中国文化金融数据库
China Culture Finance Database

中国文化金融数据库月度报告

2022 年 3 月（第 1 期）

北京立言金融与发展研究院
北京新元文智信息技术有限公司

2022 年 4 月

目 录

摘要 1
一、文化产业融资总体情况 2
（一）文化产业融资总体形势良好，债券渠道贡献明显 2
（二）核心领域占据主导，文化传播渠道业环比升温 4
（三）地域分布相对集中，广东优势显著 5
二、我国文化产业投融资渠道分析 6
（一）私募股权：市场发展向好，广东领跑全国 6
（二）上市：投资节奏放缓，企业融资需求旺盛 8
（三）新三板：新增挂牌市场表现平稳，投融资市场发展向好 11
（四）并购：市场低位运行，交易规模呈现下滑走势 13
（五）债券：融资市场升温，江苏融资实力相对强劲 14
（六）信托：融资市场趋冷，渠道贡献度较低 16
（七）众筹：融资表现活跃，市场发展良好 16
三、文化金融业界动态 18
（一）国家进一步实施小微企业“六税两费”减免政策 18
（二）国家艺术基金“十四五”资助规划共资助 3200 项 19
（三）六部门联合发布《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》 ... 19
（四）文化和旅游部 2022 年度部门预算约 89.9 亿 21
四、文化金融案例分析 21
（一）兆讯传媒成功登陆深交所，募资 19.94 亿元 21
（二）智能投影仪头部品牌坚果投影获投 10 亿元 23
五、总结与点评 25

摘要

随着稳增长政策发力，国民经济延续恢复发展态势，文化产业相关活动有序开展，文化产业投融资市场虽然出现一定波动，但总体形势良好。3 月，文化产业融资规模达到 212.17 亿元，环比 128.73%，因上年同期百度集团、哔哩哔哩上市高额融资影响（合计融资约 441 亿港元），同比下降 67.14%。从融资渠道看，债券处于主导地位，贡献了 51.80%的资金，并呈现上行走势，融资规模同环比增长 48.51%、54.79%；上市渠道明显发力，成为（环比）重要增长极，首次募资、（发行股票）再融资合计融资规模从上月的 4.44 亿元增长到 61.60 亿元。从融资行业分布看，79.20%的资金涌入六大文化核心领域，共计融资 168.05 亿元，环比增长 91.63%，但同比下降 71.99%。从融资地域分布看，广东保持上月优势，46.80 亿元融资规模继续居各省市首位，占全国的比重为 22.06%。在投资方面，上市文化企业节奏放缓，投资规模同环比分别下降 65.99%、10.31%；新三板挂牌文化企业投资总体平稳向好，投资规模环比增长 61.88%，但不及上年同期，同比下降 40.35%。

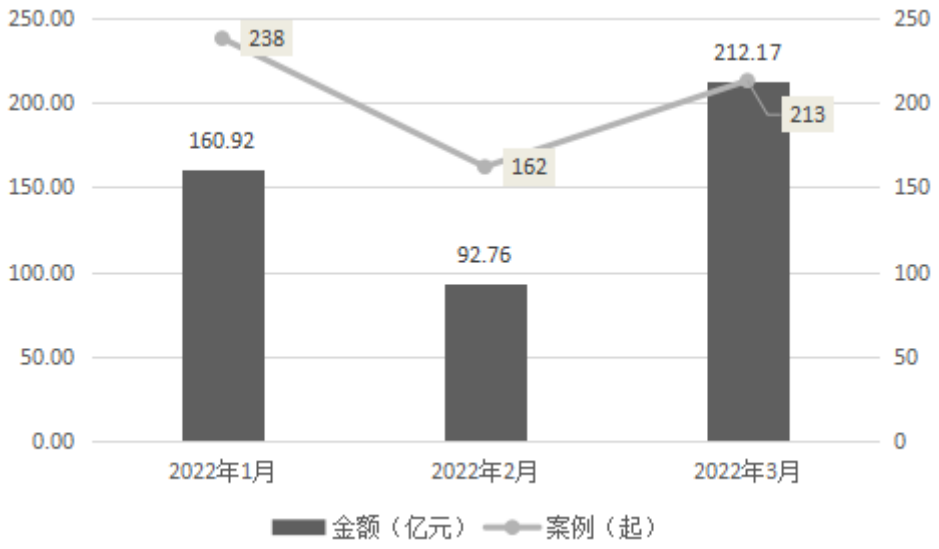
一、文化产业融资总体情况

经历过春节假期之后，2022 年 3 月，我国文化产业融资发展回归正常活动周期，实现恢复性增长，融资规模环比增长 128.73%。

（一）文化产业融资总体形势良好，债券渠道贡献明显

据中国文化金融数据库（CCFD）统计，经历过 2022 年 2 月的环比下降后，2022 年 3 月，我国文化产业融资市场回暖，融资规模达 212.17 亿元（不含银行贷款，下同），环比增长 128.73%，但不及上年同期，同比下降 67.14%（若不计 2021 年 3 月，百度集团、哔哩哔哩分别在港交所上市首次募资 239 亿港元、202 亿港元两起大额事件，同比仅下降 22.88%）。总体上，文化产业融资形势向好。分渠道看，债券是本月文化产业融资的主要来源，占总融资规模的 51.80%，为 109.90 亿元，并且融资呈现上涨势头，环比增长 54.79%、同比增长 48.51%。此外，本月融资规模环比大幅度提升的另一个主要原因是上市渠道的爆发，上市首次募资、上市再融资合计融资规模从上月的 4.44 亿元增长到 61.60 亿元，占融资总规模的 29.03%。

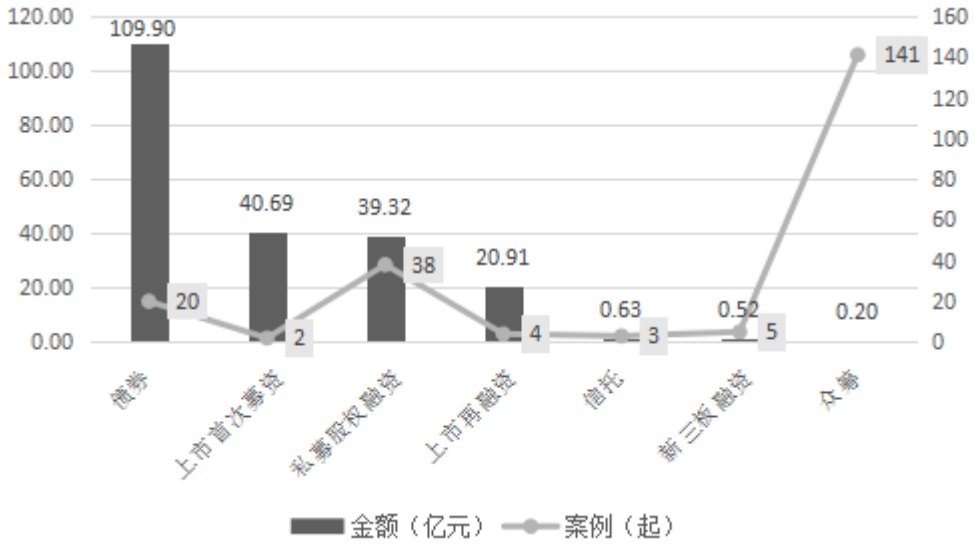
图 1-1　2022 年 1-3 月我国文化产业融资总体情况



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

注：①因银行信贷数据未公开披露，故计算文化产业融资总规模时未计入银行信贷数据；②文化产业融资总规模统计渠道包括：上市首次募资、上市再融资、私募股权融资、新三板融资、信托、债券、众筹；③为避免重复计算，上市再融资、新三板融资中不计相应的债券、信托融资。④因数据四舍五入的原因，本文中可能存在总计（或差值）与各项求和（或相减）不等的情况。

