

# 金融与泛娱乐产业融合白皮书

艺恩

泛娱乐大数据平台领航者



# 目录

## CONTENTS

01

泛娱乐大生态下金融与泛娱乐融合潜力

02

回顾2016，金融与泛娱乐融合典型玩法

03

展望2017，金融与泛娱乐融合发展趋势

# Part 1

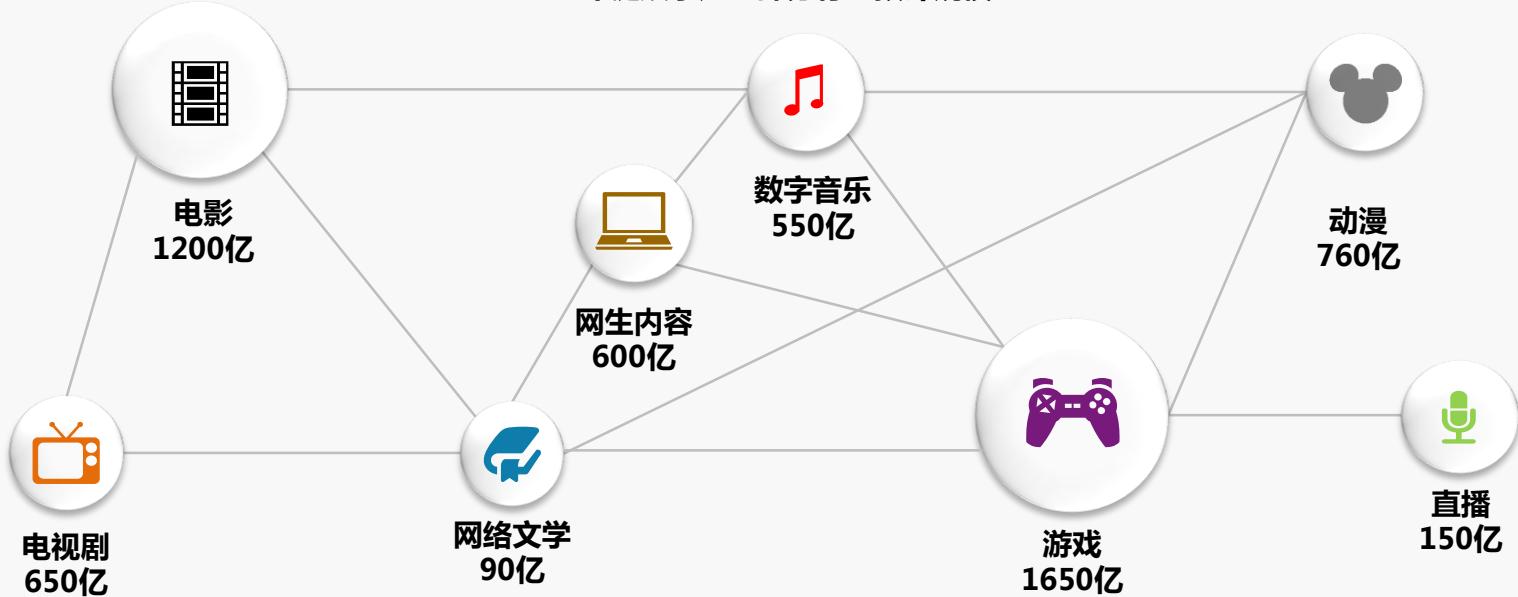
## 泛娱乐大生态下金融与泛娱乐融合潜力

- ◆ 1.1 行业篇：5000亿市场机遇与挑战并存
- ◆ 1.2 用户篇：超10亿用户共享泛娱乐盛宴

## 1.1.1 泛娱乐市场规模：5000亿元市场规模增长迅速，不同业态相互勾连

- 泛娱乐产业市场规模增长迅速：从2011年泛娱乐概念提出到2016年全面爆发，五年时间内泛娱乐整体产业规模将突破5000亿元，各业态间的互动更加频繁与多样。

2016年泛娱乐产业部分行业预计规模



## 1.1.2 泛娱乐产业生态图谱：多业态内容与多渠道共生，资本加速布局



➤ **泛娱乐产业扩大与多行业的交集**：泛娱乐产业以IP内容为核心辐射多个业态，通过多渠道传播，部分资金实力雄厚的企业试水全产业链布局。资本正加快对泛娱乐各业态内容的渗透，以期在消费升级时代的泛娱乐产业爆发增长中获取溢价增值。

泛娱乐产业部分行业生态图谱



## 1.1.3 泛娱乐与金融融合为市场导入新活力

- **金融资本为泛娱乐带来新玩法**：金融资本的注入为泛娱乐的发展提出新鲜思路。既有创新推出的理财及证券化产品带动娱乐内容消费者参与作品发行，也有企业尝试全产业链布局，通过影游联动等方式充分发掘优秀资源内在价值，为消费者打造全方位娱乐体验。资本的涌入推动一系列优质内容开发公司生产口碑作品，促进娱乐产业内容升级。

