# 打富周刊

Wealth Management

## 电影众筹:游戏投资 文艺梦

本报记者 金

电影《大圣归来》的成功, 将电影众筹带入人们的视野,多 家影视公司纷纷试水众筹为电影 募资。通过互联网为电影募集资 金、集聚人气的方式日渐增多, 对电影业产生了深远影响。电影 众筹是一种创新尝试, 需要在防 范风险的基础上继续鼓励和支持

近日,各大城市影院推出的《大圣归来》 广受市场好评,让不少人看到了电影众筹的 潜力和希望。电影众筹给电影业带来了哪 些启示? 它会发展成为电影产业常态化的 一个融资模式吗?

#### 电影众筹愁不愁?

近年来,"众筹"这种模式越来越多 地走进国人视线,电影众筹的真实情况 是"几家欢喜几家愁"

提到当下最火的众筹电影,自然非《西 游记之大圣归来》莫属了。而它与众筹之间 的"缘分",是从一次"突发奇想"开始的。

该片出品人路伟毕业于中国人民大学 金融投资专业。在他的微信里,有一个校 友群是专门聊众筹主题的。2014年12月 的一天, 他忽然想为这部初定在贺岁档上 映的片子众筹发行宣传经费, 于是就把这 个点子发到众筹群里询问,没想到立刻就 获得了几位校友的支持。随后, 他又把消 息在朋友圈发出,获得了热烈响应。从当 天中午开始短短4个多小时,专门成立的 "西游电影众筹群"中已经有70多位群友 加入,募集金额近500万元。大约一周 后,109名孩子的父母总共出资750万元 支持这个名为"给未来的礼物"的众筹项 目。他们还有了一个共同的名字——《大 圣归来》的"众筹出品人"。

"移动金融和社交金融的时代即将到 来,一个手机号或 UDID 就可以运营自己的 生活和工作了。"感受到信任与力量,路伟感 慨道。然而让他没有想到的是,随着《大圣 归来》刷新中国动画电影票房纪录,影片背 后的众筹故事也浮出水面,引发了一场关于 电影众筹话题的关注和讨论。

近年来,"众筹"这种模式越来越多地走 进国人视线,它与电影间千丝万缕的互补联 系也渐渐显现出来。在点名时间、众筹网等 国内最早的几家众筹类平台上,众筹项目中 也不乏电影众筹项目的身影。这其中,动画 电影作品《大鱼海棠》较为出名。

很多人初次接触到这部影片,就是从点 名时间网上的那次众筹活动开始的。2013 年,3996位网友看了影片短视频后,在45天 里共计出资158.25万元支持《大鱼海棠》的 制作,这在当时也创造了国内动漫电影业众 筹的纪录。2013年11月,《大鱼海棠》终于 确定了投资方和发行方,开始进入制作

从2005年7分钟短片出炉,到2008年 打磨剧本,到2011年项目因筹资不顺暂停, 到2013年试水众筹……《大鱼海棠》一路走 来颇为坎坷。主创者之一梁旋曾透露,他们 计划在2015年11月前完成该片画面方面 的制作,但至于完整的影片何时制作完成, 上映档期等,尚无确切消息。对此,参与过 该众筹项目的人,评价也褒贬不一。他们中 有的对于影片反复"跳票"已不抱什么希望, 有的则认为,有情怀的电影就是需要时间细

冷冷热热,起起伏伏。同样是电影众筹 项目,同样创造过纪录,《大鱼海棠》和《大圣



归来》处于"冰""火"两种不同的状态,值得 细细琢磨。对此,北京新元文智咨询公司董 事长刘德良认为,两个众筹项目在推出时 间、参与环节、回报模式、团队力量等方面的 不同,是造成差别的主要原因。"当下,国内 尤其是影视界对于众筹模式的认知越来越 深刻。从这一点来说,《大圣归来》无疑生在 了更好的时代。"

这几年,电影众筹虽然被广泛尝试,但 真实情况是"几家欢喜几家愁"。《港囧》《黄 金时代》《龙之谷》《飞鱼秀》《我要你开 花》……对于这些走过"众筹秀"的影片,观 众有的耳熟能详,有的闻所未闻。可见,众 筹并不是影片制胜的唯一"法宝"。电影众 筹项目能否获得预期效果,操作方法能否借 鉴推广,还要具体问题具体分析。

"众筹只是个形式,产品才是价值的载 体。"路伟告诉记者,"《大圣归来》电影用了 8年准备,3年制作,里面有'史上最萌'的唐 僧、最接地气的悟空、好吃爱搞还能36变的 八戒,还有一个特别'强大'的魔界黑大佬。 此外,这部影片还是第一部基于全CG技术 制作的真3D动画电影"。而这些因素为影 片获得好口碑、好票房,也为众筹项目获得 高收益提供了有力保障。

#### 电影业格局求变

众筹方式增加了观众在影片投资、 制作、营销上的参与度,对电影业也产 生了深远影响

互联网对传统电影产业的影响正在显 现。众筹正是其中重要一环。电影众筹融 入了互联网、大数据等众多元素,受到业内 外人士的热切关注。通过互联网为电影募 集资金、集聚人气的方式日渐增多,这对电 影业会产生哪些影响呢?