图 1-2　2022 年 3 月我国文化产业融资渠道分布

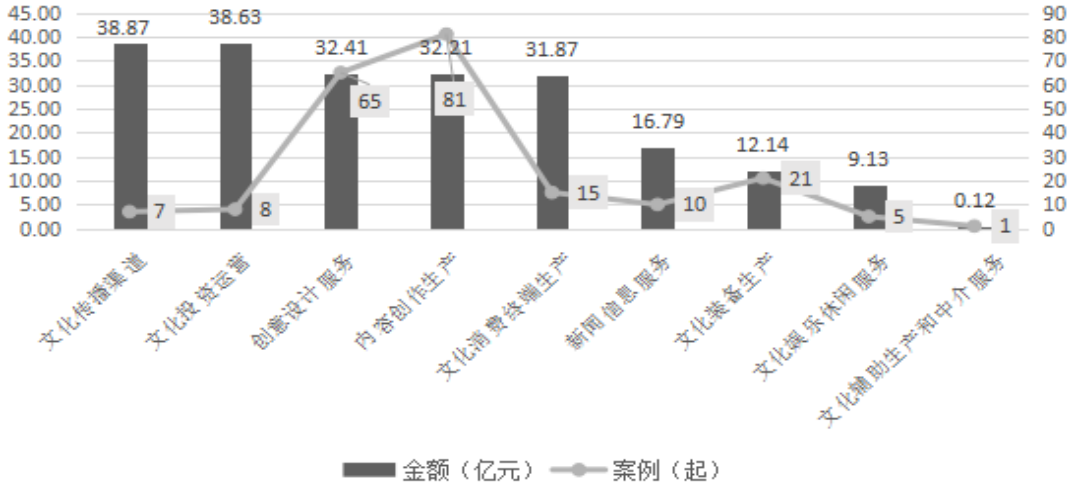


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（二）核心领域占据主导，文化传播渠道业环比升温

从行业分布看，文化产业融资发展集中度相对较高，六大文化核心领域融资规模占产业融资总规模的 79.20%，共计 168.05 亿元，环比增长 91.63%，但同比下降 71.99%，资金波动较为显著。其中，文化传播渠道融资规模居九大行业首位，实现融资 38.87 亿元，相比 2 月增长 62.18%，但不及上年同期，同比下降 83.60%，占文化产业融资总规模的 18.32%。文化投资运营融资能力也较为强劲，38.63 亿元的资金规模仅略低于文化传播渠道业，居各行业第二位，环比增长 4.34%，同比增长 80.11%，占文化产业融资总规模的 18.21%。此外，三大文化相关领域合计融资 44.13 亿元，相比上月 5.07 亿元的融资规模增长明显，与 2021 年同期规模相近（2021 年 3 月，相关领域共计融资 45.77 亿元）。

图 1-3　2022 年 3 月我国文化产业融资领域分布

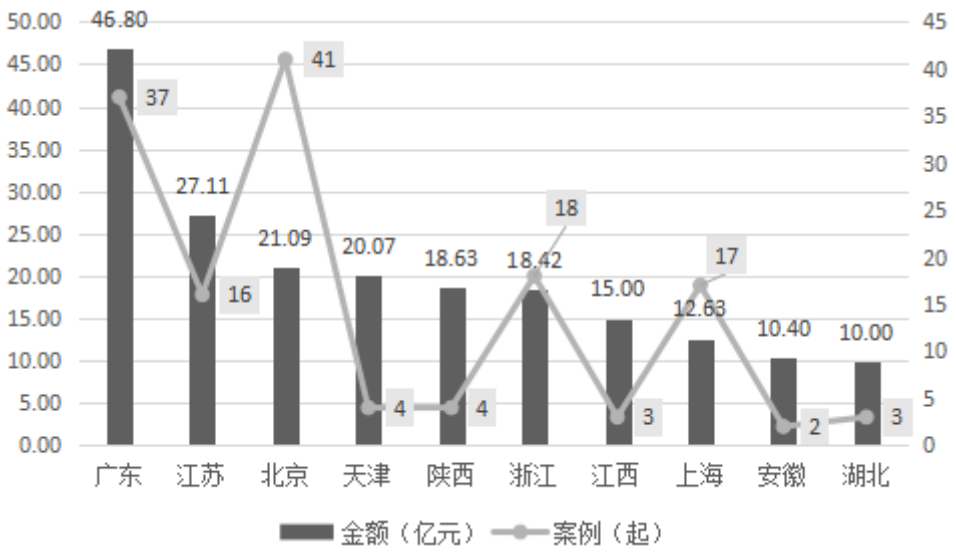


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（三）地域分布相对集中，广东优势显著

2022 年 3 月，我国文化产业融资主要集中在广东、江苏、北京、天津、陕西、浙江、江西、上海、安徽、湖北等十省市，合计占全国融资总规模的 94.34%。其中，广东文化产业、金融产业资源丰富，深入融合发展也居于全国前列。2022 年 3 月，广东文化产业融资规模保持上月优势，继续居全国首位，共计募集资金 46.80 亿元，环比增长 74.76%，同比下降 19.24%，占全国融资总规模的 22.06%，并且广东区域优势明显，融资规模是排名第二位的 1.73 倍（江苏以 27.11 亿元融资规模居全国第二位）。

图 1-4　2022 年 3 月我国文化产业融资省/市分布 TOP10



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

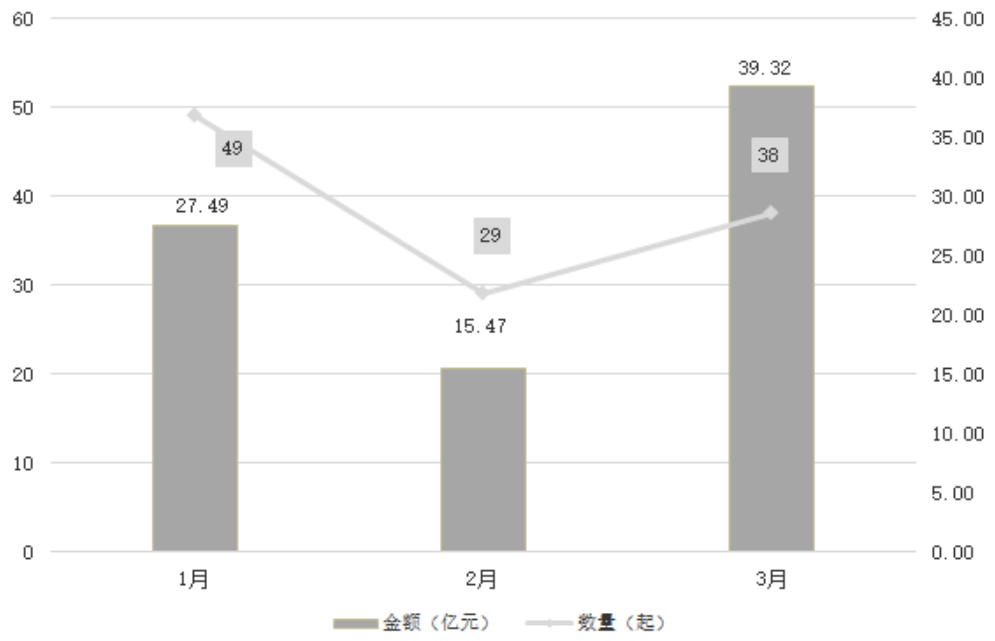
二、我国文化产业投融资渠道分析

（一）私募股权：市场发展向好，广东领跑全国

1.量价齐升，我国文化产业私募股权融资市场逐步升温

随着去年证监会发布的《关于加强私募投资基金监管的若干规定》逐步落地实施，基金行为逐步规范，行业进入优胜劣汰阶段，市场环境进一步优化。2022 年以来，我国文化产业私募股权融资规模整体呈现上升走势，3 月共计发生 38 起事件，融资 39.32 亿元，分别同比增长 5.56%、104.47%，较 2 月也分别增长 31.03%、154.07%，整体发展态势良好。

