

打造首都文创担保第一品牌

践行普惠金融、支持创 新、创业和创意

2022.5.25

北京国华文科融资担保有限公司
罗功

一.影视剧行业现状

1. 分类:

作品形式: 目前在我国影视行业中, 作品形式多样, 包括电影、电视剧、综艺、动漫、纪录片等不同类型; 随着网络平台及播放平台的发展, 作品形式包括网络大电影、网络剧、网络综艺等类型。

题材: 从影视作品题材看, 包括都市情感、甜宠、喜剧娱乐类、历史古装类、悬疑推理类、动作冒险类等众多题材。

2. 影视剧政策环境

时间	政策	内容
2018. 3	国家新闻出版广电总局办公厅关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知	坚决禁止非法抓取、剪辑改编视听节目的行为；加强网上片花、预告等视听节目管理；加强对各类节目冠名、赞助的管理。
2018. 4	广电总局召开电视剧创作规范会议	对创作提出了坚决反对结构历史革命、虚无英雄先烈等要求。
2018. 6	中宣部、文旅部、国税总局广电总局、电影局联合印发《通知》	制定出台影视节目片酬执行标准，明确最高片酬限额，加大对偷逃税行为惩戒力度。
2018. 11	《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》	重申限娱、限薪，强化内容管理
2019. 3	“限薪令”	《关于严格执行电视剧网络剧制作成本配置比例规定的通知》
2020. 2	拍摄制作管理	反对内容注水，提倡电视剧不超过40集，鼓励30集内短剧创作；电视剧网络剧演员片酬不超总成本40%，主要片酬不超过总片酬70%。

除发布内容外，还有一些未有明确正式文件的相关政策。如：“限古令”、“限韩令”等等。

3. 影视剧市场环境及现状

2014-2019年，得益于国内经济的高速增长，居民收入水平和人均消费水平不断提升，中国影视剧行业生产规模总体呈现波动增长。但自2018年中受资本逐步褪去，“阴阳合同”事件，再到2019年的税收风波、“限古令”、“限薪令”，影视剧行业本以为在2020年初行业将会摆脱困境之时又遭受全球性新冠肺炎疫情的影响，使得影视剧行业整体受到了前所未有的打击。

3. 影视剧市场环境及现状

从电视剧近几年的备案情况看，2018年备案数量为1231部、2019年备案数量为905部、2020年备案数量为688部，2021年备案数量仅为498部。

从电影备案情况看，2018年备案数量为3561部、2019年备案数量为3306部、2020年备案数量为2799部，2021年备案数量仅为2800部。

网络电影备案数量，2019-2021年，网络电影备案数分别为3118部、4533部、3593部。

网络剧备案数量，2019-2021年，网络电影备案数分别为1056部、1083部、1173部。

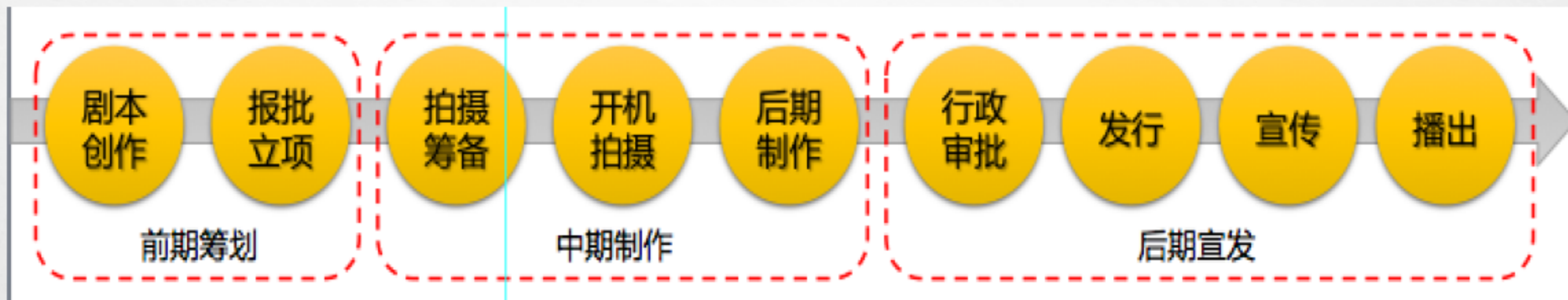
注：网生内容自2019年2月起备案

二.影视剧评审主体

以往在影视项目融资担保项目中，评审人员存在只关注项目公司经营情况，而忽略了具体影视项目的情况。同样也存在一部分评审人员过度关注影视项目情况而忽略了持有项目公司的自身经营情况。

