

融资之王

RONG ZI ZHI WANG



探索中国式融资路线图



品牌、定位、市场？
何为融资之利器？

外资、民贷？
何为融资之来源？

融资的功夫在融资之外。

肖铎 | 编著



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

013052444

F279.243
112

融资之王

RONG ZI ZHI WANG

探索中国式融资路线图

肖铎◎编著



北航

C1656189

中国财富出版社

01302544

图书在版编目 (CIP) 数据

融资之王: 探索中国式融资路线图/肖铎编著. —北京: 中国财富出版社, 2013. 6

ISBN 978-7-5047-4681-8

I. ①融… II. ①肖… III. ①中小企业-企业融资-研究-中国
IV. ①F279.243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 092051 号

策划编辑 范虹轶
责任编辑 陈莎

责任印制 方朋远
责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)
010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网址 <http://www.cfpress.com.cn>

经销 新华书店

印刷 北京东海印刷有限公司

书号 ISBN 978-7-5047-4681-8/F·1950

开本 710mm×1000mm 1/16

版次 2013 年 6 月第 1 版

印张 15.5

印次 2013 年 6 月第 1 次印刷

字数 222 千字

定价 35.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换



前 言

随着中国经济的发展，中小企业在经济社会发展中的作用日益凸显。与大企业相比，中小企业在资金、信息、人才、技术、管理诸多方面处于劣势。希望政府部门能通过深化金融体制改革，加快建立面向中小企业特别是县域中小企业的金融扶持体系，积极支持国有商业银行从行业准入、风险控制、补偿机制、信贷投向、网点布局等方面，向县域中小企业倾斜，切实帮助中小企业拓展融资渠道。经过十余年的金融体制改革，我国已初步建立了多元化的现代金融体系。然而以四大国有商业银行为核心的金融体系，其服务主要面向国有大企业，中小企业信贷仅为其“副业”。依托大银行解决中小企业融资的模式在理论上意味着较高的融资费用与成本，因而不适用于中小企业。因此，从中长期来看，有必要创立专门的中小企业信贷银行，专为中小企业提供信贷服务。

建立专门的中小企业信贷机构，较为可能的途径是在城市商业银行、城乡信用合作社等区域性银行基础上改制创建专门的中小企业银行，充分发挥其“立足地方、服务地方、特色服务”的优势，为中小企业提供信贷融资支持。目前城市商业银行与信用社发展战略和国有商业银行趋同，市场定位模糊，极力与国有商业银行争夺大城市、大企业客户。从其自身经营能力和市场细分的观念来看，城市商业银行与信用社应调整发展战略，将中小企业作为主要目标市场。考虑到中小企业贷款隐性成本高的特点，国家应加强引导，给予适当补贴，调动中小企业信贷机构的积极性。同时，要通过改革公共财政体系，进一步把扶持中小企业加快发展作为公共



财政建设的重要任务，建立健全包括资金、税收、融资等方面一系列扶持政策措施，加大对中小企业资金支持力度，缓解中小企业融资困难。

目前，中小企业在市场准入、产业选择、行业标准、产品质量、法律保护、金融支持以及社会服务各个方面的要求越来越高、越来越迫切，这对服务中小企业发展提出了更高要求。作为目前我国中小企业外部融资的主要渠道，在当前国有银行的改革中需要重视中小企业的信贷融资。

第一，国有商业银行必须创新观念。应辩证地对待大、中、小企业关系，真正做到贷款行为准则以效益为中心，步出以企业规模、国有、民营作为贷款依据的误区。对中小企业合理的资金需求应一视同仁，逐步提高中小企业信贷支持比例。按照国家的产业政策确定中小企业贷款投向，适当下放中小企业流动资金贷款审批权限，修订企业信用等级评定标准，建立中小企业贷款的激励机制，为中小企业营造良好的贷款环境。

第二，为中小企业提供全方位的金融服务。银行对中小企业提供的从企业创办、生产经营、贷款回收全过程的金融服务，包括投资分析、项目选择、融资担保、财务管理、资金运作、市场营销等内容。全方位的服务，将极大地增强中小企业客户的市场竞争力，保证贷款的回收，降低信贷的风险。

第三，主动参与中小企业改制与重组。中小企业改制与重组是盘活沉淀在中小企业中的银行债权的重要途径。通过资产换置及变现，部分银行贷款得以回收。要积极对照国家产业政策，运用金融产品支持中小企业转变粗放式增长方式，加快产业结构调整步伐，促进中小企业增长方式的转变。此外，银行对中小企业改制的同时要培育稳定的中小企业客户群，实现银企“双赢”。当前，特别要主动适应国家发展规划和宏观调控政策导向，下力气引导中小企业加强自主创新能力建设，积极运用金融手段，促进中小企业引进新技术、新产业，改造并提升传统产业，积累自己的技术力量和经验，增强企业核心竞争力。要加强中小企业发展的政策研究和工