图 2-1　2022 年 1-3 月我国文化产业私募股权融资情况

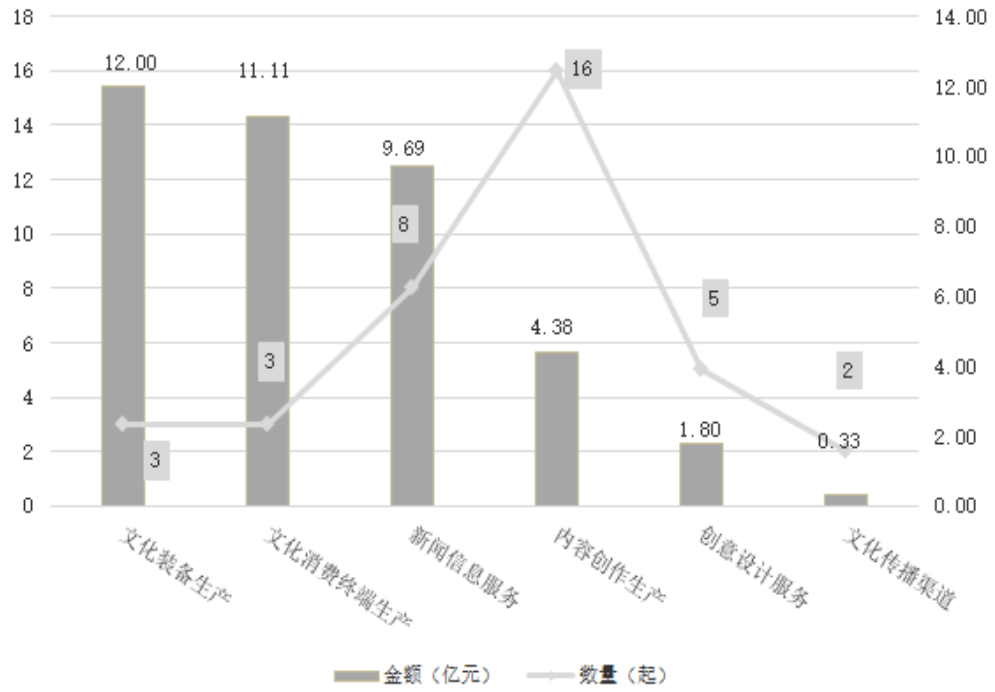


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

2.文化装备生产业融资能力显著提升，内容创作生产业融资愈发活跃

从行业分布来看，3 月份，我国文化装备生产领域虽然仅发生 3 起私募股权融资事件，但融资规模却高达 12.00 亿元，占文化产业私募股权融资总规模的 30.52%，遥遥领先于其他细分领域，同比增幅高达 3900.00%，融资能力明显提升。内容创作生产业私募股权融资愈发活跃，以 16 起事件占据文化产业私募股权融资事件总数的 42.11%，较去年同期增长了 14.29%。

图 2-2　2022 年 3 月我国文化产业私募股权融资行业分布情况[1]



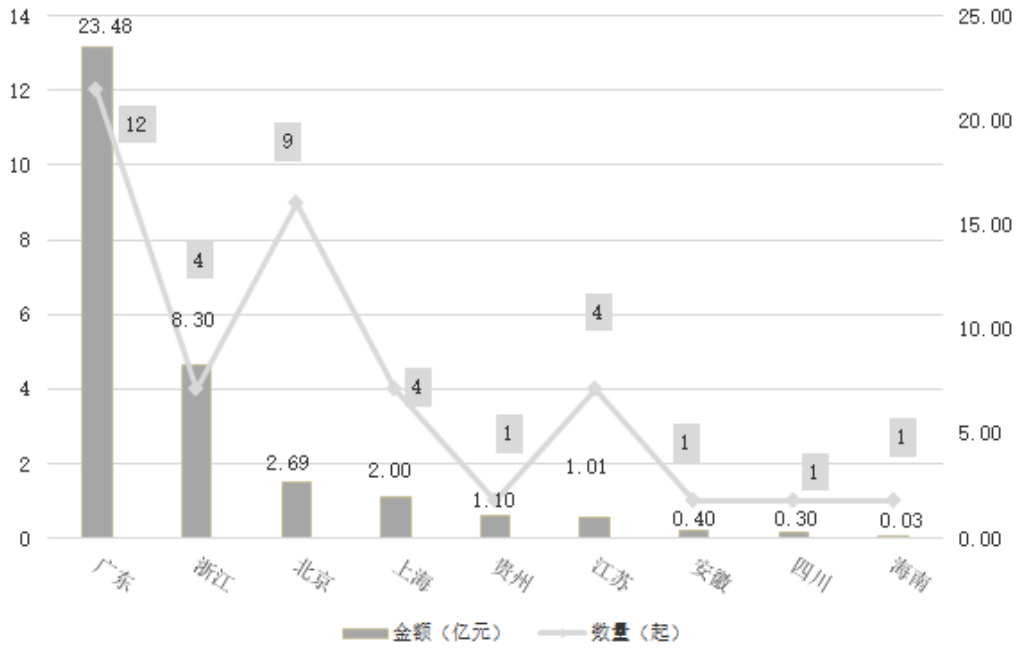
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

3.广东市场发展向好，领跑全国文化产业私募股权融资市场

[1]文化娱乐休闲服务业发生一起案例，但具体金额未披露，故下图不显示

从地区分布来看，2022 年 3 月，我国文化产业私募股权融资主要集中在广东地区，以 12 起事件、23.48 亿元的成绩高居全国之首，在全国文化产业私募股权融资事件总数及融资总规模中的比重分别高达 31.58%、59.71%，较去年同期也分别增长 50.00%、1763.28%，市场领先优势凸显。浙江以 8.30 亿元的成绩位居全国第二名，融资规模全国占比为 21.11%。其他地区文化产业私募股权融资规模相对较低，全国占比均不足 10%。

图 2-3　2022 年 3 月我国文化产业私募股权融资地区分布情况[2]