在评审主体及评审出发点的角度上看，关注项目公司经营情况及关注项目本身的情况对整体融资担保评审工作均非常重要。一个优质项目会因公司自身的经营导致项目夭折；一个经营情况较好的公司也会因为一个项目的延误被拖入泥潭。因此，在评审工作中，不但要对借款主体整体情况进行全面的分析，而且也要对公司持有的重点项目进行全面的剖析判断。

三.影视剧行业业务流程



- 贷款企业所处行业位置
- 项目所处阶段
- 风险点（制片OR发行）

四.剧本创作&编剧

- 剧本：一剧之本
- 剧本来源：自创（团队、个人）、购买（价格：**X**千万？）；剧本储备情况
- 版权归属（改编权、全版权、著作权、）
- 是否需要判断剧本？
- 为什么要判断剧本？【盘子多大？谁来投？谁来发？谁来买？谁来看？】
- 如何判断剧本？

题材：现代、古装、玄幻、年代、战争、搞笑、科幻等；

篇幅、长度：电视剧**24**集、**40**集、**80**集？ 电影**90**分钟？ **120**分钟？

内容：合乎逻辑、符合政策、符合现代人审美、

四.剧本创作&编剧——为借款主体

- 影视剧行业中的剧本产出公司或编剧公司以及部分从事版权交易运营的公司为评审主体。
- 运营模式：通过公司自有编剧或签约编剧产出或孵化剧本后形成销售并取得收益。
- 剧本及编剧公司特点：人员相对较多、剧本储备较多、贷款需求少、纳税收入少、剧本变现相对较快；
- 关注点：人员数量（签约编辑稳定性）、以往作品、项目储备、财务管理；

风险点：以剧本参投，向产业链延伸，有资金需求，导致回款压力增加；
版权质押？

四.剧本创作&编剧——案例

企业成立于2016年，主要业务为版权交易及版权衍生品交易，企业从外部采购版权，通过自有团队或较为固定的外包方进行编辑加工，将原有版权及一系列衍生版权（如游戏开发、影视著作、有声读物等）销售获得收入。企业上下游主要为剧本作者，影视剧文化公司。企业近三年收入为每年有小幅增长，未有明显波动，且具备一定数量的版权储备。公司向我司申请担保贷款主要用于支付版权费用。