作调研,更广泛、更深入地掌握中小企业的发展情况,并结合金融业务的拓展,在政策扶持、改善环境、破除垄断、拓宽融资渠道等方面提出意见、主动作为,为中小企业发展提供更多、更好、更有成效的金融服务。

中小企业信用缺失是导致其融资难问题从而制约其发展的突出因素。所以,建立中小企业信用服务体系是缓解中小企业融资难、促进中小企业发展的有效途径。加强中小企业信用管理工作,加快中小企业信用社会化服务体系建设,是进一步改善和优化中小企业发展环境、切实解决中小企业发展过程中遇到的困难和问题的重要环节。一方面,要着眼于诚信建设,加强对中小企业诚信文化、诚信观念的培养和引导,夯实推进信用体系建设的思想基础和工作基础。同时,大力推进中小企业的信用制度建设,健全和完善中小企业信用信息征集、信用等级评价体系,促进中小企业信用信息查询和服务的社会化。当前,特别要注意联系县乡实际,扎实抓好创评“文明信用企业”“文明信用农户”活动的推广,组织县域金融机构及时掌握中小企业诚信档次、信用等级评定和欠贷情况,发现先进典型及时推广,发挥典型的示范作用,促进中小企业信用环境的改善。另一方面,要着眼于营造中小企业又好又快发展的社会环境,大力推进中小企业融资担保机构的建设,鼓励和支持金融机构特别是面向县域、面向农村的各种金融组织,更新经营理念,改革机制体制,创新金融产品,大力推广小额信贷、联保贷款以及林地、资产担保等多种模式,提高对中小企业的金融服务水平,推动信用担保评估和行业自律制度建设,引导和规范社会中介组织特别是信用担保行业发展。

股市中小企业板的设立,为中小企业专设了一个新的融资平台,对中小企业的培育、规范、引导和示范作用日益显现。在中国,不少中小企业具有一定科技含量和市场前景,特别是生物医药行业一些重点企业、重点产品,通过上市融资具有较大的潜力和空间。要采取切实措施,组织专门班子,对列入全国重点的中小企业进行重点帮扶、分类指导,推进中小企



业制度创新，提高中小企业的整体效益和质量，支持和力争更多的中小企业进入资本市场发展壮大。企业上市不仅能够通过资本市场得到足够的发展资金，更重要的是由于有现代资本市场一整套严格的监管和风险保障措施，可以帮助中小企业迅速进入规范化的管理和运营状态，从而大大提高新兴企业的经营素质和市场竞争力。

作者 胡冬明

2013年1月



目 录

第一章 融资的功夫在融资之外 1

案例一 张艺谋的“印象系列”吸金律 3

一、品牌就是“吸金石” 7

二、让产品洋溢着商业气息 10

三、打造鲜明的地方名片 13

案例二 风投商扎堆寿光“卖菜” 17

一、寿光蔬菜现象 20

二、有品牌了，事情就好办了 23

三、成功最能说服人 26

案例三 三轮融资，“驴妈妈”如虎添翼 28

一、“驴妈妈”成长记 32

二、超凡脱俗的市场定位 37

三、“驴妈妈”是怎样变成“黑马”的 40

第二章 融资正道是沧桑 45

案例一 “开心农场”终于开心了 47

一、养好“千里马”，静候“伯乐”上门 49

二、甜之前，必将经历一个煎熬阶段 52

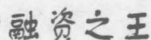
三、市场先验法：让产品先“硬”起来 53



案例二 李开复两岁半的“创新工场”举步维艰	58
一、融资的股权比例遭到质疑	62
二、48个项目, 18个获得A轮融资	64
三、创新项目融资的衡量	65
第三章 民间融资的现状和出路	69
案例一 温州现象推动金融改革	71
一、“由下而上”之痛及其代价	75
二、市场的“无形之手”与政府的“有形之手”	76
三、破解民企融资难题	78
案例二 福州民间借贷现象	84
一、银行信贷投放严重滞后	91
二、“官银”悄然流进高利贷市场	96
三、担保业伺机进入民间借贷	100
四、民间借贷的风险在哪里	103
案例三 山西民间融资额度巨大	109
一、中小企业不同融资要求	115
二、温州实体产业空心化, 而山西不是	117
三、山西企业倚重于银行间接融资	119
第四章 融资大搏杀的时代	121
案例一 风投牵手“拉手网”	123
一、同质化时代的必然结果	127
二、资本驱动, 热门行业遍地开花	130
案例二 阿里巴巴投资五洲在线	134
一、阿里巴巴要做实体风投商	136