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（二）上市：投资节奏放缓，企业融资需求旺盛

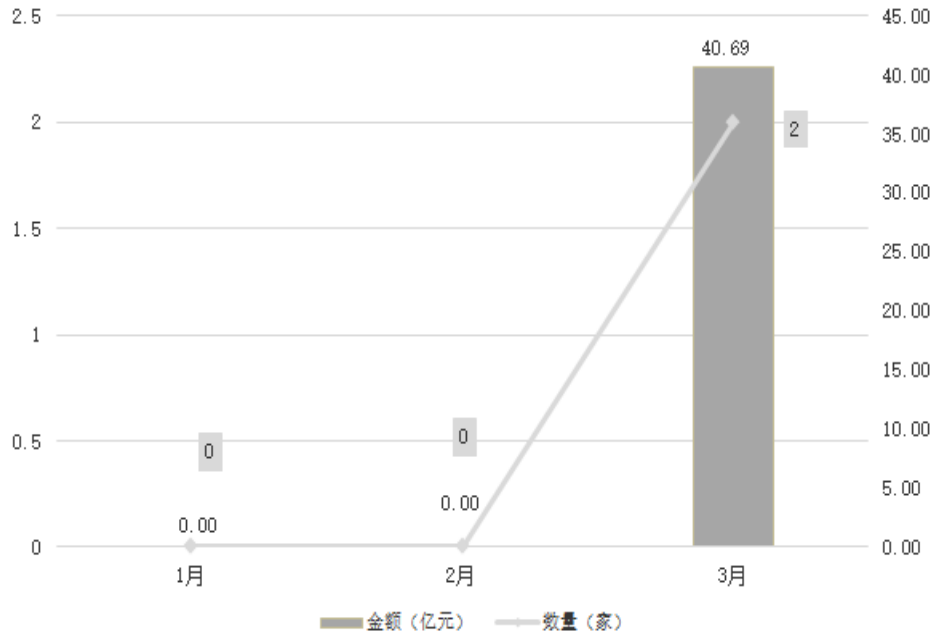
1.A 股上市数量同比下滑，资本市场表现相对疲软

受国内外局势影响，我国资本市场波动加剧，港股、

[2]云南发生一起案例，但具体金额未披露，故下图不显示

美股市场表现疲软，A 股上市数量也出现下滑。据中国文化金融数据库（CCFD）数据显示，2022 年以来，仅有 2 家文化企业于 3 月份成功登录 A 股市场，首发融资规模合计达 40.69 亿元，分别同比下降 75.00%、91.92%。而港股、美股市场颗粒无收，尤其是随着《外国公司问责法案》的实施，数家中概股被列入“预摘牌名单”，我国文化企业赴美上市不确定性进一步增加。

图 2-4　2022 年 1-3 月我国文化产业 IPO 上市首发融资情况



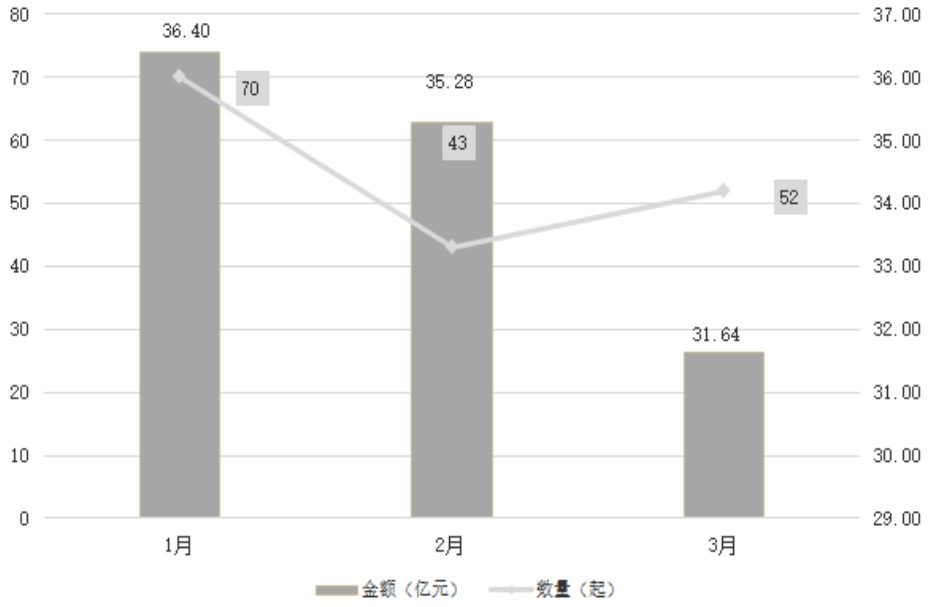
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

2.上市文化企业投资节奏放缓，市场明显降温

从投资角度来看，2022 年以来，受国内外经济形式及俄乌冲突、新一轮疫情等黑天鹅事件的影响，我国上市文化企业投资节奏明显放缓。3 月共计发生 52 起投资事件，环比虽上升 20.93%，但同比下降 35.80%；投资规模达 31.64

亿元，环比、同比分别下降 10.31%、65.99%，上市文化企业投资市场整体趋冷。

图 2-5　2022 年 1-3 月我国上市文化企业投资情况

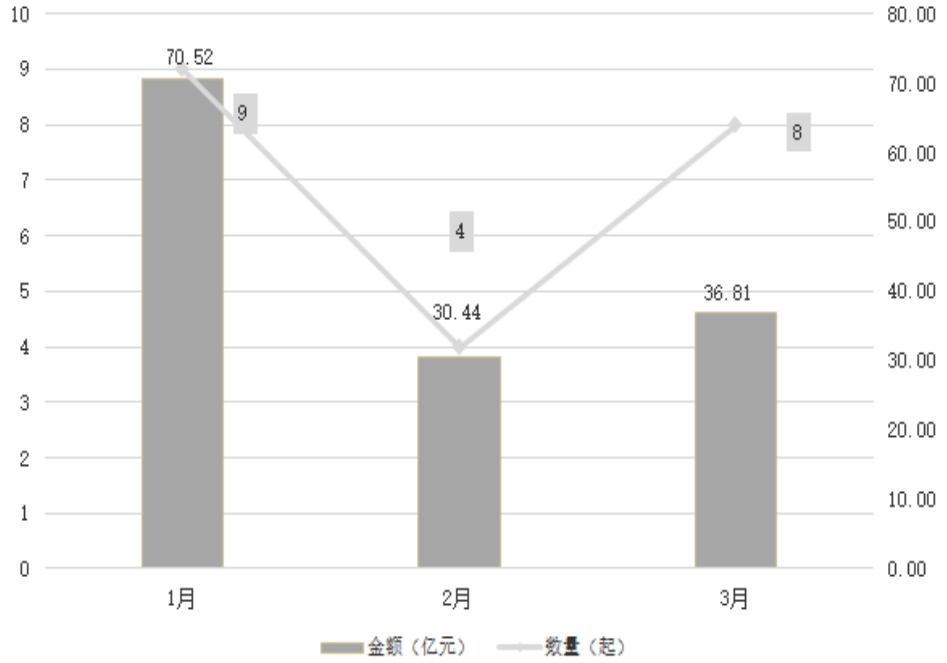


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

3.融资频率上升，上市文化企业融资需求旺盛

从融资角度来看，2022 年 3 月，我国上市文化企业再融资事件共计 8 起，环比、同比分别增长 100.00%、14.29%，融资频率有所上升。融资规模为 36.81 亿元，虽然同比下降 31.54%，但环比上升 20.92%。整体来看，我国上市文化企业的融资频率及融资规模较上月均有所提升，企业融资需求十分旺盛。

