈利空间的庞大的客户基础;凭借其在信息处理方面的优势,并根据文化企业的信息流、资金流与预期盈利能力,可针对文化中小企业融资需求“短、小、急、频”的特点,设计融资流程及金融产品,搭建资金盈余方与文化中小企业的对接及洽谈交易的平台,从而为其提供精准、适时、适度的融资支持,并使这一平台在与传统金融模式的竞争中获得越来越强的博弈筹码与市场影响力。同时,为文化企业的无形资产(如版权、播放首映权、版权等)搭建完善的评估、登记、抵押、托管、变现、交易的专业化平台与服务体系,克服目前条件下文化中小企业的间接融资与直接融资同样“难”的困境。

最后,积极探索与文化产业发展相匹配的互联网融资模式。由于文化企业与文化产品的自身特质与特点,适合于其他产业或企业的融资模式并不能简单地移植到文化产业中,包括互联网金融模式下的融资,需要探索与文化产业发展实际相匹配的互联网金融融资渠道、流程、模式,解决融资过程中脱钩环节与玻璃障碍。就互联网金融征信而言,征信业务作为专业化的信用信息服务,通过提供信用评估、信用信息咨询等服务来帮助市场主体确认其交易对象的信用状况来为其判断风险,如阿里小贷等网络信贷平台依托相应的电子商务平台上的大数据为基础,通过分析平台上交易方(企业或个人)交易记录、消费偏好、退货次数、信用评价、投诉纠纷、注册信息等多项信息来进行数据采集、深度挖掘、整理加工,从而形成信用评估、风险管理、趋势预测、产品需求等信息。相对于一些电子商务平台有实物交易信息的企业来说,文化企业则难以简单地用考核其他企业的方式来衡量,基于平台交易信息的信用评价与分级,文化中小企业应该结合文化产业的一些特质来完善评估指标与评估方式,或是以其他方式来衡量,否则难以解决融资过程中的文化企业的信用信息问题。因此,只有将融资模式与文化产业发展的特质对接思考,才能有效解决融资过程中

匹配问题。

结 语

互联网金融依托互联网技术与金融领域相结合的优势,金融服务的时空被拓展、融资生态与金融格局逐渐改变,其所带来的机遇与挑战对于文化中小企业的融资发展提供了新的视角。互联网金融自身的发展特点与文化产业中小企业的特质与特点具有一定的契合性,有助于打破传统金融模式下文化企业融资的困境与陷阱。

但也应该看到,互联网金融自身体系还有待完善,规范化和法制化是当务之急,文化企业在互联网金融模式下的风险管理控制、信息甄别分析、信用体系建设,以及融资渠道与自身发展需求深度融合是不可绕开的运作问题。伴随着互联网金融行业还处于“野蛮”生长状态的现实,只有积极探索文化中小企业融资模式与健全融资机制,培育良性、联动发展的融资生态系统,才能为互联网金融模式下文化产业的健康、科学、持续发展提供坚实的基础。

参考文献:

- [1] 周慧.互联网金融背景下商业银行的发展策略[J].青海金融,2013,(12).
- [2] 李妍.关于互联网金融模式及发展的几点思考[J].商,2013,(16).
- [3] 金晶.文化众筹:你的梦想,我来买单[N].经济日报,2014-02-13.
- [4] 谢平,邹传伟.互联网金融模式研究[J].金融研究,2012,(12).
- [5] 汪渝.互联网金融对小微企业金融服务的影响研究[J].企业研究,2013,(22):32.
- [6] 巴曙松,湛鹏.互动与融合:互联网金融时代的竞争新格局[J].中国农村金融,2012,(24):17.
- [7] 赵亚娟,杨喜孙,刘心报.供应链金融与中小企业信贷能力的提升[J].金融理论与实践,2009,(10):21.
- [8] 安世绿.文化创意产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):27.
- [9] 于孝建,任兆璋.我国文化产业金融创新方式分析[J].上海金融,2011,(6):33.

[责任编辑:房宏琳]