

研究报告

(2023 年第 4 期 总第 125 期)

2023 年 05 月 11 日

2022 年文化产业投融资报告

文创金融研究团队

赵岑 何颖淳 裴瑞钰 付冰 王易之

【摘要】在党的二十大报告中，习近平总书记从国家发展、民族复兴高度，提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的重大任务，就“繁荣发展文化事业和文化产业”作出部署安排，为做好新时代文化工作提供了根本遵循、指明了前进方向。

本报告对中国文化产业投融资情况进行了概述及特点分析。报告指出 2022 年我国文化产业在疫情带来的需求收缩、供给冲击、预期减弱三重压力下，文化产业投融资市场今年受到疫情反复等因素影响，预期维持低位。但随着疫情政策的调整，以及扩大内需等政策的出台，市场的预期快速提升。我国文化和旅游消费市场

场潜力巨大，文化与旅游产业数字化趋势明显，产业近年来的发展显现了韧性，并孕育着新的机会，这些不但体现在了今年文化产业投融资市场的结构性表现中，同时也是未来文化与金融合作深化的方向。

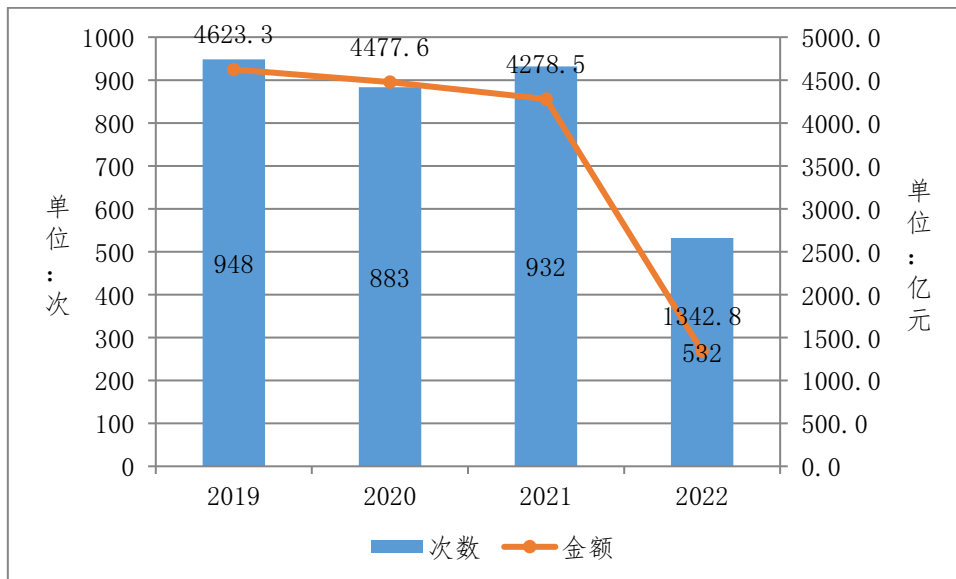
目 录

第一章 文化产业投融资情况概述	1
1.1 整体情况	1
1.2 各行业融资情况	2
1.3 各地区融资情况	3
1.4 各市场融资情况	4
1.5 科技领域热词情况	6
第二章 私募及并购市场	8
2.1 私募市场整体情况	8
2.2 私募各轮次融资情况	8
2.3 企业登记状态与后续融资情况	11
2.4 并购市场整体情况	14
第三章 IPO 与新三板挂牌	18
3.1 IPO 数量及金额	18
3.2 各交易所 IPO 数量及金额	18
3.3 新三板分层	20
第四章 股权再融资市场	23
4.1 股权再融资	23
4.2 各交易所再融资次数及金额	23
第五章 债权融资	26
5.1 债权融资数量及金额	26
5.2 长期短期工具次数及金额	26