二、经济实体给战略客户投资，等于帮自己	138
三、为了增强自身的市场力而投资	142
案例三 一双筷子的风投——双枪竹木融资案	146
一、双枪竹木的战略目标及发展之路	151
二、风投者的小算盘和眼光	154
第五章 走出国门，募集外国人的钱	157
案例一 当当网 2010 年年底在纽交所上市	159
一、海外上市，都有相似的目的和诉求	164
二、海外上市的“围城效应”	166
三、境外上市给企业带来的好处	170
案例二 小肥羊——摆脱小股东方便决策	174
一、曾经号称“中华火锅第一股”	179
二、小肥羊的权益融资过程	179
三、2012 年 2 月 2 日，小肥羊摘牌退市	185
案例三 阿里巴巴——整体上市和中小投资者之伤	187
一、公司市值被严重低估带来的负面效应	193
二、上市公司身份不利于长期业务开拓	197
三、私有化也可能是纯粹的套现行为	199
第六章 独具慧眼，创新思维	203
案例一 银行排队发现商机获风投	205
一、只要有心，到处都有商机	208
二、为消费者和商家创造价值，等于为自己创造价值	210
案例二 出版传媒牵手盛大文学	214
一、资源优化，优势互补	218



二、构建立体化产业格局	220
案例三 江苏凤凰出版传媒发行融资券	222
一、短期融资券的信用风险	228
二、滚动发行机制隐含“短债长用”的投资风险	231
三、短期融资券风险可能向银行转移	232
四、短期融资券的优缺点	233



第一章

融资的功夫在融资之外





案例一 张艺谋的“印象系列”吸金律

资本力量打造出了中国文化市场的独特现象“张艺谋制造”。继《印象·刘三姐》《印象·丽江》《印象·西湖》《印象·海南岛》之后，由张艺谋、王潮歌、樊跃组合而成的“印象铁三角”推出的耗资1.5亿元的大型山水实景演出《印象·大红袍》。

《印象·大红袍》和印象系列一样，是张艺谋跳出电影、获取成功的一个极大的卖点。无论是公司化运作，还是风险资金入股，都证明了一点，即这是一个成功的运作。虽然偶尔会有一点的小质疑，但是在这样一个鼓励个性声音的时代，这种质疑与地方旅游事业和张艺谋的双赢相比，显得无足轻重。

大型实景演出项目“印象”系列由张艺谋领衔的北京印象创新艺术发展公司担任主创团队，根据地方政府牵头组成的投资方的要求，结合景点特色和文化打造。近年来各地雨后春笋般崛起的项目耗资动辄上亿元，由此不断遭受质疑。有备而来的女导演王潮歌不等发问，就以一组数据先声夺人。“有人说我们是‘印钞导演’，我们十分荣幸。”“印象·刘三姐”7年演出2000多场，仅2009年就演了497场，观众达130万人，年演出收入超过2.6亿元。目前观众需求还在不断增加，座位从最初的1880席扩建到3700席；“印象·丽江”2009年演出900场，共有140万人观看，净利润7300万元；号称投资8000万元的“印象·丽江”实际投入只有5000万元，3000万元用于建造游客集散中心，回收成本也相当快速。

张艺谋导演也表态说，“我对具体数字不太清楚，但印象系列一直很



赚钱，有人说它怎样，我从不去辩解，但我觉得应该认真调查研究再发言。”张艺谋表示，现在大家有娱乐消费的需要，投资者和艺术家在遵守法律、确保环保的条件下，应该多做一些这样的事情。“很高兴印象系列能成为例子，不是吹牛，印象绝对称得上范例。”

早在2006年，风险投资巨头IDG已经悄然入股了北京印象创新艺术发展有限公司，其后SIG也成为北京印象公司的股东。在确立了每个“印象”投资后，北京印象公司会和几个合作方再成立一个当地企业，比如《印象·海南岛》的出品公司是“海南印象文化旅游发展有限公司”，由后者负责该项目的运营。

广西桂林阳朔，两平方千米漓江为台，书童山十二峰为幕，渔火星星点点，忽远忽近，一位女士从LV包中掏出手绢擦去几滴泪水，她说看到了人生的幻灭。这是艺术，但除了幻灭之外，她忽略了金灿灿的一面。为观赏这场名为《印象·刘三姐》的实景演出她支付了238元。2004年第一次演出时，全场座位1888个，还有造型，排列成梯田的形状，如今讲究不得，只能密密麻麻地加座，加到了3100多个，旺季时一晚要演两场，场场爆满，一年共有300来天演出，算下来演出收入就达到1个多亿。

