

## 口红效应加速中国文化创意产业突破“融资难”

中新社北京 10 月 28 日电（尹力）“口红效应”加速文化创意产业发展、拓宽多元化渠道破解“融资难”……10 月 28 日，近 400 位专家学者及业界精英汇聚 2010 第四届中国北京文化创意产业投融资论坛，以“文化金融年：改革与创新”为主题展开探讨，揭示出中国文化创意产业在经济低迷时期的发展机遇。

### “口红效应”加速文化创意产业发展

谈到文化创意产业在金融危机中的逆势发展，北京市文化创意产业促进中心副主任吴锡俊多次提到“口红效应”一词。

“口红效应”源自海外对某些消费现象的描述：每当经济不景气，消费者就会转向廉价商品，口红虽非生活必需品，却兼具廉价和粉饰的作用，能带来心理慰藉。几乎每次经济危机过后，与文化相关的产业都会因“口红效应”受益，迎来黄金发展期：美国在 1929 年至 1933 年经济萧条时，几乎所有行业都沉寂趋冷，但好莱坞的电影却趁势腾飞；亚洲金融风暴时，韩国受到很大影响，但随后提出“文化立国”救国方针，让“韩流”风靡全亚洲……

受国际金融危机影响，中国对外出口大幅降低，不少传统产业增速放慢，而以电影、网游、艺术品交易等为代表的文化创意产业却逆势上扬。2009 年，北京市文化创意产业实现增加值 1497.9 亿元人民币，占北京市 GDP 的 12.6%，成为了首都经济的重要支柱。

### 以金融创新推动文化创意产业发展

中央财经大学金融学院银行业研究中心主任郭田勇在论坛上提到，文化创意产业是个轻资产性质的行业，企业往往有形资产少、无形资产多、抵押担保品不足……这是文化创意产业融资难的主要原因。

特别是中国的文化创意产业，以中小企业居多，它们主要靠自有资金注册、自有资金运营。遇到资金瓶颈时，只能考虑项目合作融资、被并购融资等方式，融资的渠

道可谓是非常狭窄。

中国人民银行金融市场司司长谢多在论坛上表示，金融机构一方面要控制信贷风险，另一方面也要针对文化创意产业的特点，开发和创新多元化、多层次的信贷产品。另外，还可以通过培育文化产业保险市场，实施文化产权评估交易等具体措施，加大金融对文化产业发展的支持力度。中央和地方财政可以通过文化产业发展专项资金和投资基金等，对符合条件的文化企业，给予贷款贴息和保费补贴。

论坛上，北京市文化创意产业促进中心与中国农业银行北京分行签订了文化创意产业与金融资本对接的战略合作协议。根据这项协议，中国农业银行北京分行每年将为首都文化创意产业提供 200 亿元人民币的融资额度。

中国农业银行北京分行副行长张君儒透露，首都第一家信贷广场 11 月 9 日将在北京中关村地区开业。届时，广场将推出组合经营模式，引进私募基金、风险投资、信托等多方机构以直接投资或者间接投资的多种形式前期介入，以期拓宽文化创意企业融资渠道，从根本上解决其“融资难”问题。