第一章 文化产业投融资情况概述

1.1 整体情况

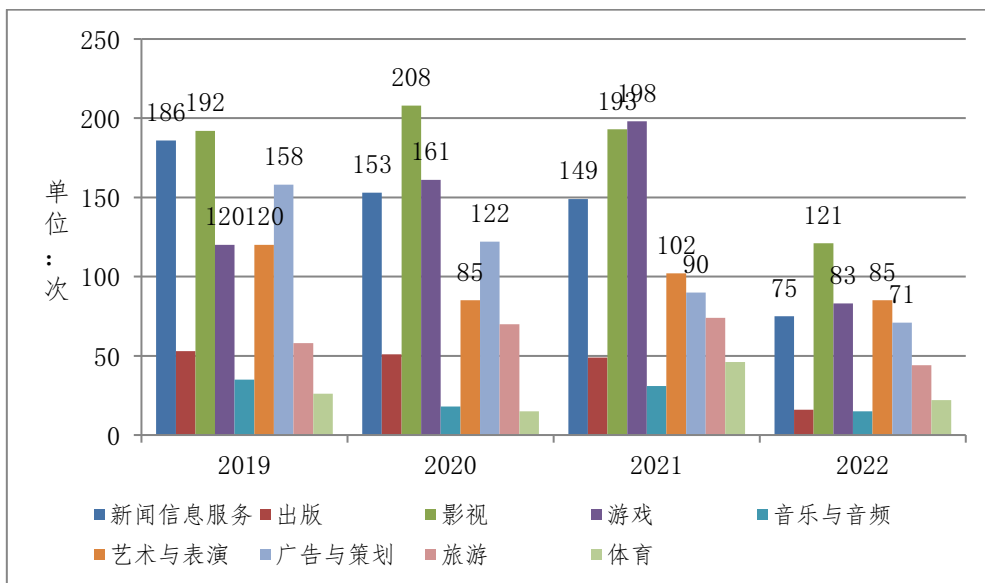
2019 年以来的新冠肺炎疫情对我国文化产业投融资市场产生了较大的冲击。2020 年十月，我国文化产业投融资市场在经历低谷之后迎来拐点。2021 年文化产业投融资市场继续保持回升的趋势，融资情况较 2020 年有所增长，但整体水平仍未恢复到疫情前的水平。2022 年在疫情反复与政策冲击下，文化产业投融资次数和规模均较去年同期水平下降幅度较大。2022 年文化产业投融资市场下降幅度较大，融资次数与融资金额明显下降。全国文化产业投融资次数为 532 次，融资总规模为 1343.8 亿元，融资次数与融资规模同比下降分别为 42.9%和 68.6%。



图表 1 2019 年至 2022 年全国文化产业投融资市场融资次数与融资金额

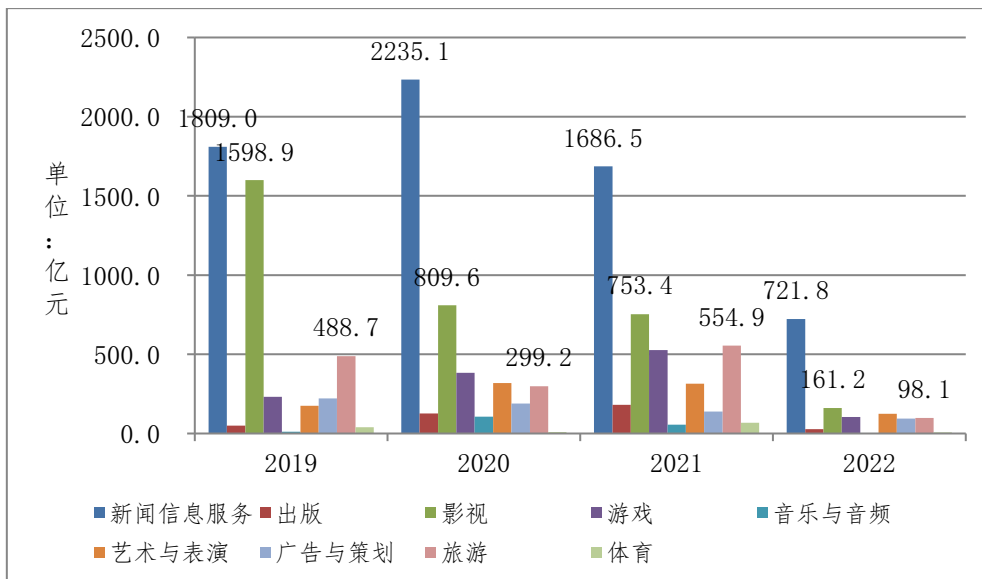
1.2 各行业融资情况

从我国文化产业各行业融资次数和金额来看，出版和体育等行业受影响较大。2022 年文化产业各行业融资次数均较去年同期出现了不同程度的下降。其中，降幅最小的为艺术与表演、广告与策划和影视三个行业，降幅分别为 16.7%、21.1%和 37.3%。降幅最大的为出版、游戏和体育三个行业，降幅分别为 67.3%、58.1%和 52.2%。