五.拍摄筹备（码盘子）

谁码盘子？ 主控方

谁是主控方？ 码盘子的人（通常为项目发起者，出品方）

码什么？ ——资源及资金

制片线： 编剧》导演（及副导演、摄影）》男1》女1》制作团队
（拍摄、设备租赁、服装、道具、后期、特效、美术）》

份额线： 出让份额（溢价or平出） 与房地产企业类似

五.拍摄筹备（码盘子）——资源

如何判断盘子码的好坏？

电视剧：有卫视、有平台、有资源方

电影：有宣传、有发行、有院线、有票务、有N多影视公司、……

参与项目公司较多，好项目投资设计制作、发行、宣传、院线等各环节资源方，抱团取暖，分散风险，助力取得较好票房回报

五.拍摄筹备（码盘子）——资金

电视剧：平台及卫视通常占份额比例各不超过X0%

其他：固投、风投、固投+风投

关注：固投到期时间；

电影：通常出品方占比较大，其他方占比较为平均；

其他：固投（？） 、风投、固投+风投

关注：实际取得份额

六.开机拍摄——取得拍摄许可证

根据剧本情况、剧组情况（AB组、人员）、开机时间初步判断是否可按时杀青；（电视剧2-4个月；电影1-3个月？）

根据剧组及拍摄地、拍摄周期预判制作成本是否合理；

通常开机前，剧组部分费用需支付（预付款），杀青前结清（主要演员、剧组）款项

关注：制片类合同、支付时间与贷款方案设计、税务风险；
同时关注其他投资方是否出资到位；

此环节为资金支付较大时间点，是否有超支现象；

该阶段基本可出样片及粗剪样片

七.后期制作及后期制作类公司

后期制作工作主要为：剪辑、调色、配音、配乐、渲染及特效等；

后期制作环节通常为1-3个月时间，特效较多项目时间较长；

出品方通常按后期制作进度逐笔支付后期费用；

后期制作公司：资金需求不大
人员较多？

八. 制作公司为借款主体

评审主体：承揽影视项目总体制作（承制类）公司或从事影视行业部分制作工作（如：后期剪辑、特效、声音等）的企业为评审主体。

运营模式：从事影视剧项目制作工作即承制工作，包括按委托方要求建组、筹备拍摄、拍摄、后期制作形成最终作品并取得备案具备可发性状态，通过收取委托方的承制费用获取公司收益。

八. 制作公司为借款主体

关注点：1) 制作合同；2) 公司以往经营业绩，承制能力；3) 项目整体制作难度及总体制作费用安排（项目进度与资金支付匹配）；4) 委托方支付能力及项目预期利润；5) 资金用途（制作费置换份额）；6) 监管账款；7) 还款方案设计；

涉及投资类项目需谨慎介入，主要因该类项目还款来源为项目产生的发行收益，还款来源无法确定，审批环节多且项目制作周期较长，建议评审人员谨慎介入。

八. 制作公司为借款主体——案例

企业为网络剧制作单位，公司成立时间不长，但公司核心团队人员具有较丰富的从业经验，且核心团队历史合作时间较久，公司承制过平台重点网剧项目2-3部，并均获得较好的口碑。公司向我司申请担保贷款用于承制某互联网平台定制网络剧项目，承制合同已签订，平台尚未支付首笔款项，企业已与项目主创签订相关合同，企业需资金需支付该项目主创预付款，项目整体制作周期预计在6个月左右，按承制合同约定，贷款期内制作费用回款可覆盖贷款金额。项目组设置监管账户，使用该项目承制合同进行质押，承制合同第三笔及第四笔回款用于偿还我司担保贷款。

九.宣传

电视剧：通过电视台栏目及预告推广等；基本由电视台负责

电影宣传运营模式：专业宣传公司通常介绍出品方制片方的委托，通过为项目提供物料制作、宣传片制作、广告位购买及展示、地推活动、线上线下活动、异业合作等等为影视剧项目提供相关宣传工作；

全案类营销公司（电影宣传）：企业通常需垫付宣发费用，待项目获得院线票房分账款后，优先回款宣发费用；

关注：宣传类公司-资金——延伸业务？是否用于投资
宣传方案是否与项目档期及整体发行方案匹配；

十.发行——取得播映许可证或上映许可证

电视剧： 1) 主控方自主发行或代理发行；
2) 回款路径，先回款至发行方，若主控方发行回款至主控方；
3) 首轮、多轮发行；
4) 上星、地面；
5) 档期、黄金档、非黄档；

关注： 1) 发行价格(是否存在对赌)；
2) 是否存在拼播；
3) 发行合同约定的回款进度；
4) 隐性成本；

十.发行——取得播映许可证或上映许可证（龙标）

电影：

- 1) 专业的发行机构发行；
- 2) 回款路径，院线-中影华夏-发行方-出品方账户-投资人；
- 3) 发行日期；
- 4) 排片；
- 5) 上映期；

关注：

- 1) 发行费是否合理；（贷款用途）
- 2) 关注回款路径，是否存在监管账户；
- 3) 保底发行；份额

十一. 以宣发为主营业务的借款主体

- a. 电视剧发行：电视剧项目的发行工作通常需要发行公司进行发行工作，发行公司通常收取发行费用获得收益，发行费用通常为项目播映权转让合同的15%-20%（视项目及发行方情况）；
- b. 电影发行：电影项目发行中，发行方通过与出品方商谈确定固定发行费，由出品方支付给发行方发行费用；此外，部分项目由发行方前期垫付发行费用，待项目回款后，由发行方先行扣划发行费用，部分项目除发行费用外，会有一定的票房分成。