"电影众筹不是一个简单的金融产品。" 微影时代科技有限公司副总裁孙磊认为,电 影是高体验的文化产品,众筹方式增加了观 众在影片投资、制作、营销上的参与度,可以 代言人"的认同感,而这种力量不容小觑。

事实上,在影片上映之初,89位众筹投 资人带来了远超过780万元的价值。他们 组织的包场一共超过了200场,部分投资人 还在北京、上海等地为该片提供了长时间的 免费户外广告。该片口碑暴涨并引发网络 "自来水"现象,也在很大程度上归因于这一 众筹模式。最终,影片获得口碑和票房的双 丰收,而投资者们也获得了人均近25万元 的收益,实现了多赢。

看过《大圣归来》的正向案例,再来看几 个反例。2014年,百度"百发有戏"推出首 期众筹电影《黄金时代》,预期最低年化收益 达8%,最高年化收益16%,预计总票房将达 到2亿元至2.3亿元。然而,在国庆档期上 映的《黄金时代》,首日票房仅1060万元,最 终票房约5000万元。遭遇了滑铁卢的,还 有阿里巴巴旗下"娱乐宝"推出的众筹电影 《魁拔3》。《魁拔3》在3天内即完成了1000 万元的资金募集,而最终票房未达到2000

互联网涉足影视圈,重在优化而不是颠 覆。谈到"电影众筹"出现的一些问题,百度 金融首席业务架构师陈后猛曾表示,电影众 筹是个新鲜事物,开始发展过程中难免有很

唐创投资董事长杨勇认为,股权众筹 这种模式不仅新鲜有趣,同时抗风险能力 非常强。其中,"圈内众筹"的模式比较适 合电影业。"由著名导演、明星参与的电 影,在熟人圈内众筹特别容易。而且这种 方式对导演、制片人特别有吸引力。"他 说,"可能第一次特别难,但是一旦成功就 会有一群非常忠实的朋友愿意投资,这相 当于有了一个自己的资金池, 并且 这个资金池非常健康"。

阿里影业对娱乐宝的 "众筹"属性作了解释。 他们将"娱乐宝"定位为 一个有着稳定年化收益 率,并打包了一些"粉丝"

品。以"娱乐宝" 《小时代4》项目 为例,其设定的 最低投资金额为 100元,预期投 资年化收益率为 7%。接此推算, 假设一位用户给 《小时代4》项目 投资了100元, 基本可以保证获 得7元钱收益。 但这投资的100 元并不是直接投 到郭敬明手中,而 

投资收益。 电影众筹前 途未卜,但也带 来了一些有趣的现 象。随着门槛逐步 降低,参与人群的 增多和参与方式的 多样化,电影众 筹也正推动电影 的类型更加丰富 起来。包括近 期出现的首部 商学院

是先买成国华人

寿的保险理财产

品,然后再采取合

法合规的方式投

向文化产业,获取

EMBA电影《首尔探秘》和首部创客电影 《创客时代》等。

另一个现象是,在《大圣归来》热映期 间,由娱猫发起的大圣归来系列动漫衍生品 也在京东众筹上线。但与粉丝们对影片的 狂热追捧相比,衍生品众筹受到"冷遇"。目 前,离众筹结束还有不到10天,但20款衍 生品中只有一款"大圣彩虹杯套装"众筹成 功,其余项目的平均众筹金额不足1/3。

这也给衍生品众筹带来启示: 定位人 群、受众年龄、推广渠道、价格区间、版 权保护等因素或将逐步纳入考量。

虽然在"BAT"3家中最后出手,但 微信电影却看好电影众筹与微信平台社交 属性相结合的未来。"我们现在在做一些众 筹的尝试,包括众筹《刺客聂隐娘》的加 映场次,以提高影院闲时上座率等。"孙磊 告诉记者,他们还将开发更多形式的有趣 好玩儿的电影众筹产品。

#### 行业政策亟需细化

电影众筹涉及影视和金融两个跨 界领域,需要两个领域同时发力,将 政策落实到细节

据统计, 国外众筹平台 Kickstarter 已 在短短4年里,为电影众筹超过1亿美元的 投资,帮助超过3000部短片及近5000部 电影完成众筹。而国内的电影众筹目前尚 无法达到这样的体量。