图表 2 2019 年至 2022 年全国文化产业各行业融资次数

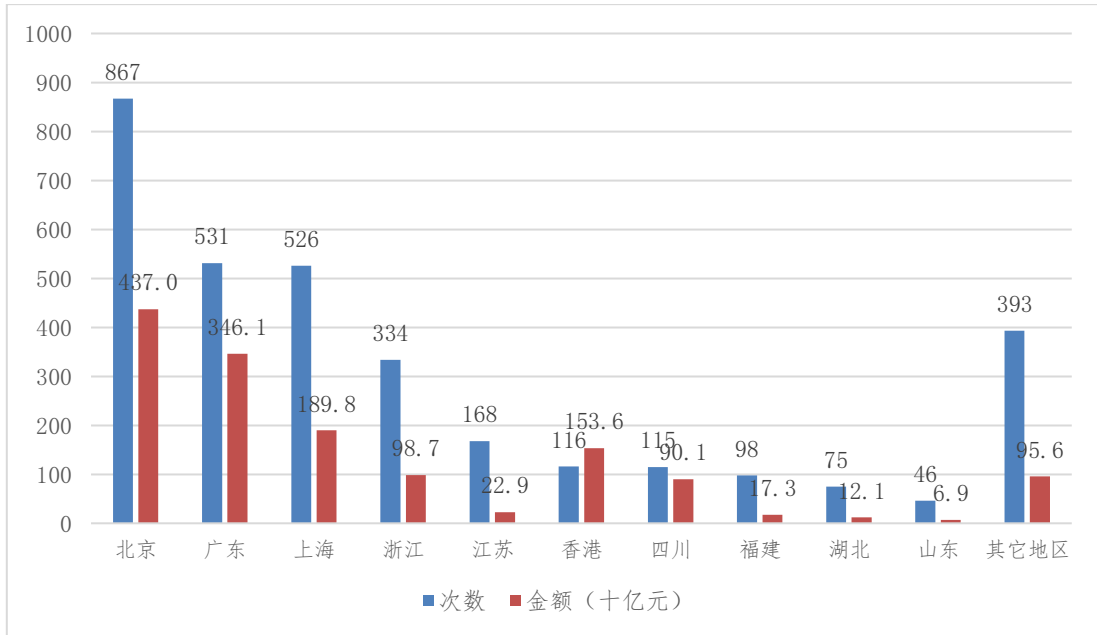
从各行业融资金额来看，2022 年广告与策划、新闻信息服务和艺术与表演行业融资金额降幅最小，分别为 31.7%、57.2%和 60.2%。音乐与音频、体育和出版三个行业融资金额降幅最大，分别为 95.8%、89.5%和 84.4%。



图表 3 2019 年至 2022 年全国文化产业各行业融资金额

1.3 各地区融资情况

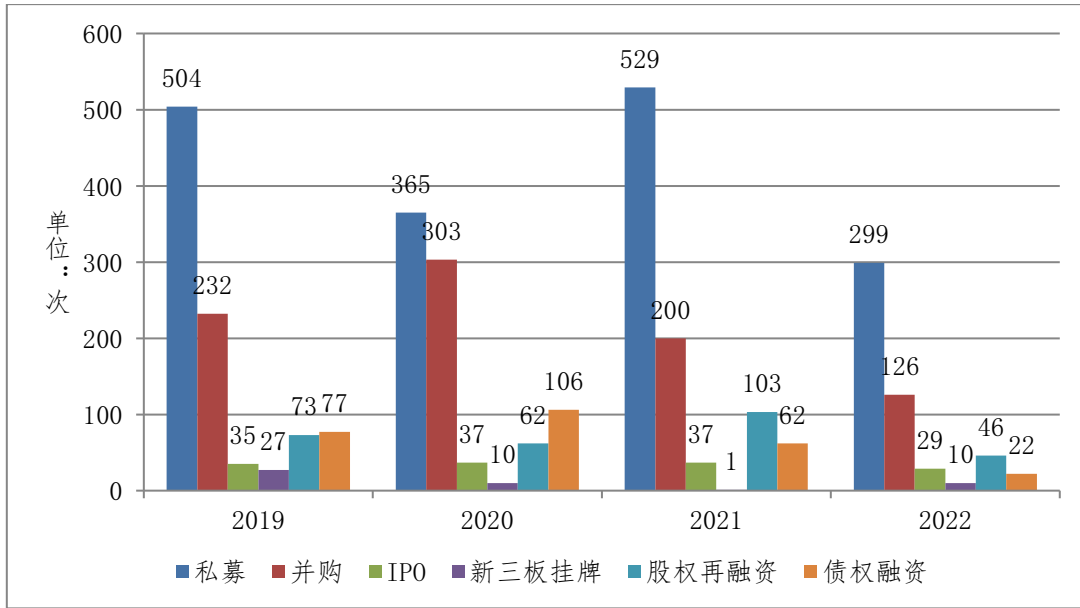
从文化产业各地区融资次数和金额来看，北京、广东和上海等地表现较为活跃。2019 年至 2022 年，全国各地区累计融资次数排名前五的地区分别为北京、广东、上海、浙江和江苏。累计融资金额排名前五的地区分别为北京、广东、上海、香港和浙江。单个项目平均融资金额排名前三的地区分别为香港、四川和广东，原因是这三个地区的大金额项目占比较高。