### 助力内容生产

资本投资娱乐内容企业，促使其生产多样化内容，满足用户日益增长的不同娱乐需求。

### 创新参与形式

金融资本灵活运用金融创新，带动制作方和消费者共同参与娱乐产业，创造新产品新玩法。

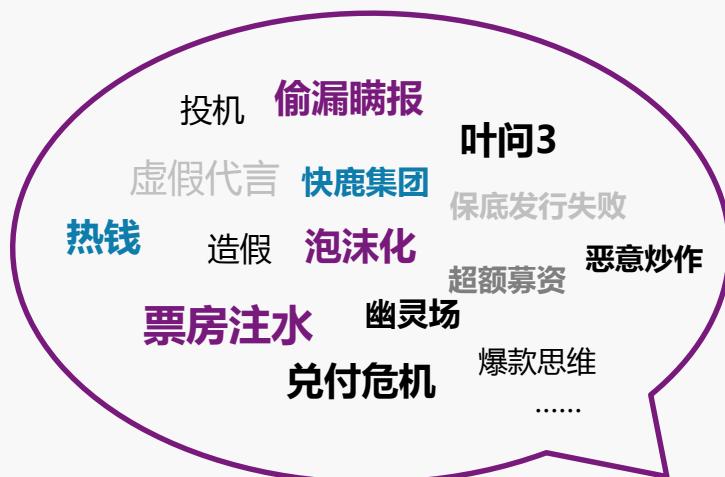
### 促进业态联动

部分企业布局全产业链，促进泛娱乐各业态联动，充分发掘优质内容的价值，打造完整体验。

## 1.1.4 泛娱乐与金融融合引发新问题

- **不规范操作扰乱正常市场秩序**：金融热钱的涌入对泛娱乐行业造成了一定冲击，部分参与者为了短期内获取高额收益，盲目利用明星光环，压缩制作时间而忽视作品内容把控，导致作品质量良莠不齐，影响娱乐内容生产；一些影视公司运用资本手段营造虚高市值，缺乏对中小股民的权益保障；更有滥用金融手段牟利者，对行业造成不良影响，已被广泛诟病。行业秩序需要权威参与者的正确引领，在遵守游戏规则的前提下实现健康发展。

### 2016年泛娱乐与金融融合负面现象



### 《叶问3》票房操纵事件造成不良影响

影视融资的部分不正当操作扰乱行业秩序，如《叶问3》在宣发期超额众筹募资，通过偷票房和幽灵场虚假排片进行票房注水等行为广受批判，并影响了发行团队后续影片的发行工作。其背后操纵者快鹿投资集团深陷兑付危机，成为金融企业参与影视行业投资的反面教材。

# Part 1

## 泛娱乐大生态下金融与泛娱乐融合潜力

- ◆ 1.1 行业篇：5000亿市场机遇与挑战并存
- ◆ 1.2 用户篇：超10亿用户共享泛娱乐盛宴

## 1.2.1 泛娱乐产业用户规模：超10亿用户享受多业态内容

- 电视剧受众最广，新兴业态增长迅速：电视剧受众群体庞大，用户最多；网生内容和直播的用户增速较高，未来将成为用户增长的主力业态。

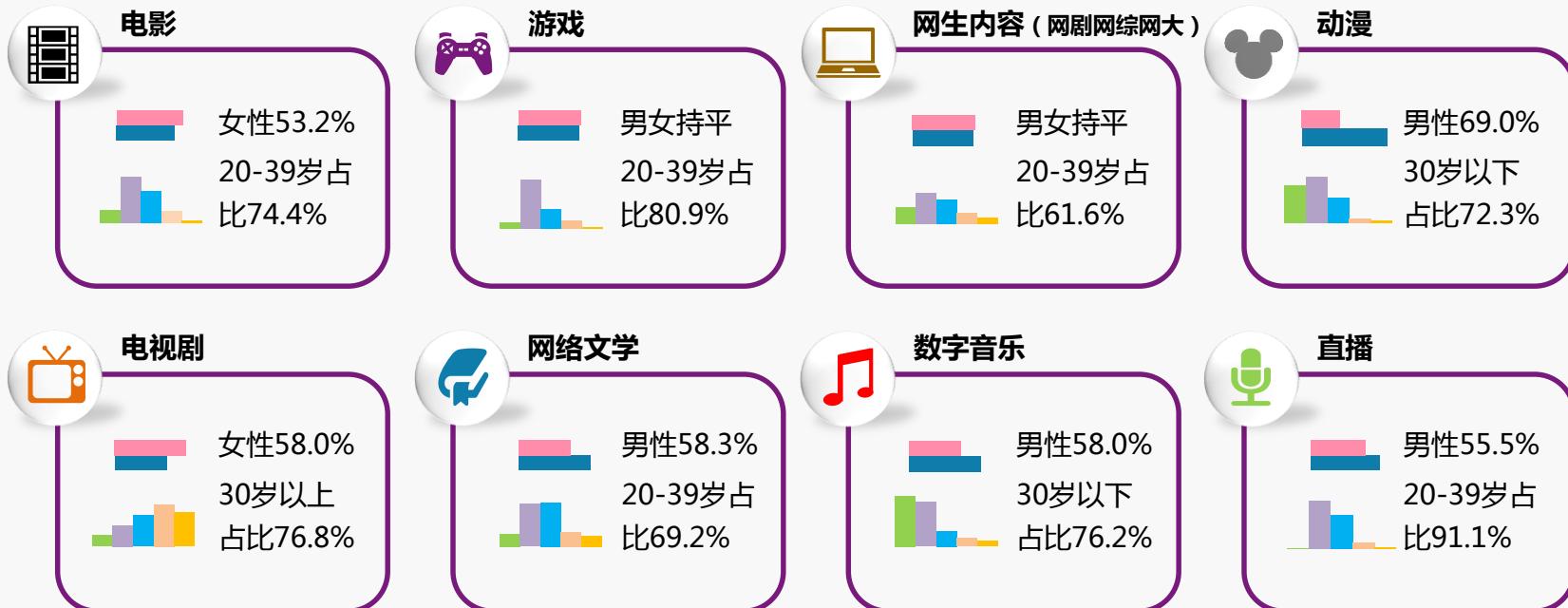
2016年泛娱乐各业态用户规模预估



注：网生内容包含网剧，网综和网络大电影

## 1.2.2 泛娱乐产业用户特征：不同娱乐内容的受众差异较大

- 泛娱乐不同业态受众差异大：整体来看，泛娱乐消费群体覆盖范围广，各细分业态的娱乐内容吸引了不同的受众，其中电视剧的女性受众最多，男性受众则偏好动漫；数字音乐和动漫吸引了更多“95”后的关注。



注：年龄段划分基准为19岁及以下，20-29岁，30-39岁，40-49岁，50岁及以上。

## 1.2.3 金融用户的泛娱乐内容偏好：整体关注范围广，男女偏好有较大差异



- **金融用户群体特征：**金融产品用户主要集中在20-50岁人群，这部分人群拥有稳定的收入，对新鲜事物的接受度相对较高，对娱乐内容的付费意愿较强且与收入呈正相关，男性和女性对不同内容的偏好存在差异。