图 2-6　2022 年 1-3 月我国上市文化企业再融资情况



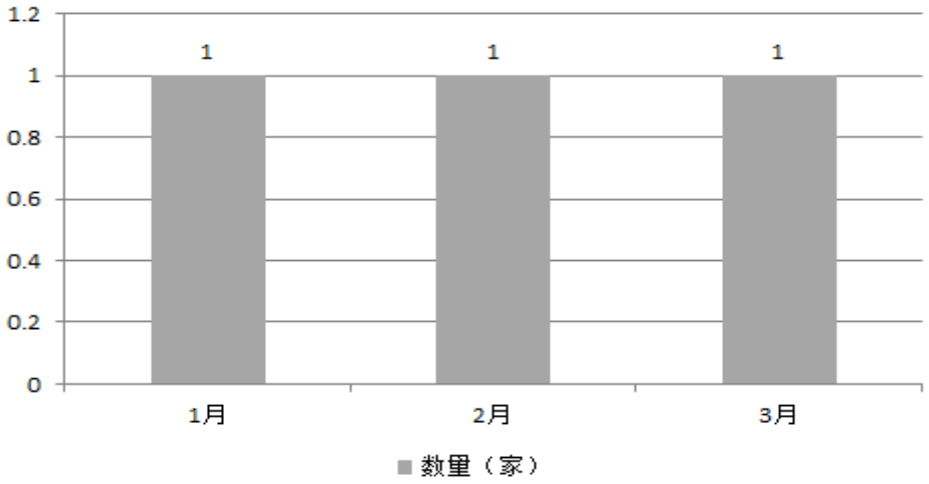
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（三）新三板：新增挂牌市场表现平稳，投融资市场发展向好

1.新增 1 家挂牌文化企业，市场总体表现相对平稳

近年来，受资本寒冬、监管趋严等因素影响，我国新三板市场逐渐进入挂牌数量“负增长”时代。据中国文化金融数据库（CCFD）数据显示，2022 年 3 月，我国新增挂牌新三板市场的文化企业仅 1 家，是一家来自上海的互联网游戏服务企业，与去年同期及上月的新增挂牌文化企业数量持平，市场总体表现相对平稳。

图 2-7　2022 年 1-3 月我国新三板文化企业新增挂牌情况

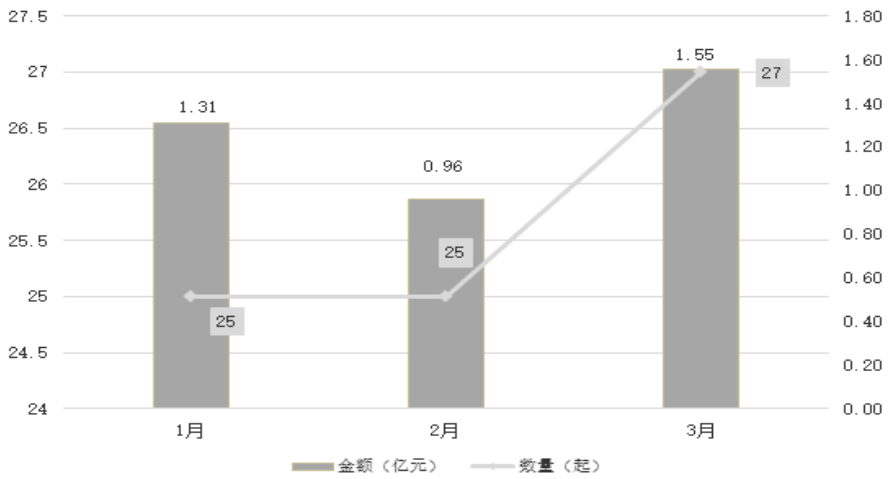


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

2.挂牌文企投资量价齐升，市场总体平稳向好

从投资角度来看，2022 年 3 月，我国新三板挂牌文化企业共计发生投资事件 27 起，投资规模为 1.55 亿元，虽然较去年同期分别下降 25.00%、40.35%，但环比分别增长 8.00%、61.88%。短期来看，新三板挂牌文化企业投资节奏相对平稳，市场整体发展向好。

图 2-8　2022 年 1-3 月我国新三板挂牌文化企业投资情况

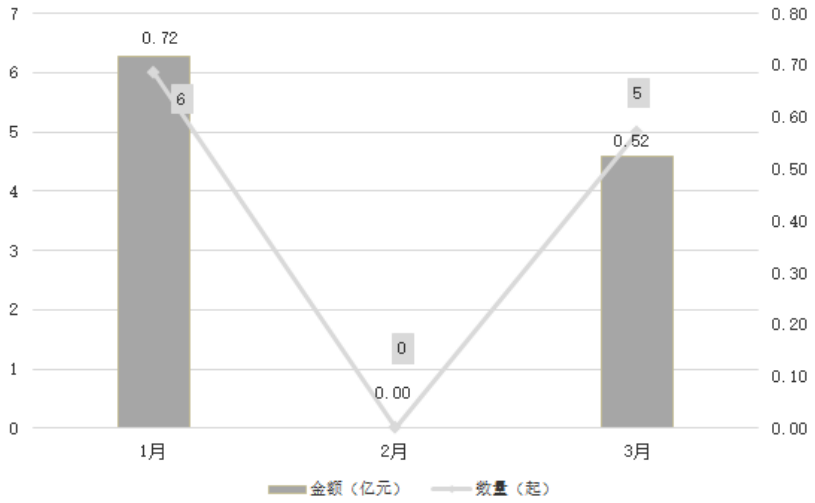


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

3.股票活跃度上升，新三板文化企业融资市场明显升温

随着新三板市场改革不断推进，精选层、转板上市、北交所平移上市等一系列利好政策相继落地，我国新三板市场股票活跃度有所上升。2022 年 3 月，我国新三板文化企业共计发生 5 起融资事件，涉及资金规模为 0.52 亿元，与去年同期相比分别增长 400.00%、948.69%，并且与上月颗粒无收的情况相比有明显改善。

图 2-9　2022 年 1-3 月我国新三板挂牌文化企业融资情况



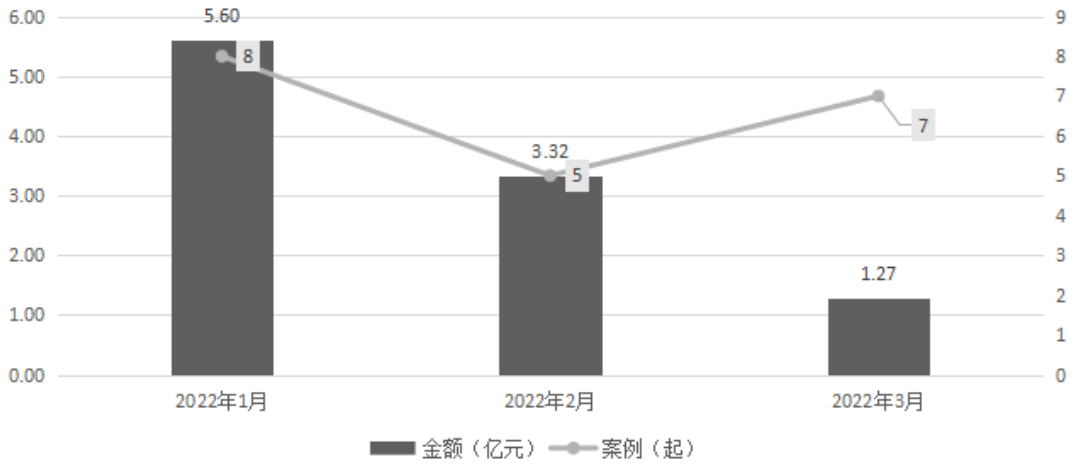
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（四）并购：市场低位运行，交易规模呈现下滑走势