图表 4 2019 年至 2022 年全国文化产业各地区累计融资次数与融资金额

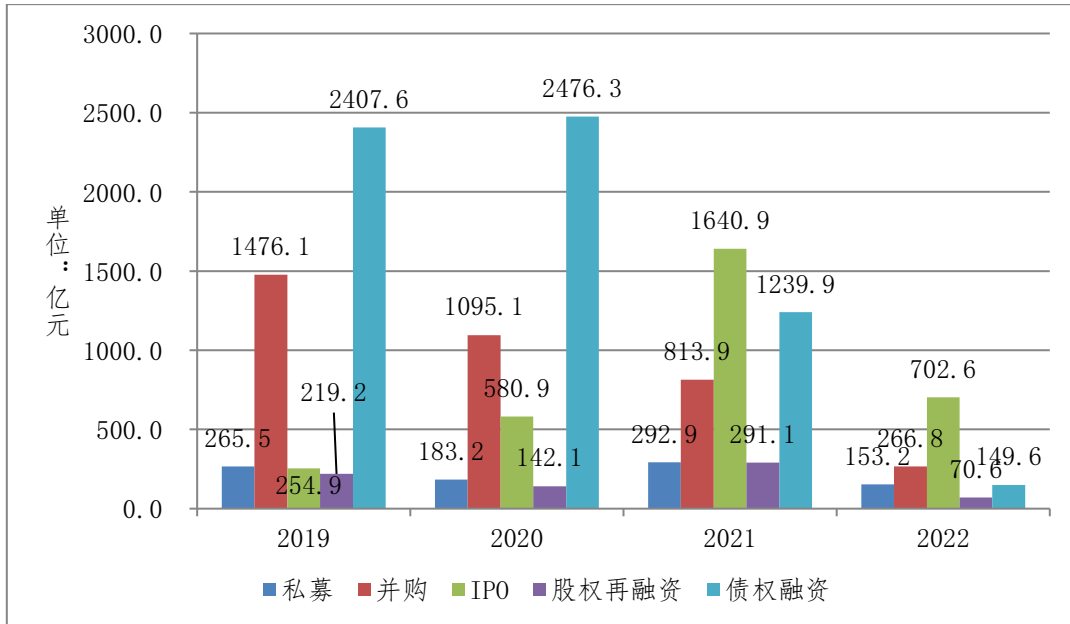
1.4 各市场融资情况

从市场分层来看，2022 年我国文化产业私募股权市场、并购市场、IPO、股权再融资市场和债权融资市场融资次数均有所下降。2022 年新三板挂牌数量为 10 次，较 2021 年上升 9 次，重回 2020 年水平。在其它市场中，债权融资市场融资次数降幅最大，为 64.5%；IPO 次数降幅最小，为 21.6%。各市场融资次数占比与去年同期基本持平，其中私募市场融资次数占比最大，为 56.2%；新三板挂牌次数占比最小，为 1.9%。



图表 5 2019 年至 2022 年全国文化产业各市场融资次数

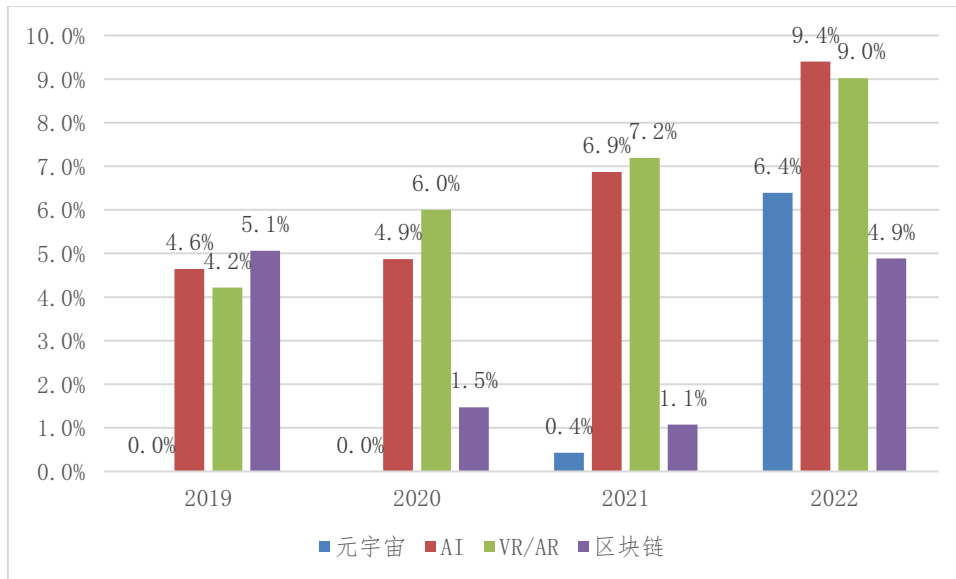
2022 年各市场融资金额均较去年同期有所下降。其中，债权融资市场融资金额降幅最大，为 87.9%；私募市场融资金额降幅最小，为 47.7%。2022 年各市场中，债权融资市场融资金额占比较去年同期出现显著下降，由 29.0%下降为 11.1%；IPO 融资金额占比显著提高，由 38.4%上升为 52.3%。



图表 6 2019 年至 2022 年全国文化产业各市场融资金额

1.5 科技领域热词情况

2022 年是元宇宙概念爆发的一年。从文化产业 2019 年至 2022 年科技领域热词占比情况看，2022 年约有 6.4% 的项目提及元宇宙概念，而 2021 年仅有 0.4% 的项目提及元宇宙，增长明显。提及 AI 与 VR/AR 概念的项目占比延续了自 2019 年以来的增长态势，在 2022 年占比分别达到了 9.4% 与 9.0%。区块链概念由于与元宇宙概念高度相关，其占比在 2022 年一改前两年连续下降的颓势，回升至 4.9%，基本与 2019 年水平持平。