### 不同性别金融用户对泛娱乐内容的偏好



#### 女性偏好

- 30岁以下：偏好都市爱情及古装题材
- 30岁以上：关注家庭题材的国产剧
- 偏好青春与剧情类
- 偏好移动端休闲益智类小游戏
- 关注可玩性
- 偏好穿越及言情类
- 年轻女性倾向于开全民直播做主播
- 热爱分享及社交

#### 电视剧

#### 电影

#### 游戏

#### 网络文学

#### 直播

#### 男性偏好

- 35岁以下：较偏爱恐怖题材
- 35岁以上：偏爱抗战谍战题材
- 偏好动作类及超级英雄系列片
- 偏好竞技类游戏
- 看重社交性
- 偏好盗墓，探险，军旅类
- 年轻男性闲暇时间较多者关注秀场直播
- 30岁以上男性更关注电视/赛事直播



喜爱日本动漫，题材偏好现代及架空类，30岁以下年轻受众多

动漫

数字音乐

最受欢迎男女歌手分别是陈奕迅与王菲，语言上偏好前三为华语，英语，韩语

## Part 2

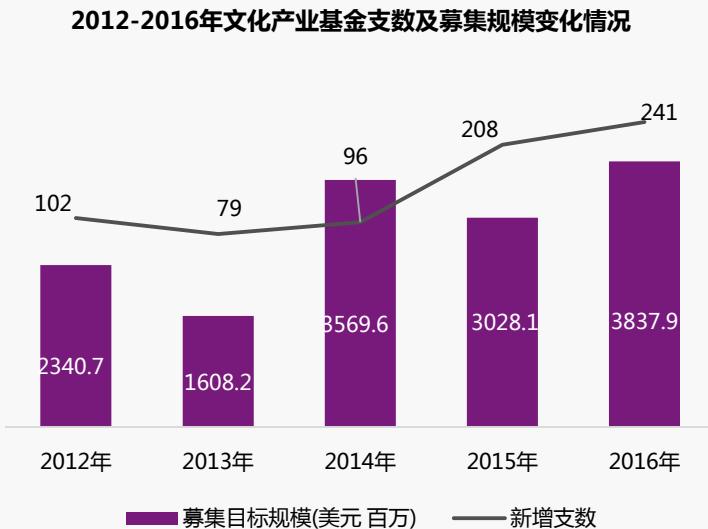
## 回顾2016，金融与泛娱乐融合典型玩法

- ◆ 2.1 金融投资，平台搭建助力泛娱乐产业创新升级
- ◆ 2.2 品牌植入，娱乐营销提升金融品牌效应实现引流

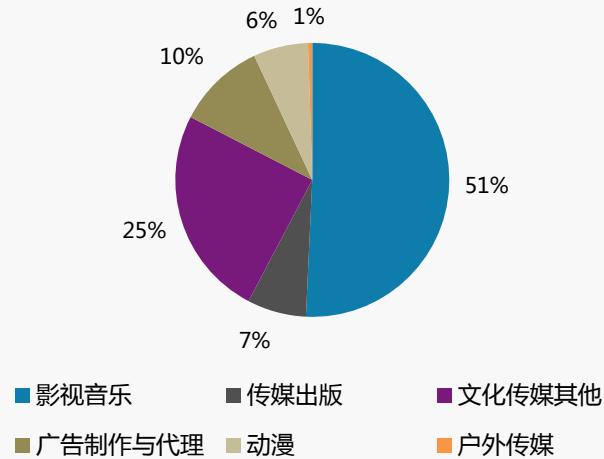