阳朔过去只有一条街道，游客不会过夜，现在三、四星级宾馆随处可见，不仅阳朔，桂林旅游资源一度因其他景点分流而逐年下降，有了“刘三姐”，该市GDP拉高了2个点。

这就是张大师创造的财富效应。

《印象·刘三姐》普通票和贵宾票价格分别是180元和320元，总统票是680元；《印象·丽江》票价分为190元和260元两个等级；《印象·西湖》的普通票价是220元，如果坐在水面上的画舫里欣赏演出，下层票价是450元，上层则是600元。

《印象·海南岛》的门票价格，也因座位位置不同分为238元和288元两种，还有688元的包厢座位。综合上述价格，“印象系”每天的门票



收入保守估计在 200 万元以上。



创新

不仅仅是影视产品融资的镜子

“张艺谋从第一天出道开始，经过多少艰难，受过多少困苦，里面的事太多了，但归结起来，就是一个‘钱’字，找不到钱，或者找到钱，花得让人家不满意，让人家亏了钱，赚的钱没有人家期望值多，都会是问题。”一位曾与张艺谋有合作的匿名商人这样讲，“有人说生活是艺术的土壤，但钱也是，很简单，包括张艺谋，没人给他出钱拍电影，就没有今天，没有人出钱做《印象》、做《图兰朵》，可能奥运会开幕式也轮不到他，因为他没有实景演出和舞台演出的经验。”

用空前宏大的方式演绎奥运会开幕式后，“找他的人可以从东直门排到西直门。”他的朋友、“老板”、新画面公司董事长张伟平说。张艺谋已成为中国跨界最广泛的导演，除电影以外，还有歌剧、实景演出、芭蕾舞、广告等。他就是写本书，不管什么内容，也一定会畅销。

截至 2009 年 6 月 21 日，在中国内地票房收入超过 1 亿元的影片共有 39 部，其中华人执导的有 22 部，张艺谋作品居其三，票房总收入约为 6.946 亿元，这一成绩仅在冯小刚之下（冯有 4 部影片票房过亿，总收入为 8.23 亿元），而且张艺谋为筹备奥运会已 3 年未拍新片。一种被新画面公司否认的传言是，他在奥运之后导演费飙升到 2000 万元人民币，这已是华人导演中的最高身价。另外，其在实景演出、歌剧等领域创造的商业价值和个人收入都无法估算，为投资方创造的价值不会在一部大片之下。

对投资者来说，张艺谋的每一次跨界都意味着吸金之门洞开，他的艺术尝试可以被开发为系列产品，纳入文化工业流水线。不过张艺谋不是赵



本山，后者已成典型的文化商人，主动参与商业，既是艺术家，也是东北文化的产业推手，而他在产业链中就是创作者，没有进入商业化状态，尽量在各种商业力量的拉扯中保持平衡，既不能太远，也不能太近。

所谓“猎金”张艺谋，无非是一群聪明人怎样创造、维护、提升这个品牌，然后围绕它去创造商业价值的故事。有趣的是，在这场“猎金”的游戏中，张艺谋本人并未被裹挟，却又始终是主角。

“没有人双手送给你一个白馍馍吃，你挣扎，你奋斗，你适应，你调整，最后从缝隙中挣扎出来的你长得一定旺。”他曾在一次讲座中告诫北影的学生。这符合他的名字：艺谋。20多年前同行陈凯歌为他写的那篇妙文《秦国人》中，将其解释成“为艺谋，而不为稻粱谋”。20多年后，也许可再次解释成“为艺，谋稻粱”。

面对《中国企业家》，张艺谋刻意回避讨论“商业、资本、营销”这些问题。他说：“我也没有走得太近的商人朋友，都是些活动或者应酬。有时候场合上别人一介绍，某人才30多岁或者40来岁，就已经有几十个亿，这时我会很好奇，好奇他们怎么能迅速集聚这么多财富，你知道，我们这一行挣的是辛苦钱。”“不过今天所有成功的企业家，你问一问他们，真的是他们自己有那么大能耐吗？他首先应该感恩这个时代，要放到过去你还这么挣钱？还这么发展？早就收拾你了，你信不信？实际还是时代给了他们所有的可能性，才有了这些身价以亿计的企业家。”

他倾向用“时代”这类大图景解读商人的成功以及自己的成功。不过万能的理由无法完整说明，为什么今天多数导演为之死去活来的创作经费，可能还不够他在《满城尽带黄金甲》中布置一地绽放后又被践踏的菊花。

除了才华与气质，不可否认，围绕在他身边的商业力量的推波助澜是让张艺谋创作平台（也是商业平台）越来越广阔的原因。