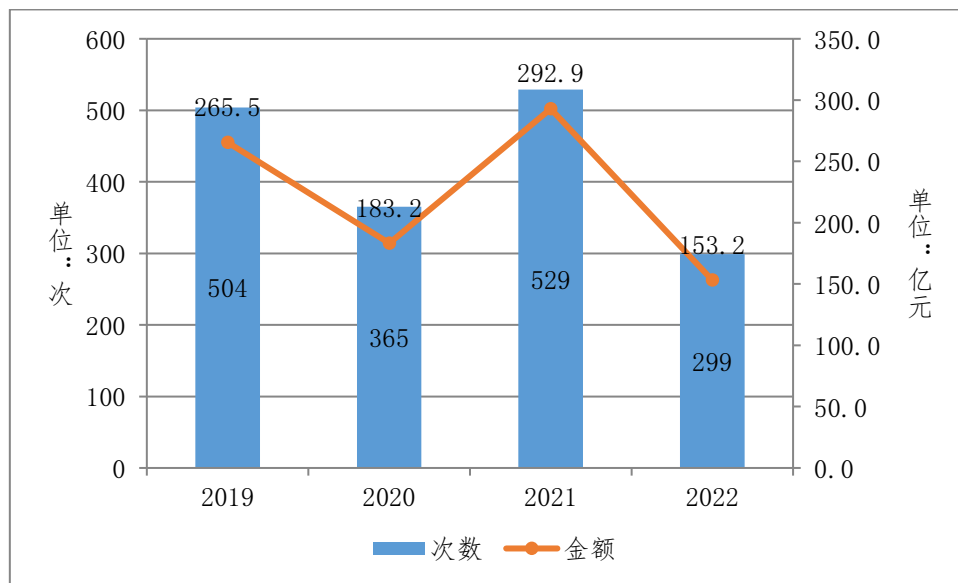


图表 7 2019 年至 2022 年全国文化产业科技热词占比情况

第二章 私募及并购市场

2.1 私募市场整体情况

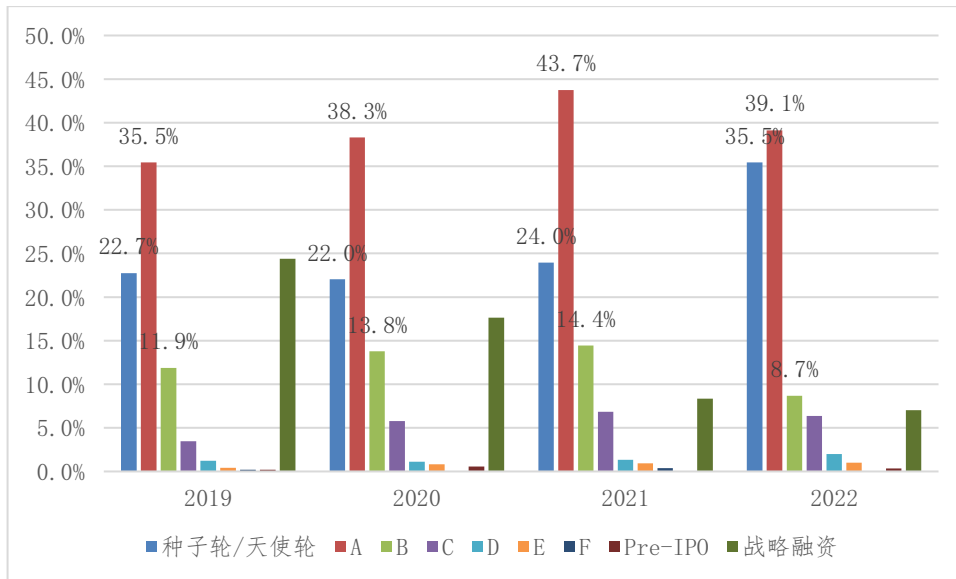
2022 年文化产业私募市场融资次数与融资金额分别为 299 次与 153.2 亿元，分别较去年同期下降 43.5%与 47.7%。



图表 8 2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场融资次数与融资金额

2.2 私募各轮次融资情况

从私募市场中各轮次融资次数占比来看，2022 年种子轮/天使轮的融资次数占比与去年同期相比明显增加，由 24.0% 上升至 35.5%，为过去四年中最高。其中，约有 23% 的种子轮/天使轮项目与数字藏品或 NFT 概念相关，新兴科技概念对投资者的投资偏好影响明显。