## 2.1.1 文化产业基金：募集规模近三百亿，影视音乐为主投领域

- **募集规模继续增长**：2016年，文化产业基金新增241支，募集规模达264.5亿元（3837.9百万美元），同比增长27%，主要集中在影视音乐领域。

2016文化产业投资基金发展状况



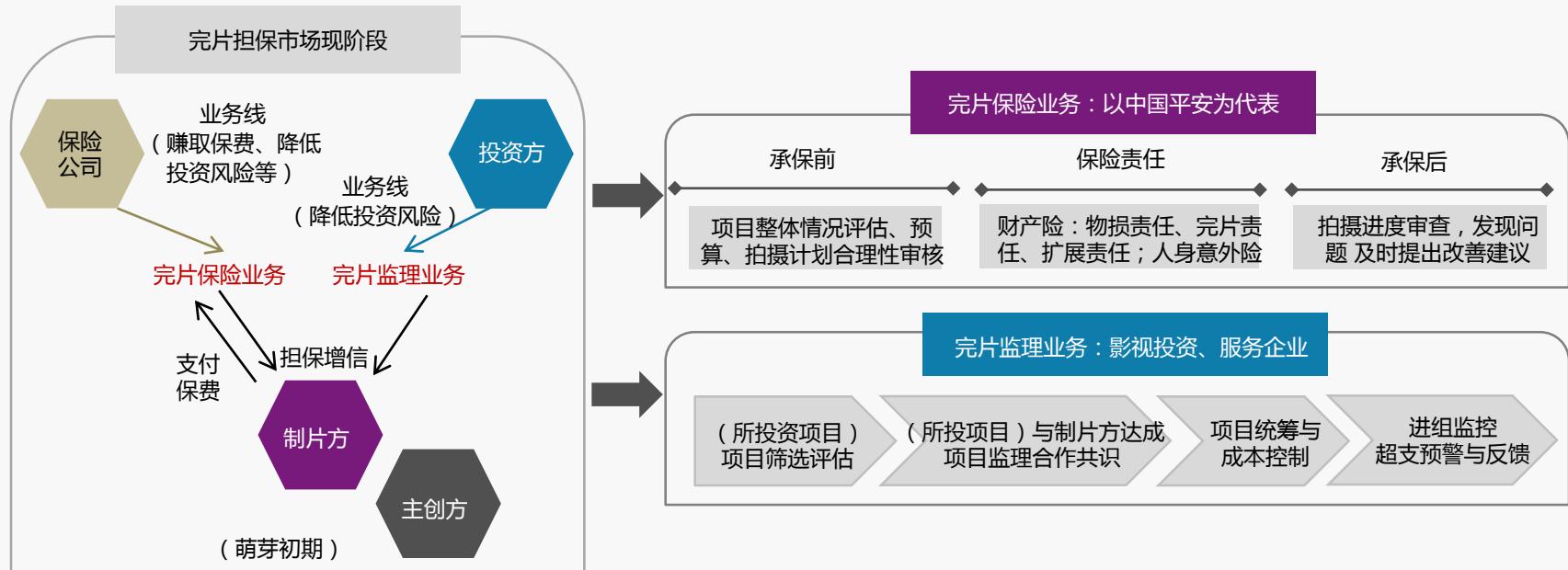
2016年国内文化产业基金各领域成立支数分布



## 2.1.2 完片担保：国内公司业务初探完片服务，萌芽初期态势良好

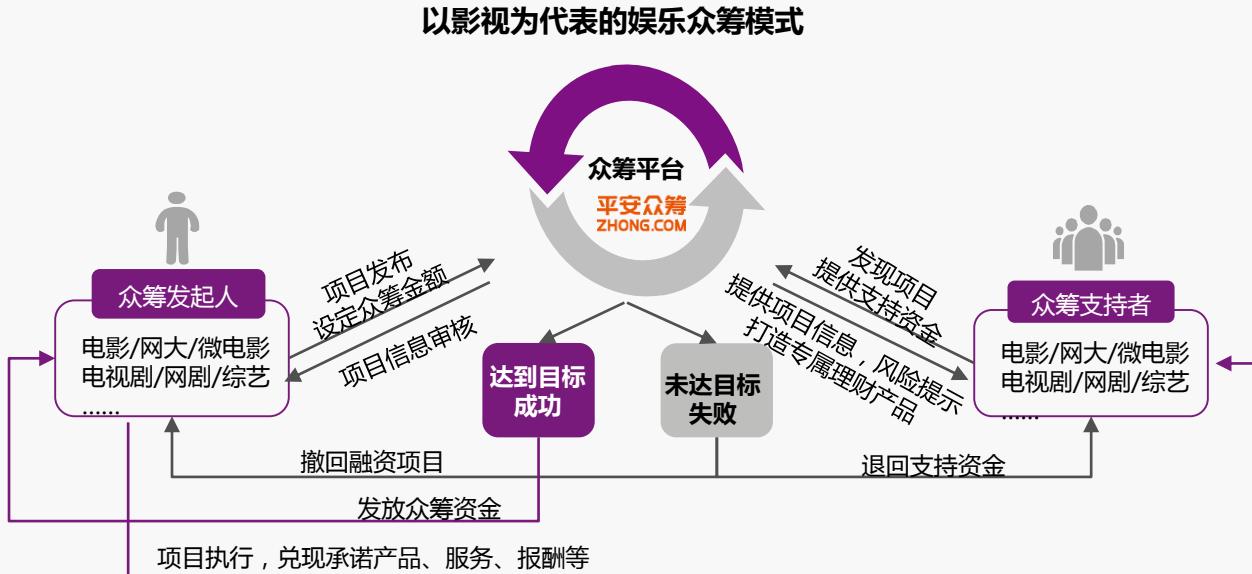
- “中式完片服务”试水，完片担保雏形显现：随着大量行外资本的涌入，分散影视项目制作风险，通畅资金退出通道呼声日益激烈。2016年，中国平安推出完片保险，投资公司自控影视项目完片风险的行动正不断推动中国影视制片管理工业化。

### 我国完片担保市场现阶段发展概况



## 2.1.3 娱乐众筹平台超50家，传统金融机构乘势转型

- **2016影视众筹平台超50家，成交额超4亿**：众筹以互联网金融为平台，搭建娱乐项目融资渠道，大众参与性高，主体感强，不仅为项目方提供资金支持，而且众筹本身就是营销热点，为娱乐项目增加人气。
- **传统金融机构纷纷转战互联网，搭建众筹平台。** 平安众筹2015年上线，截至2016年年底发布的120个众筹项目中110个众筹成功，成功率约为92%。其中《老炮儿》周边实物众筹，健康众筹均众筹成功。