十一. 以宣发为主营业务的借款主体

c. 不同影视类型项目发行渠道及平台

项目类型	发行公司	发行平台
电视剧	专业发行公司（含网路平台）或自主发行	电视台、网路平台
电影	专业发行公司（个别具有发行资质的影视剧公司）	院线、影视频道及其他
网剧网大（分账）	自主发行较多	网络平台

不同影视项目因发行渠道或发行平台不同，企业项目整体收益及回款路径也有不同。

十一. 以宣发为主营业务的借款主体

d. 不同影视类型项目发行渠道、价格及回款路径

项目类型	发行价格	回款路径
电视剧	卫视>地面；网络>电视台	电视台或平台回款至发行公司，发行公司回款至主控方，而后分账到其他投资人
电影	分账票房净收入+网络发行+海外等平台分账收入+其他发行收入	通常下映后院线与中影或华夏进行结算，回款至发行方，发行方回款至各主控方或各投资方
网剧网大（分账）	网络发行收入	网络平台按月分账给发行方

十一. 以宣发为主营业务的借款主体

e. 宣发公司资金需求

一般而言发行公司资金需求来自于发行费用的垫付，主要用于其所承接的影视发行项目发行前期工作。发行费用通常包括不限于拷贝、相关活动、档期确定、排片工作等。

宣传公司同样需要进行部分的前期垫资，主要用于支付项目的线下线上活动、海报、预告等其他营销策略工作，部分项目均需要由宣传公司进行垫付。

十一. 以宣发为主营业务的借款主体

f. 宣发公司关注点

发行公司应具备一定优质项目的发行经验，公司有一定数量项目历史发行，对不同项目具有较好的社会认知及意见建议反馈给出品方及制作方。发行公司通过对项目整体把控与出品方确定最终发行档期并确定最终发行策略，发行方案将影响项目的最终发行收入。

- 1) 发行公司是否存在历史占压制片方款项问题；
- 2) 发行公司制定发行费用是否与项目整体资金匹配；
- 3) 发行公司是否存在与片方就项目本身对赌；
- 4) 发行公司是否参与项目投资；
- 5) 发行公司发行费用核实，是否与真实发行费差异较大。

此外，账户的监管极为重要，整体过程账户要做到闭环监管运行。

十一. 以宣发为主营业务的借款主体——案例

企业成立于2008年，历史从事整合营销及品牌营销业务，自2015年起逐步参与影视项目的发行及宣传工作，历史从事过较多院线电影项目的发行及宣传工作。向我司申请担保贷款用于暑期档院线电影的宣发垫资。其中，部分宣发费用垫资由企业自有资金承担，同时该项目已取得发行许可证，前期已开始部分宣发工作。企业用历史已取得发行费收入，但尚未与中影进行结算票房进行应收账款质押（已产生可回款至发行方票房可覆盖我司贷款额度），我司进行账户监管，待质押票房回款后，用于还款。项目方案为综合授信担保，授信期2年，应收账款质押并账户监管，企业原应收账款回款后用于偿还我司担保贷款，后续提供新增应收账款质押后，可继续提款。

十二.其他风险

- 1) 股东背景及股东关系;
- 2) 企业资金需求 (不同阶段不同资金需求);
- 3) 企业同期银行负债; (置换? 新增?)
- 4) Casting风险;
- 5) 方案设计风险; 分笔放款、与贷款用途是否匹配;
- 6) 回款账户监管风险;
- 7) 制片完片, 发行风险;
- 8) 政策风险; (地区、内容)
- 9)

十三.行业趋势

- 1) 台网剧——网台剧、定制剧、短剧、竖屏剧;
- 2) 网大剧制作公司参与院线;
- 3) 生态圈、全产业链延伸;
- 4) 内容; (内容制作、符合社会观)
- 5) 制作成本管理;
- 6) 限薪限价;
- 7)



感谢聆听

**为小微企业提供有温度的普惠金融服务
我们愿做最懂小微企业的融资担保公司**