相比于近年来的文化产业并购大额事件频发，进入 2022 年以来，市场呈现低位发展态势，单月披露的资金规模均不超过 6 亿元。2022 年 3 月，我国文化产业并购市场披露资金规模为 1.27 亿元，交易规模明显收紧，环比下降

61.75%，同比下降 99.52%（2021 年 3 月，字节跳动旗下游戏业务品牌朝夕光年收购沐瞳科技，涉及金额约 40 亿美元，带动当月市场规模大幅攀升，若不计此事件，2022 年 3 月，资金规模同比下降 62.01%）。从区域分布看，天津文化产业并购规模为 0.67 亿元，相对较为突出，占全国并购规模的 52.76%。

图 2-10　2022 年 1-3 月我国文化产业并购情况



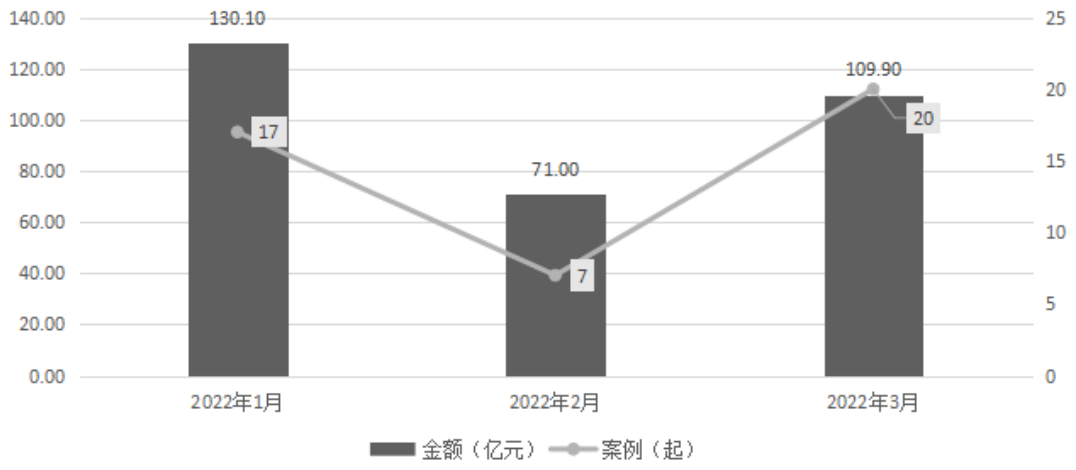
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（五）债券：融资市场升温，江苏融资实力相对强劲

随着春节后经济社会活动逐步开展，以及在较宽松的金融环境下，文化企业的债券融资需求上升，3 月实现融资 109.90 亿元，环比增长 54.79%，同比增长 48.51%。从渠道与行业匹配看，文化投资运营获得债券渠道大力支持，文化投资与资产管理、文化企业总部管理等类型企业债券融资活跃度提升，涉及融资事件升至 6 起，共计融资 38.00 亿元，环比增长 8.57%，同比增长 100.00%（上年同期仅以

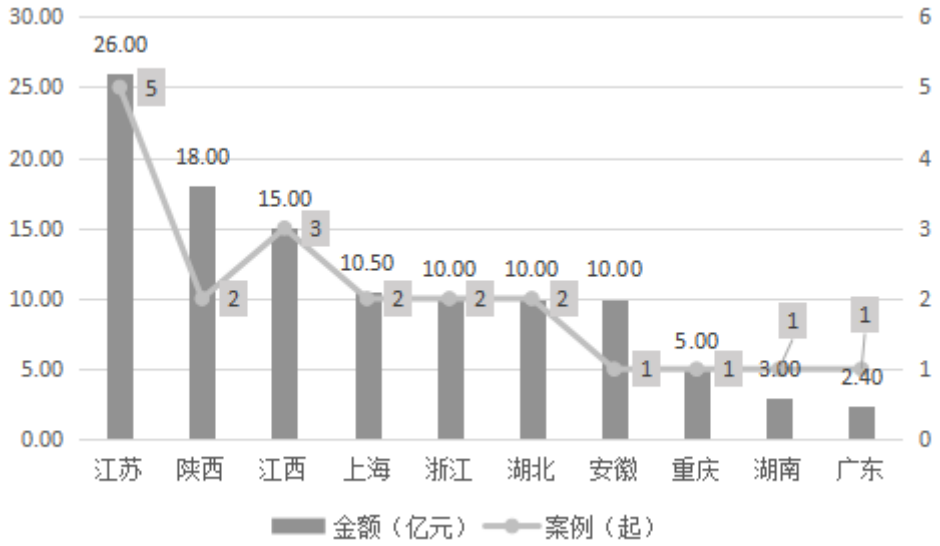
2 起事件融资 19.00 亿元），占文化产业债券融资规模的 34.58%，居九大文化行业首位。从区域分布看，江苏债券融资活跃度、募资规模均居全国首位，实力相对强劲，通过 5 起事件融资 26.00 亿元，分别占文化产业债券融资总事件数、总规模的 25.00%、23.66%。

图 2-11　2022 年 1-3 月我国文化产业债券融资情况



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

图 2-12　2022 年 3 月我国文化产业债券融资省/市分布

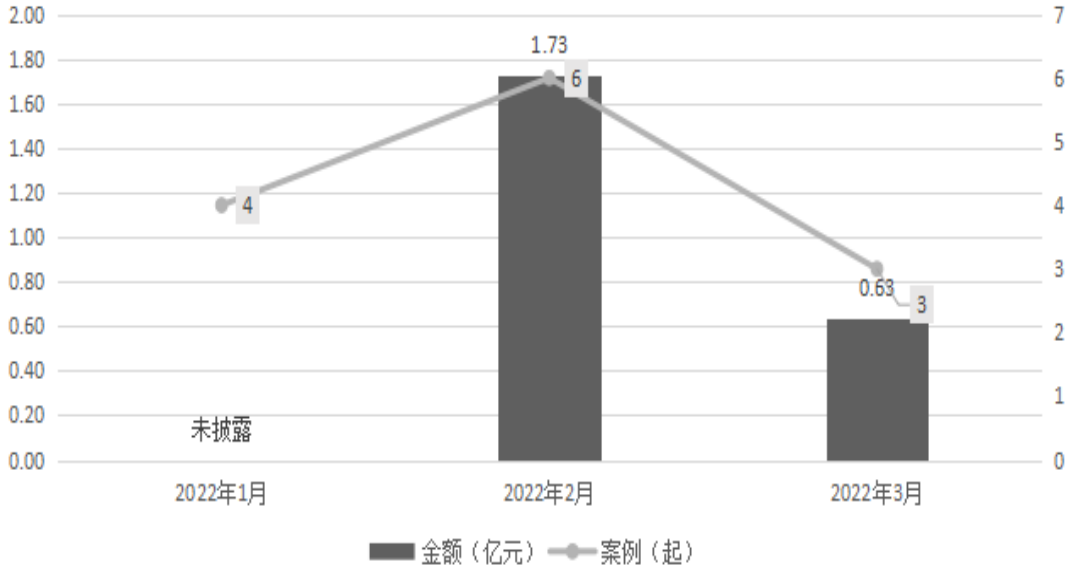


数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（六）信托：融资市场趋冷，渠道贡献度较低

相比于其他渠道，信托渠道融资优势并不突出，与文化产业的匹配程度相对较低。据统计，2022 年 3 月，我国文化产业发生 3 起信托融资事件，其中 2 起披露资金规模共计 0.63 亿元，单起事件融资规模均相对较低，总融资规模同环比分别下降 86.94%、63.29%，仅占同期文化产业融资总规模的 0.30%，渠道贡献度相对较小。从区域分布看，陕西、江苏分别涉及 2 起、1 起事件，其中陕西披露资金规模相对较高，为 0.63 亿元。