**2016年影视众筹平台及成交额**



**影视众筹典型案例**



已筹金额158万  
支持人数3510

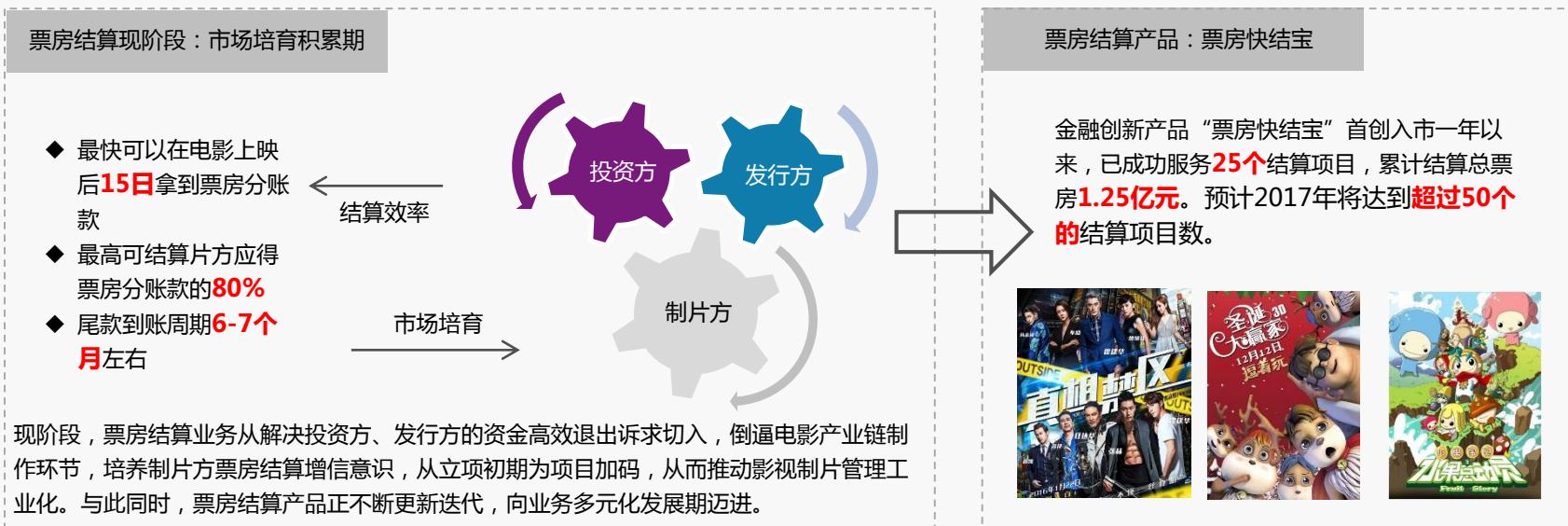
已筹金额4050万  
支持人数5100

## 2.1.4 票房结算：市场正处培育积累期，金融创新结算产品入市一年前景乐观



- **票房结算市场发展前景广阔**：传统票房结算流程复杂、耗时长，制片方常因回款不及时导致新项目无法开展，间接影响行业发展效率。2016年金融创新票房结算工具推出一年市场反应乐观。增强资方对票房结算的认知程度，培养片方票房结算增信意识将是市场现阶段的首要任务。

### 我国票房结算市场现阶段发展概况



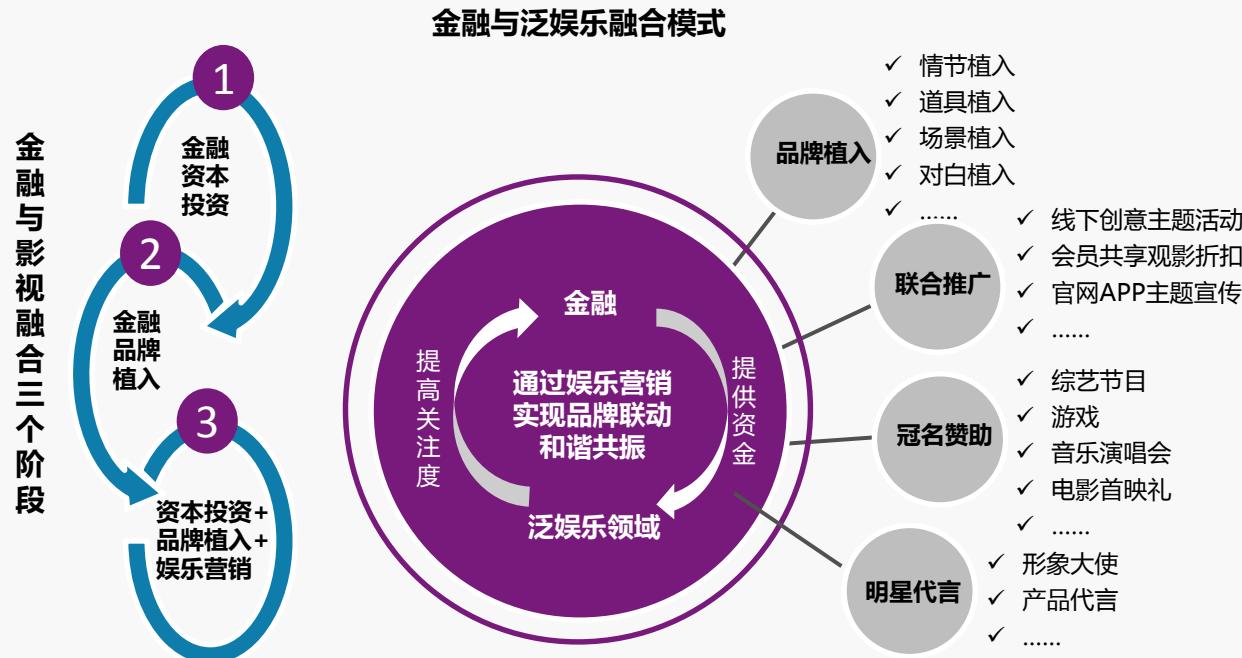
## Part 2

## 回顾2016，金融与泛娱乐融合典型玩法

- ◆ 2.1 金融投资，平台搭建助力泛娱乐产业创新升级
- ◆ 2.2 品牌植入，娱乐营销提升金融品牌效应实现引流

## 2.2 金融借势娱乐营销，从前期参与投资发展至品牌深度捆绑融合

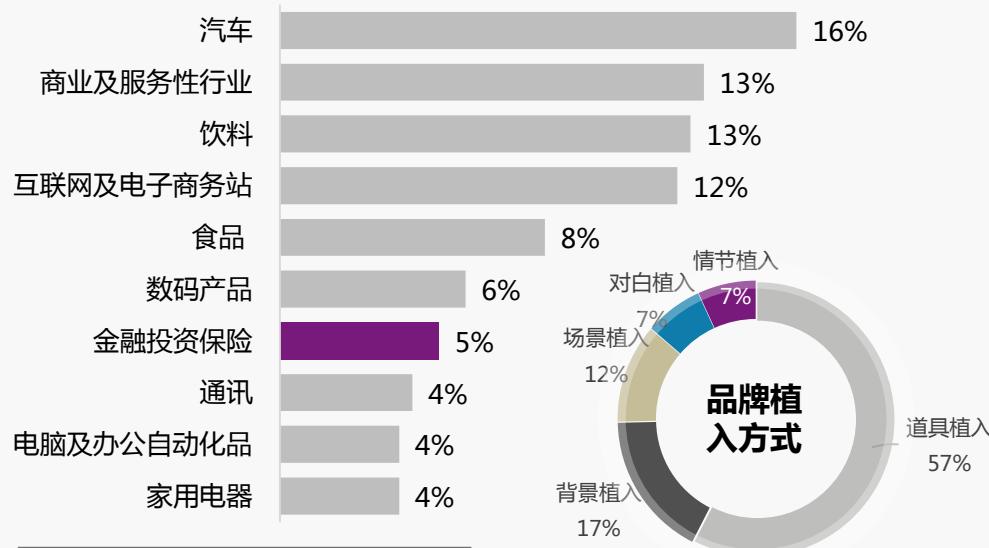
➤ **金融借势娱乐营销形成品牌共振**：金融与泛娱乐融合从前期简单资本投资发展到资本投资+品牌植入+娱乐营销新阶段。金融机构通过在泛娱乐领域整合资源，以品牌植入、联合推广、冠名赞助等方式不仅仅为影视项目提供资金支持，而且以娱乐营销的方式连接影视粉丝和金融用户，金融与影视资源联动，品牌互助，实现IP变现价值最大化。



