

记者 | 陈菲遐

编辑 |

在短视频盛行甚至内容泛滥的当下，长视频剧集的出路开始受到关注。暑期档爱奇艺迷雾剧场的火爆，以及腾讯宣布投入1000亿元加码长视频内容，都在为长视频领域添上一把火，却也为日后的竞争格局添加了不确定性。

虽然长视频领域的发展被多方重视，但是经历过2016年的影视泡沫之后，资本对于影视股的投资依然是心有余悸。晨壹基金创始人、前华泰联合证券原董事长刘晓丹在影视文化产业新发展研讨会上也提到，原来资本方不愿意投电影电视剧行业的原因之一就是由于影视剧行业的可持续性较差。

确定性以及可持续性绝大部分影视公司“内心”真正追求的，因为这意味着另一套估值体系。但由于影视公司业务特殊情况，如果单靠内容产出无法持续。而绝大部分影视剧公司又无法支撑起IP变现的消费属性。不过一旦能够“跑出”一套完整的变现闭环圈，将受到二级市场的热烈追捧。比如港股的阅文集团目前接近600亿元的市值，就有一部分是由于IP成功变现的功劳。

但A股市场长期以来没有出现这样的公司，华策影视（300133.SZ）率先作出一些尝试。

根据华策影视最新发布的“内容核心业务新十年战略”显示，未来十年，华策将重点发展艺人经纪、音乐版权、商务开发、海外发行等业务，构建“新内容+新消费”的产业空间。业务层面，华策影视将艺人经纪、音乐版权、商务发展三大业务作为了发展重点，并分别成立了三家合资公司进行探索。

在音乐领域，华策影视新签约了多名音乐艺人，以“自有+采购”的方式不断扩充音乐版权库，并与网易云音乐、咪咕音乐等平台开展多种形式的合作和变现探索；在短视频领域，华策影视与姚记科技（002605.SZ）成立了合资公司纽泽文化，瞄准影视剧集与消费品、信息流的融合，尝试IP的二次创作以及信息流内容变现；在直播电商领域，公司与抖音美妆细分垂类头部MCN机构网红猫设立了合资公司策红文化，进行品牌孵化及品牌引入、运营，利用双方资源及渠道优势共同打造爆款产品。据相关业务负责人介绍，策红文化在双十一期间一周连续三个品登榜类目第一、总销售额超1千万，成立首月即实现一款单品卸妆水月销量15万+。

华策影视可以在内容变现方面做些尝试，主要还是基于华策影视的IP储备。截至2019年底，华策累计拥有26558集版权，包括电视剧762部24903集、电影1496部、其他节目159部，其中永久版权占比超过60%。

除了战略上的转型，近期影视剧行业的变革也值得注意。

过去影视剧由于回款时间及流程较长、现金流不佳等问题被市场质疑。但是最近两年影视剧的制作与发行端的话语权发生了变化。特别是近期定制剧被各大视频网站提上了议程，对于制作公司的现金流又出现了些许改善。

华策影视透露，定制剧一般来说是先签约先预付款，因此对于改善公司现金流有一定的积极作用。但与之同时制作公司需要牺牲一部分的毛利率。定制剧通过在优质内容的生态上给公司的赋能，降低了制作公司的风险，将经营的风险一部分提前置换，并提升了影视作品的成功率。从这一角度来说，定制剧作为行业趋势，对于制作公司而言利大于弊。

从华策影视的现金流量表上也可以看到这一变化。2016年至2018年，影视剧行业的经营活动具有十分明显的季节性，呈现前三季度流出、第四季度流入的情况，这与影视剧行业在年末回款有关。按照行业惯例，前三季度制作公司进行开机拍摄，年末才会收到电视台以及视频网站的回款。

但是这种情况在2019年出现了变化。2019年前，华策影视的经营性现金流分别-0.77亿元、-1.55亿元、3.45亿元以及12.46亿元，第三季度就开始出现了净流入的情况。进入2020年，情况进一步改善，前三季度经营性现金流分别净流入0.64亿元、1.62亿元以及3.2亿元，连续五个季度实现了经营性现金流的流入。事实上这背后与电视剧行业话语权变化有关。