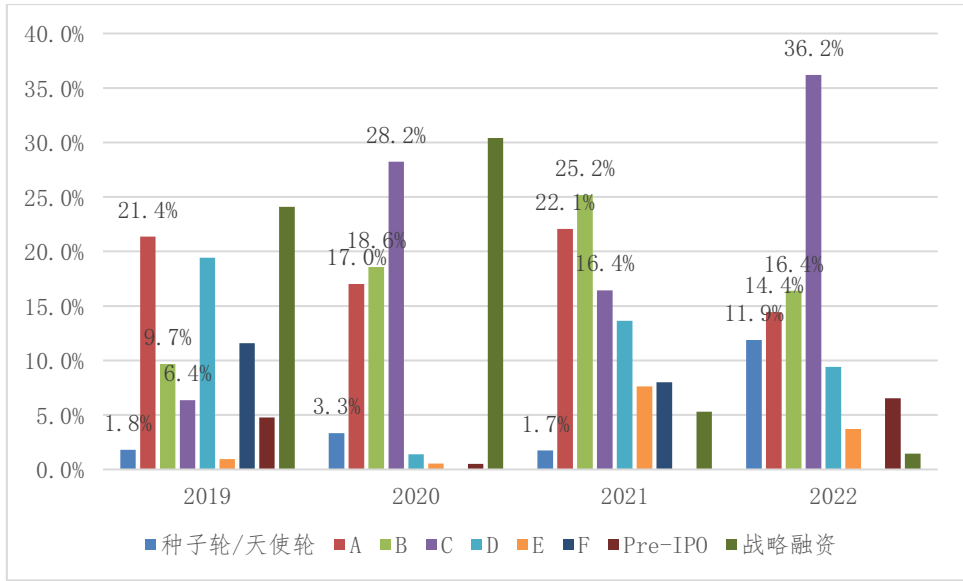


图表 9 2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场各轮次融资次数占比

从融资轮次来看，2019 年至 2022 年，种子轮/天使轮和 A 轮的数量总和占比逐年上涨，分别为 58.2%、60.3%、67.7%和 74.6%，轮次明显前移，轮次分布集中度非常明显。A 轮及 A 轮以前轮次融资事件数量多，但融资金额少。2019 年至 2021 年，A 轮及 A 轮以前轮次融资金额占比分别为 23.2%、20.3%和 23.8%；2022 年种子轮/天使轮融资金额有所提升，占比为 26.3%。

2022 年，种子轮/天使轮的占比较前三年有明显的提升，但 A 轮数量占比相较 2021 年有明显下降。2019 年至 2020 年，B 轮数量占比从 11.9%提升至 18.8%，2021 年略有下降，2022 年仅为 8.7%。

从私募市场中各轮次融资金额占比来看，2022 年种子轮/天使轮的融资金额占比较去年同期显著增加。受到区块链游戏公司 Animoca Brands 在当年完成了一笔 2100 万美元的大额 C 轮融资的拉动，2022 年 C 轮的融资金额占比也较 2021 年出现了较大提升，由 16.4%上升至 36.2%。



图表 10 2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场各轮次融资金额占比

2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场种子轮/天使轮项目个数分别为 111 个、80 个、126 个和 106 个。其中，有提及社交相关的项目呈现减少的趋势，2022 年只有 20 个项目提及；AR/VR 相关的项目在 2021 年迎来高峰，达到 12 个，2022 年减少至 7 个；AI 相关的项目在 2019 年至 2021 年基本保持在 5 个左右，2022 年随着现象级数字文化产品的出现，投融资市场对文化产业的预期发生结构性变化，AIGC 领域的市场预期向好；元宇宙相关的项目在 2022 年迎来井喷式增长，随着 2021 年元宇宙概念落地和普及，元宇宙相关产业在 2022 年经历了飞速发展的一年。从概念走到应用落地，元宇宙催生出数字藏品、虚拟人、文旅元宇宙等产业，涵盖教育、医疗、社交、本地生活、游戏等领域；区块链相关项目在 2022 年也迎来小高峰，略高于 2019 年水平；2022 年 IP 版权相关项目数量与 2019 年基本持平，高于 2020 年和 2021 年水平。

表格 1 2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场种子轮/天使轮热词分布情况

单位：个	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
总数	111	80	126	106
社交相关	36	27	28	20
AR/VR	4	6	12	7
AI	6	7	5	12
元宇宙相关	0	1	6	46
区块链	11	3	4	14
IP 版权	20	10	13	21

2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场种子轮/天使轮项目涉及热词投资情况如表格 2，整体趋势与表格 1 相似。

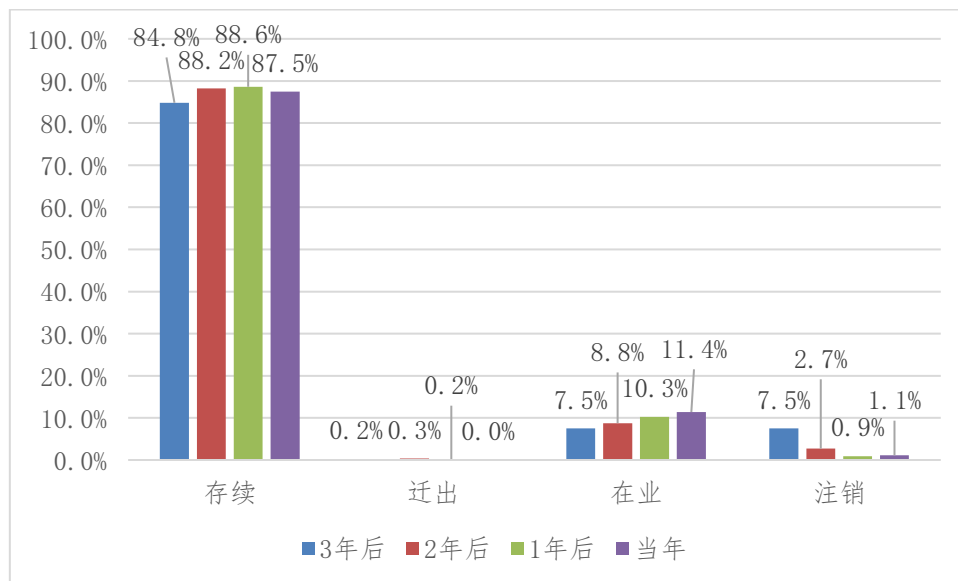
表格 2 2019 年至 2022 年全国文化产业私募市场种子轮/天使轮热词占比情况