## 2.2.1 品牌植入：金融从道具到情节全方位植入，最大化提高品牌曝光率

➤ **品牌植入提高金融产品声量：**金融投资保险类品牌植入居电影植入品牌类型前十，植入方式不仅仅局限与道具和场景，而是充分结合金融产品特性，与影视作品情节内容深度融合。这种情节上的植入更能达到润物细无声的效果，提高金融产品在电影观众的认知度和接受度。

2016年电影植入品牌类型TOP10



金融品牌植入典型案例



票房：11.6亿  
人次：3551万

票房：9亿  
人次：2862万

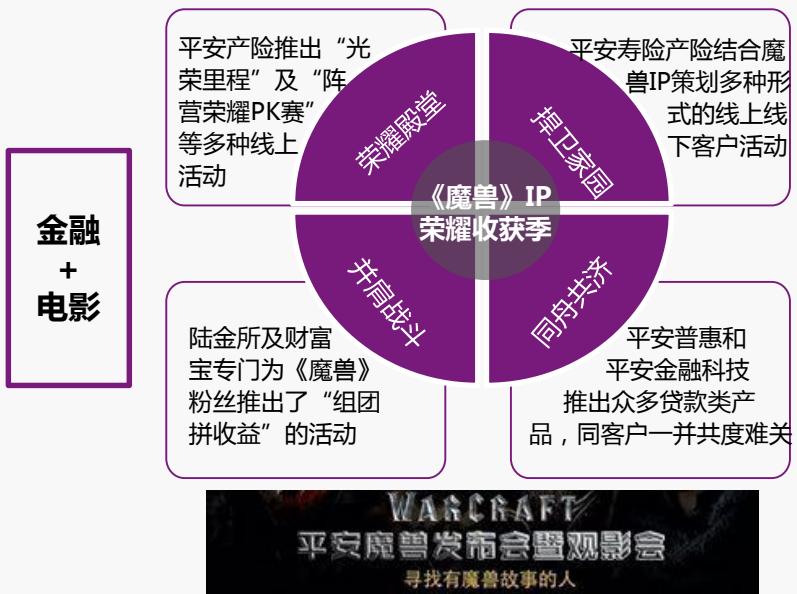
票房：2.8亿  
人次：851万

平安集团与热门影视项目联姻，将产品与情节融合，以植入扩大品牌声量，实现观影粉丝与金融用户的和谐共振

## 2.2.2 联合推广：金融联合泛娱乐多种业态，线上线下精准营销

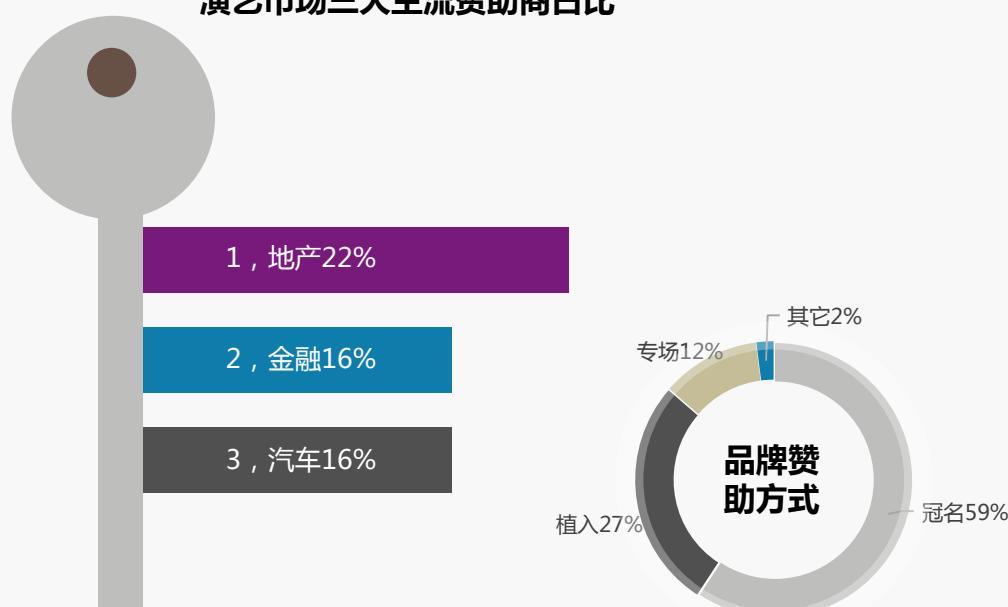
- ◆ **线上线下多业态联合推广布局粉丝经济**：金融结构联合多个娱乐业态，联合开展主题活动，对泛娱乐粉丝精准营销，提高平台流量。平安作为《魔兽》独家保险金融合作伙伴，专门打造了“荣耀收获季”的主题营销，联合新浪举办财经网红大赛，金融跨界直播，借势娱乐营销和粉丝经济增加客流。

### 金融与电影、直播等业态联合推广模式



## 2.2.3 品牌赞助：金融跨界音乐，赞助演唱会等促进用户导流

➤ **金融冠名赞助演唱会，线上直播+线下场景营销：**金融是演艺市场三大赞助品类之一，仅次于地产，赞助方式以冠名为主。金融冠名赞助不仅仅局限于线下演唱会场馆类活动冠名，2016年平安财神节线上联合直播平台冠名罗大佑演唱会，覆盖人次超900万，成功为平安平台实现引流。



### 金融品牌演艺市场赞助典型案例



中国平安2016财神节网络总冠名“假如我是罗大佑”演唱会，直播观看人数高达201万，还有715万人次回放，互动弹幕数量达2.19万条，成功为平安实现375万次引流。

## 2.2.4 明星代言：金融借明星效应提高市场关注度和品牌影响力

➤ **明星形象代言助力金融平台品牌影响力升级**：请明星代言不仅可以为平台增加曝光度，还可以借助“明星效应”，吸引众多粉丝用户和投资人。金融机构的明星代言人一般选择口碑较好的体育明星及当红艺人。如2016年，胡歌和刘涛分别担任中国平安大使和平安好医生大使，助力中国平安品牌形象不断升级。