留心观察不难发现,即便是那些成功 的电影项目, 其众筹金额也只是投入成本 的一小部分。譬如,与影片总投资成本1.2 亿元相比,《大圣归来》众筹所得的780万 元可谓"杯水车薪"。又如备受瞩目的科幻 电影《三体》目前完成10万元的众筹,这 个额度也仅占影片投资额的0.5%。其中一 个重要原因是,包括电影众筹在内的文化 众筹,在定位上一直都游走在"营销"与 "投资"的边缘。这里面还有一个重要的影 响因素,就是政策。

2015年8月7号,中国证监会发布了 《关于对通过互联网开展股权融资活动的机 构进行专项检查的通知》。其中一条特别引 人关注,即"未经国务院证券监督管理机构 批准,任何单位和个人不得开展股权众筹融 资活动"。随后,中国证券业协会发文称,根 据证监会通知精神,将《场外证券业务备案 管理办法》第二条第(十)项"私募股权众筹" 修改为"互联网非公开股权融资"。这些政 策涉及诸多众筹类项目,电影众筹自然也不

"电影众筹涉及影视和金融这两个跨界 领域,因此需要这两个领域同时发力,将 政策落实到细节。"观众网及观众筹网 CEO张拓说。

"电影众筹是一种创新尝试,需要在防 范风险的基础上继续鼓励和支持。"刘德良 认为,对政策尚不熟悉、对众筹业态不熟悉、 缺乏相关专业人才、缺乏项目推广渠道等是 需要首先解决的问题。

"我理解众筹的本质就是'互联网+'。 它会带来一种社会制度和金融制度的变革, 会颠覆或者改变传统的金融和传统拍电影 的模式。"中国人民大学法学院副院长杨东 表示,"众筹平台不仅是一个交易所,还是集 中各种要素、创意的大平台。从剧本开始, 从找导演和找演员开始,让消费者参与,让 消费者当家做主,这比单纯的股权投资更有

而大盛国际传媒创建者兼总裁、著名 制片人安晓芬认为,任何一个模式的诞 生,要获得可持续的发展,一定是双赢的 结果。她表示,"许多影视机构对众筹电影 的探索目前处于观望状态,一个模式能够 真正给到双方利益,才是一个好的可行的 模式。"



群体效应是可怕的,看看东非角马大迁

徙的阵仗就知道了。是的,如果一条鳄鱼单

凭一己之力,挡在大群角马迁徙的大路上,不

避其锋芒,再坚硬的皮也抵不住群体的踩

踏。可自然类节目又都说角马迁徙是鳄鱼的

真正吃到盛宴的,总是一个鳄鱼群,而

### 群体效应可怕么

到有利的机会,总会先有单只鳄鱼上前试探, 若试探成功,鳄鱼再群起而攻,分而食之;如 果先头部队被角马蹬了个鼻青脸肿,就再等 下一个机会。

老子说,将欲取之,必固与之。意思是 要取得回报,必先给予,但这给予不是全部, 而是少量。面对群体性的冲击,如果鳄鱼群 一下子把有生力量全都给出去了,未必能得 到好结果。投资也是如此,面对情绪失控的 群体行为,短期内一定要通过少量试探找寻 机会,控制仓位,避免损失过大。

长期来看,群体效应出现的时候,很多 潜在的机会也会慢慢显露。比如说,国际原 油价格到了40美元附近,已经是相对较低的 位置了,从历史数据来看,低于这个价格的概 率并不高,总是赔本甩卖的出口国也坚持不 了多久。但对于某一类市场未来的看法,不 管基于多么坚实的基本面,依赖多么严密的 逻辑,留了多少安全边际,其中也避免不了猜 测的成分,毕竟一切还未发生;而且价格在短

期都是受情绪影响的,在非理性的情绪支配 下,群体性的抛售可能很快就把油价再度压 低,如果仓位和杠杆控制不好,不光吃不到离 群的角马,爆仓出局也是有可能的。

活下去比勇敢更重要。商品市场如此, 其他市场也是如此。群体效应来临时,往往 会在短期内爆发出巨大的能量,大张旗鼓地 逆势而动,往往会被冲击得遍体鳞伤。更好 的办法是大胆假设,小心求证,如果群体性效 应足以令良莠不分,泥沙俱下,带动所有角马

绝尘而去,连结构性的机会也荡然无存,就要 果断停止试探,否则再收拾残局就事倍功

常艳军 周明阳

高 联系邮箱 jjrbcfzk@163.com

不是单只的鳄鱼;而且,这鳄鱼群一般都潜伏 在角马必经的河中,等待角马群在水中减速, 找寻那些不再随群体前行的掉队者。一旦窥

一场盛宴,这到底是怎么回事?