图 2-13　2022 年 1-3 月我国文化产业信托融资情况



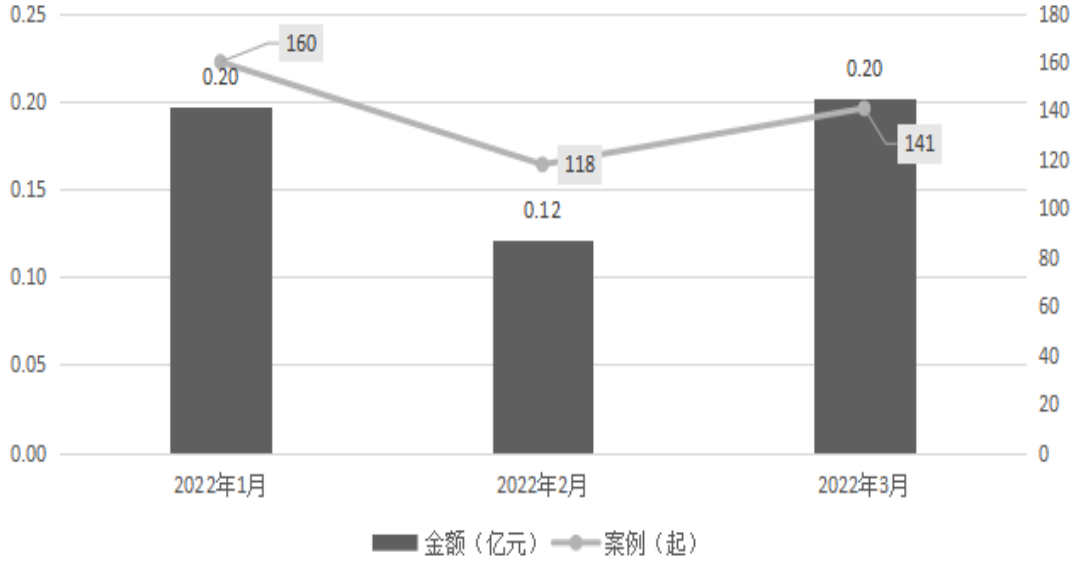
数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

（七）众筹：融资表现活跃，市场发展良好

作为新兴融资工具，众筹为小企业、工作室、艺术家或其他个人等发起的项目带来无限可能。文化产业众筹融资具有表现活跃、募资规模低等特点。2022 年 3 月，文化

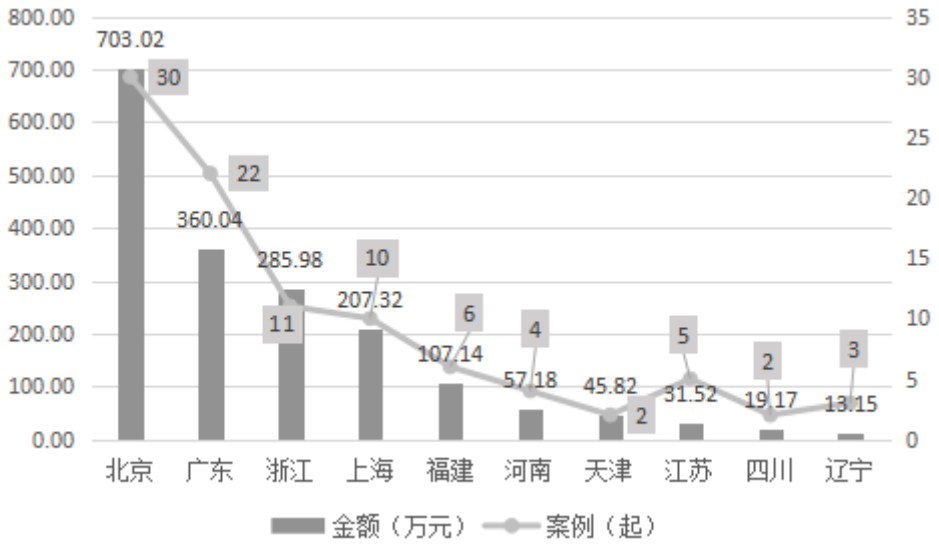
产业众筹融资发展良好，发生 141 起融资事件，环比增长 19.49%，同比增长 41.00%；募集资金 0.20 亿元，环比增长 67.40%，同比增长 35.29%，融资规模仅占文化产业融资总规模的 0.10%。从行业分布看，文化产业众筹融资主要集中在内容创作生产、创意设计服务，融资事件数、融资规模分别占文化产业总体比重为 80.14%、81.61%。从地域分布看，北京、广东众筹融资活跃，涉及融资事件 30 起、22 起，领先其他省市，环比增长 30.43%、69.23%，募集资金 0.07 亿元、0.04 亿元，环比增长 104.61%、294.82%，占文化产业众筹融资规模的 34.83%、17.84%，居各省市前两位。

图 2-14　2022 年 1-3 月我国文化产业众筹融资情况



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

图 2-15　2022 年 3 月我国文化产业众筹融资省/市 TOP10



数据来源：中国文化金融数据库（CCFD）

三、文化金融业界动态

（一）国家进一步实施小微企业“六税两费”减免政策

日前，为进一步支持小微企业发展，财政部、税务总局发布《关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》（以下简称“公告”）。公告提出，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，由省、自治区、直辖市人民政府根据本地区实际情况，以及宏观调控需要确定，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户可以在 50% 的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。另外，增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户已依法享受资源税、

城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税、耕地占用税、教育费附加、地方教育附加其他优惠政策的，可叠加享受上述规定的优惠政策。

（二）国家艺术基金“十四五”资助规划共资助3200项

近日，文化和旅游部办公厅印发《国家艺术基金“十四五”时期资助规划》（以下简称《规划》）。《规划》明确了“十四五”时期资助项目的主要指标、资助范围和资助重点。按照“控制数量、提高质量、突出重点、均衡发展”的理念，资助项目总数量约3200项，其中舞台艺术创作项目1000项左右，美术创作项目500项左右，传播交流推广项目500项左右，艺术人才培训项目400项左右，青年艺术创作人才项目800项左右。重点资助重大现实题材、重大革命题材、重大历史题材和传承弘扬中华优秀传统文化题材作品创作，特别是对重大现实题材作品创作给予更多支持。