近年来中国平安的部分明星代言人



## Part 3

## 展望2017，金融与泛娱乐融合发展趋势

- ◆ 3.1 专业化：影视资本运作向专业化发展
- ◆ 3.2 生态化：金融深度勾连娱乐产业上下游
- ◆ 3.3 定制化：针对娱乐用户定制开发金融产品

### 3.1 专业化趋势1：专项文化产业基金或将成2017年投资主流

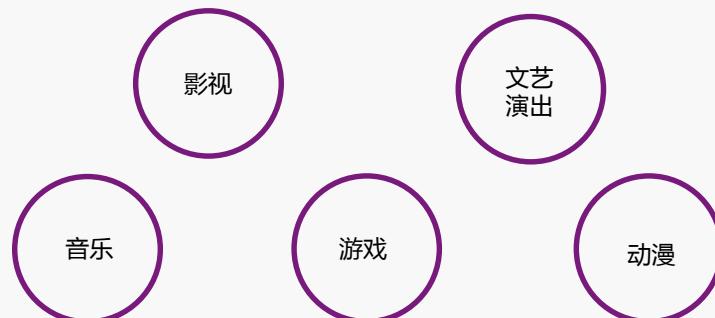
- **专注单一领域的文化产业基金更具竞争优势或将成主流：**文化产业基金的投资领域将集中到投资回报周期短、退出更容易的影视、音乐、游戏、动漫等娱乐业态中。政策对文化传媒类并购、IPO等退出渠道的收紧，使文化类产业基金在投资策略、投资方式等层面带来新的思考。

#### 文化产业基金投资领域以及发展趋势

##### 专项文化产业基金成主流

- ✓ 影音、游戏、移动互联网等行业领域具有较快的投资回报和较好的退出通道，更受产业基金投资者青睐。
- ✓ 基金投资领域竞争加剧，专注于单一领域，对单一领域进行地毯式搜捕、平台式布局，占领最优质资源的专项基金将成为未来发展趋势之一

##### 五大投向领域聚焦



### 3.1 专业化趋势2：“中式”完片担保助推中国影视制片管理工业化进程



- “中式完片保险”的探索与尝试助推我国影视制片管理工业化：目前我国的完片市场还处于各家试验的初级阶段。随着完片监理业务机制的不断成熟，影视金融产品的不断创新，我国的完片担保市场将随着电影产业的高速发展逐渐打开。

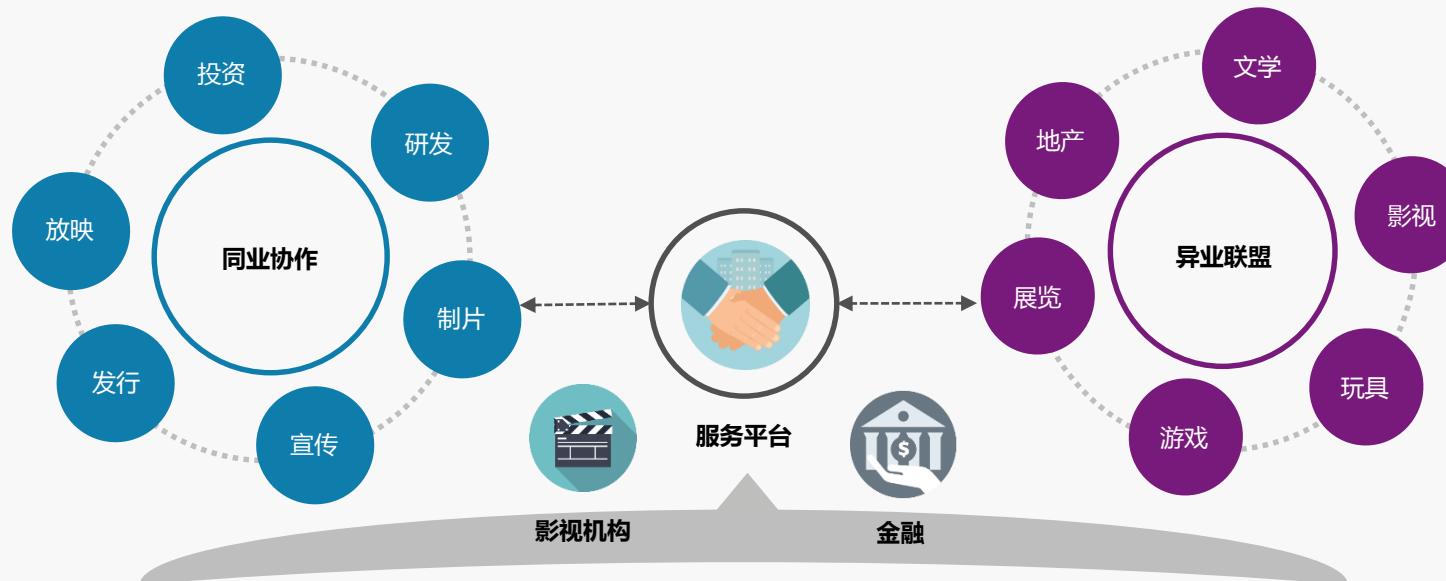
我国与国际完片担保业务情况对比及发展方向

对比维度	我国现状	国际情况	未来发展方向
发展阶段对比	雏形初期阶段	成熟运作	<div style="display: flex; align-items: center;"><div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 5px; margin-right: 10px;">内部 (实施主体)</div><p>运作机制更成熟、产品服务更完善</p></div>
实施主体对比	影视投资公司、保险公司	完片担保公司	<div style="display: flex; align-items: center;"><div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 5px; margin-right: 10px;">外部 (国内市场)</div><p>服务范围扩大，完片监理业务逐渐从公司内部“走出来”</p></div>
性质对比	产品或风控思路 (完片保险产品、完片监理风控思路)	业务 (完片担保已成为一种服务性业务)	<div style="display: flex; align-items: center;"><div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 5px; margin-right: 10px;">发展结果</div><p>业务独立出来，完片担保公司出现</p></div>
适用范围对比	完片监理大多用于投资公司自家的影视项目、完片保险产品面向小部分片方	面向整个影视制片市场	