占比	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
社交相关	32.43%	33.75%	22.22%	18.87%
AR/VR	3.60%	7.50%	9.52%	6.60%
AI	5.41%	8.75%	3.97%	11.32%
元宇宙相关	0.00%	1.25%	4.76%	43.40%
区块链	9.91%	3.75%	3.17%	13.21%
IP 版权	18.02%	12.50%	10.32%	19.81%

2.3 企业登记状态与后续融资情况

从在 2019 年（当年）至 2021 年间进行过私募融资的文化企业在 2022 年末的登记状态来看，处于“存续”和“在业”状态的文化企业

占比在缓慢增加，处于“注销”状态的文化企业占比在逐年减少，文化企业的生存环境正在缓步改善。



图表 11 2019 年至 2021 年全国文化产业初创企业三年内存续情况

表格 3 显示，2019 年有 96.4% 的企业最后一轮融资停留在种子轮/天使轮，三年后（2022 年）仍有 91.0% 的企业停留在种子轮/天使轮。有 3.6% 的企业在三年后（2022 年）停留在战略投资轮次；有 4.5% 的企业在三年后（2022 年）停留在 A 轮；仅有 0.9% 的企业在三年后停留在 B 轮。2020 年有 95.0% 的企业最后一轮融资停留在种子轮/天使轮，两年后（2022 年）仍有 82.5% 的企业停留在种子轮/天使轮。有 1.3% 的企业在两年后（2022 年）停留在战略投资轮次；有 11.3% 的企业在两年后（2022 年）停留在 A 轮；仅有 1.3% 的企业在两年后停留在 B 轮。两年后被并购的企业有 3.8%。2021 年有 93.7% 的企业最后一轮融资停留在种子轮/天使轮，一年后（2022 年）仍有 90.5% 的企业停留在种子轮/天使轮。有 0.8% 的企业在一年后（2022 年）停留在战略投资轮次；有 8.7% 的企业停留在 A 轮，没有企业停在 B 轮。

表格 3 2019 年至 2021 年全国文化产业私募市场各公司后续融资状态

		当年	一年后	两年后	三年后
2019 年	种子轮/天使轮	96.4%	93.7%	91.0%	91.0%
	战略融资	2.7%	2.7%	3.6%	3.6%
	A	0.9%	2.7%	4.5%	4.5%
	B	0.0%	0.9%	0.9%	0.9%
	并购	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2020 年	种子轮/天使轮	95.0%	86.3%	82.5%	
	战略融资	0.0%	0.0%	1.3%	
	A	2.5%	10.0%	11.3%	
	B	0.0%	1.3%	1.3%	
	并购	2.5%	2.5%	3.8%	
2021 年	种子轮/天使轮	93.7%	90.5%		
	战略融资	0.8%	0.8%		
	A	5.6%	8.7%		
	B	0.0%	0.0%		
	并购	0.0%	0.0%		

2012 年至 2019 年私募股权初创项目两年内实现 B 轮融资的项目数量占比统计结果显示：在增长阶段，该比例达到最高，首次融资的私募股权项目一年内进入 B 轮的比例在 2014 年达到最高值 8.9%，此阶段在第二年进入 B 轮的比例均高于 15%。而在放缓阶段，这一比例出现较大幅度的下降。2015 年私募股权初创项目一年内进入 B 轮的比例仅为 5.2%，第二年进入 B 轮的比例降至 9.9%。2016 年这两个数据分别降至 4.1%和 7.7%。2014 年至 2015 年期间，私募股权市场投融资