“十四五”时期，艺术基金将继续采取有力措施，推动现实题材作品创作，将着重从加强规划引领、落实资助政策、加大资金投入、加大宣推力度等方面来开展工作。

（三）六部门联合发布《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》

3月21日，文化和旅游部、教育部、自然资源部、农

业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出以文化产业赋能乡村人文资源和自然资源保护利用，促进一二三产业融合发展，传承发展农耕文明，激发优秀传统乡土文化活力，助力实现乡村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕，为全面推进乡村振兴作出积极贡献。并提出到2025年，文化产业赋能乡村振兴的有效机制基本建立，优秀传统乡土文化得到有效激活，乡村文化业态丰富发展，乡村人文资源和自然资源得到有效保护和利用，乡村一二三产业有机融合，文化产业对乡村经济社会发展的综合带动作用更加显著，对乡村文化振兴的支撑作用更加突出。

《意见》明确了创意设计、演出产业、音乐产业、美术产业、手工艺、数字文化、其他文化产业、文旅融合等8个文化产业赋能乡村振兴重点领域，提出了培育壮大市场主体、建立汇聚各方人才的有效机制、加强项目建设和金融支持、统筹规划发展和资源保护利用等4方面政策举措，加强政策集成，营造有利环境，引导文化产业机构和工作者深入乡村对接帮扶、投资兴业，促进文化产业人才、资金、项目、消费等要素更多向乡村流动，增强农业农村发展活力，培育乡村发展新动能。

（四）文化和旅游部2022年度部门预算约89.9亿

3月24日，国家文化和旅游部发布了《文化和旅游部2022年度部门预算》。按照综合预算的原则，文化和旅游部所有收入和支出均纳入部门预算管理。按照收支平衡的原则，文化和旅游部2022年收支总预算均为899,464.85万元。其中：基本支出340,088.30万元，占37.81%；项目支出558,751.55万元，占62.12%；事业单位经营支出625.00万元，占0.07%。

文化和旅游部2022年财政拨款收支总预算为692,938.11万元。支出包括：一般公共服务支出50.00万元，外交支出91,198.04万元，教育支出219.00万元，科学技术支出39,840.06万元，文化旅游体育与传媒支出420,438.38万元，社会保障和就业支出65,682.14万元，住房保障支出19,819.29万元，国有资本经营预算支出1,810.62万元，其他支出53,880.58万元。

四、文化金融案例分析

（一）兆讯传媒成功登陆深交所，募资19.94亿元

事件说明

2022年3月28日，兆讯传媒广告股份有限公司（股票简称“兆讯传媒”，股票代码301102）成功登陆深交所创业板，成为中国高铁传媒第一股。兆讯传媒此次发行5000

万股，发行价为 39.88 元，募资 19.94 亿元。

公司介绍

兆讯传媒自 2007 年成立以来始终在铁路媒体领域深耕和挖掘，基于中国高铁网格状的布局自建了一张覆盖全国的高铁数字媒体网络，并以此为依托从事高铁数字媒体资源的开发、运营和广告发布业务。

盈利情况

兆讯传媒主营业务收入全部来自于广告发布收入。近年来，公司业务规模逐渐扩大，营业收入稳步增长，2019 年、2020 年营收同比增幅分别为 16.34%、11.93%。2021 年，兆讯传媒主营业务收入达 61908.07 万元，同比增加 26.84%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 23563.45 万元，同比增加 16.20%。

表 4-1　2018-2021 年兆讯传媒主营业务收入情况

时间	收入（万元）
2018 年	37,479.94
2019 年	43,604.74
2020 年	48,806.36
2021 年	61,908.07

数据来源：新元文智

竞争优势

一是高铁数字媒体资源优势。经过多年的经营积累，公司已与国内 17 家铁路局集团签署了媒体资源使用协议，签约 558 个铁路客运站，运营 5607 块数字媒体屏幕，自建

了一张高铁数字媒体网络，公司已成为高铁数字媒体广告行业中媒体资源覆盖最广泛的运营商之一。

二是客户资源优势。公司在高铁数字媒体领域已经形成了较好的客户粘性，深受客户认可，其中广告主客户已超过 70%。目前，公司已与一汽大众、舍得酒业、阿里巴巴、中洲集团、娃哈哈、五粮液等众多知名公司建立了良好的战略合作关系。

三是品牌优势。公司凭借多年的经营积累和优质的服务，形成了较高的品牌知名度。自设立以来，公司先后获得了国家文化产业示范基地、2016 中国最具传播力高铁媒体、2019-2020 年度中国户外传播大会杰出企业等多项荣誉。

四是数字化运营优势。公司通过信息系统平台将数字媒体设备联网，进行数字化远程管控，可以做到一键换刊，不仅能保障高效安全刊播，还能满足客户精准化、差异化、灵活多样的广告发布需求。公司数字化建设起步较早，积累了丰富的建设和稳定运营经验，具有较强的数字化运营优势。

（二）智能投影仪头部品牌坚果投影获投 10 亿元

事件说明

2022 年 3 月 15 日，智能投影仪头部品牌深圳市火乐

科技发展有限公司（坚果投影）完成 10 亿元 Pre-IPO 轮融资，本轮融资由 OPPO、IDG 资本以及乐讯天成联合投资。

公司介绍

深圳市火乐科技发展有限公司于 2011 年成立，是专注于智能投影领域的本土科技品牌。多年来不断攻坚投影技术，打破国外技术垄断，实现光机和镜头的自主研发生产，在智能微投和激光电视市场频频打造爆品，先后推出了包括家用入门款 G 系列、便携款 P 系列、家用性能款 J 系列、高端激光电视 U 系列、智慧墙 O 系列等多个系列智能投影产品，并在 2020 年推出自研 LUNA OS 操作系统，基于软、硬件产品，打造“终端+内容+平台+软件”于一体的智能家庭投影生态。

融资分析

近几年，随着中产家庭持续增多及人们家庭娱乐消费需求的提升，以智能投影等为代表的智能家居产品销量迎来爆发式增长，相关公司也获得越来越多资本和市场的关注。据公开数据显示，2013 年以来，坚果投影先后吸引了浩方创投、IDG 资本、达晨材质、Star VC、松禾资本、时代伯乐、金砖资本、君盛投资、阿里巴巴、36kr 等众多资本共数亿元的投资，凭借持续不断的融资，公司顺利进入 E 轮，并逐渐将产品研发重点转向突破光机、镜头、系统、色彩表现等更为“硬核”的技术上。而本次 Pre-IPO 轮融

资资金将主要用于支持因经营规模扩大所需的流动资金，以及投入用于技术储备、产品研发、渠道拓展以及品牌推广等关键战略业务，有利于推动该公司接下来的上市计划。

五、总结与点评

3 月，文化产业各投融资渠道表现喜忧参半，私募股权融资、上市再融资、新三板融资、债券融资等多个市场发展平稳向好，但港股、美股 IPO 市场及信托融资市场表现疲软，上市文化企业投资节奏放缓，并购投资市场也保持低位运行。

整体来看，尽管我国文化产业融资市场逐步实现恢复性增长，但在国内外经济下行及新一轮疫情、俄乌冲突等因素的影响下，机构及企业投资普遍偏向保守谨慎，商业模式成熟、投资风险相对较低的成熟期文化企业及新三板、上市文化企业更容易获得资本青睐，资金向头部企业聚拢现象愈发明显。在此背景下，如何保障文化企业尤其是中小文化企业的现金流将成为产业发展的重中之重，建议相关部门进一步加强对中小文化企业的扶持力度。如，鼓励建立政策性文化担保公司，为中小微文化企业提供贷款融资担保、投保联动、商业性担保公司再担保等综合金融服务，鼓励融资顾问（FA）机构为中小型文化企业提供投融资服务等。