### 3.2 生态化趋势1：金融牵头打造高效服务平台，实现同业协作和异业联盟

- **金融联合影视机构打造影视产业服务平台，实现同业协作和异业联盟**：影视行业内部，金融服务平台将实现桥梁作用，强化产业链条勾连层次和效率，引导影视泛娱乐同业协作；不同行业间，金融服务平台将打造跨行业协作“异业联盟”，为影视机构整合业外资源，助力影视实景秀、主题乐园等大型文化项目落地。

金融打造影视泛娱乐服务平台

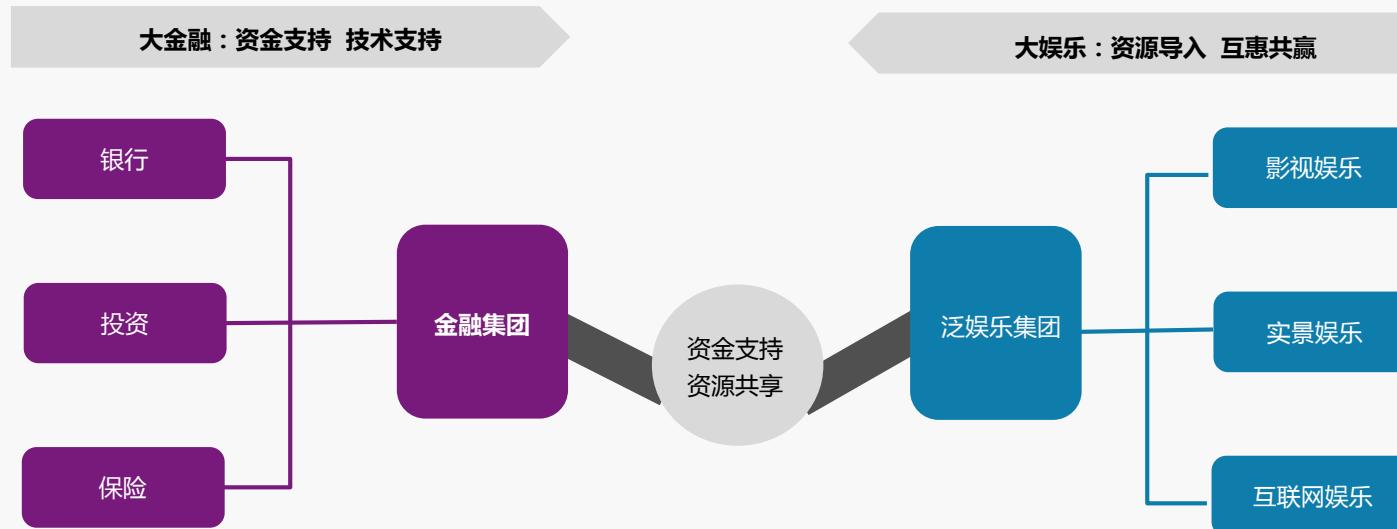


### 3.2 生态化趋势2：企业跨界深度融合，“大金融+大娱乐”的合作模式将全面展开



- **金融广泛布局泛娱乐，异业融合与股权投资为主流趋势：**平安集团作为金融业代表企业，正深入泛娱乐产业，实现异业优势互补，客群共享，加速金融泛娱乐商业生态环境的培育。

“大金融+大娱乐” 合作模式

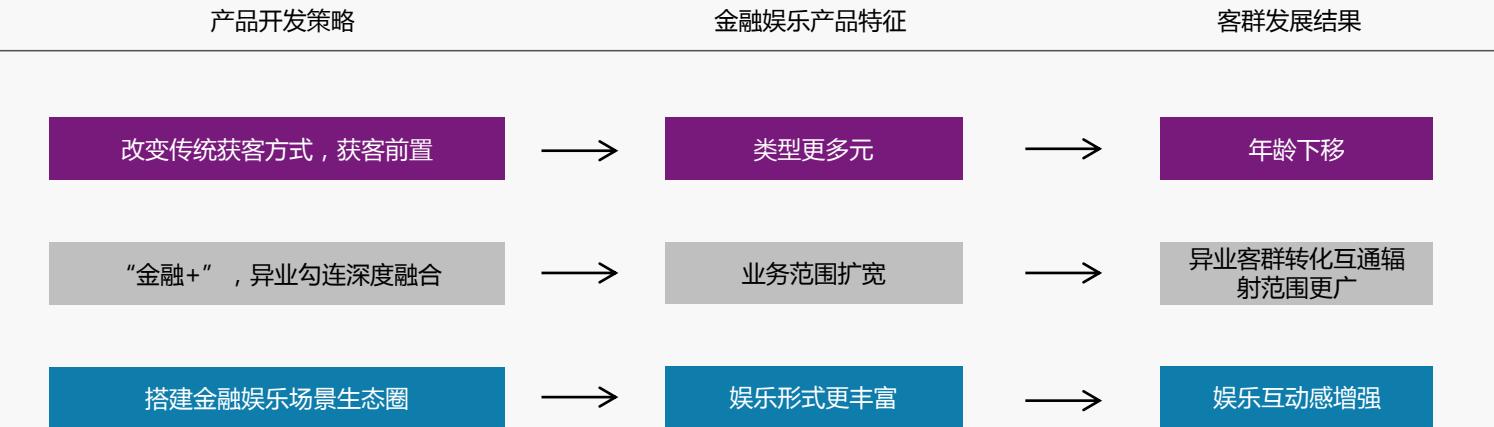


### 3.3 定制化趋势：针对金融娱乐用户开发多类型定制化产品服务将成主流



- **金融结合娱乐用户特点，多样的定制化产品将成主流**：随着泛娱乐产业的火爆和金融客群生活方式的互联网化与娱乐化，金融产品的获客方式和互动方式也在悄然改变。未来的金融娱乐产品将深挖娱乐用户金融诉求，通过优化获客方式、深入融合多种娱乐形式，向创新多元化迈进。

#### 金融娱乐化定制产品发展趋势特点



**www.entgroup.com.cn**



泛娱乐大数据平台领航者