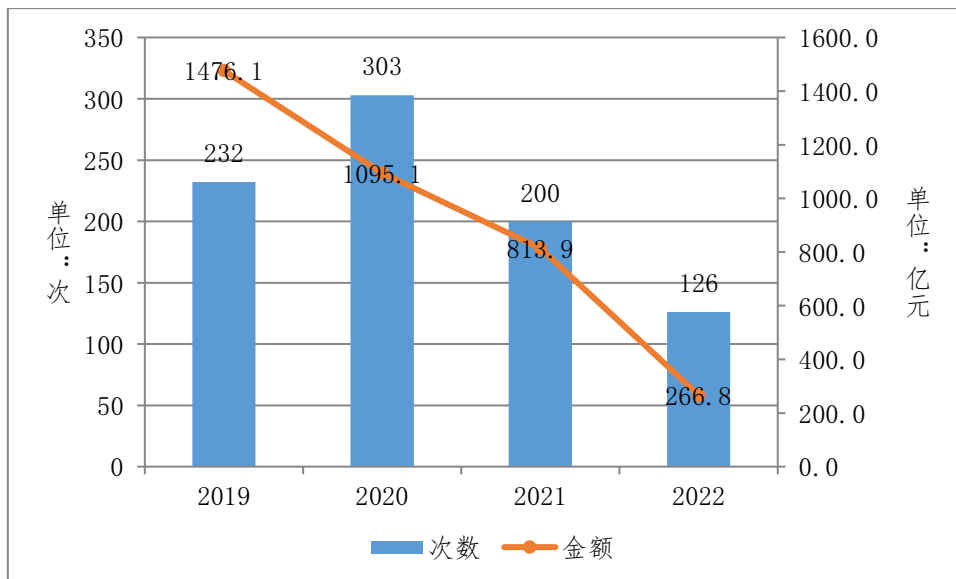
次数与金额均快速增长，但企业存活率下降。这一期间，私募股权市场涌入资金快速增多，在优质投资项目有限的情况下，资金对投资项目要求降低。在调整阶段，文化产业私募股权初创项目一年内进入 B 轮比例比率在 4%~5%之间，两年内进入 B 轮比率持续下降，2018 年降至 5.2%。其原因在于私募股权投资大幅减少对于文化产业初创项目的投资，使初创期项目后续融资成功概率下降，初创企业资金中断风险提升。

表格 4 2012 年至 2019 年全国文化产业私募股权初创期项目存活率分析 (%)

年度	首次融资+1年进入B轮比率	首次融资+2年进入B轮比率
2012年	4.8%	17.0%
2013年	7.6%	17.4%
2014年	8.9%	15.8%
2015年	5.2%	9.9%
2016年	4.1%	7.7%
2017年	5.1%	6.8%
2018年	4.5%	5.2%
2019年	4.0%	

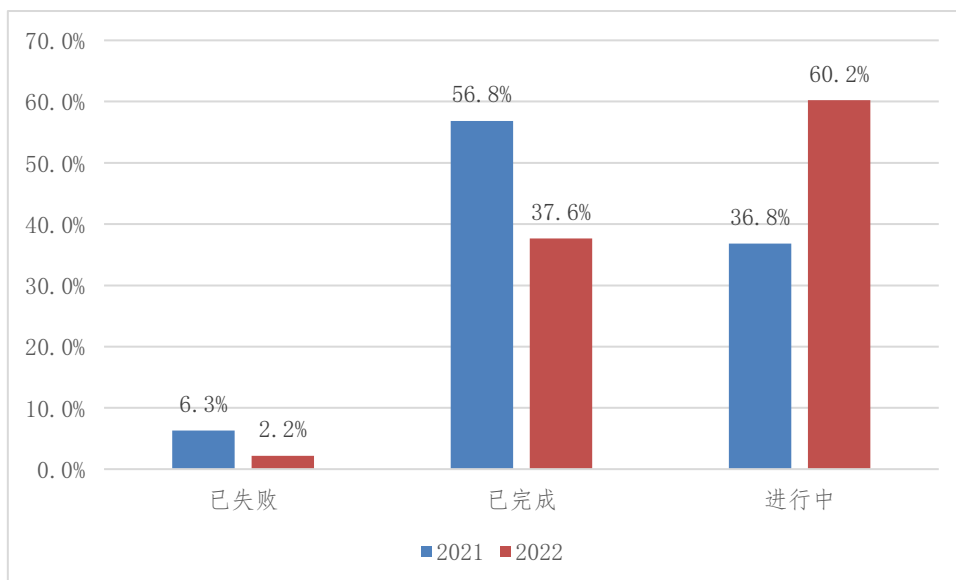
2.4 并购市场整体情况

从文化产业 2019 至 2022 年并购市场融资次数及融资金额来看，2022 年并购市场融资次数与融资金额分别为 126 次与 266.8 亿元，分别较去年同期下降 37.0%与 67.2%。



图表 12 2019 年至 2022 年全国文化产业并购市场融资次数及融资金额

截至 2022 年底，2021 年并购项目有 6.3% 失败，有 36.8% 的项目仍在进行中。2022 年并购项目有 2.2% 失败，有 60.2% 的项目仍在进行中。



图表 13 2021 年与 2022 年全国文化产业并购项目最新状态

2012 年至 2019 年全国文化产业并购市场部分头部互联网企业并购方所投行业主要集中在游戏、新闻信息服务、出版、影视和广告语策划行业，主要为横向并购。例如时代出版并购出版企业 4 家，占比 100%；北京映客并购影视公司 5 家，占比 100%；成都传媒并购广告与策划企业 5 家，占比 100%等。还有部分企业并购企业行业涉及较广，例如腾讯，并购行业集中度较为明显，主要为文娱传媒行业。2012 年至 2019 年并购游戏企业 14 家，占比 64%；出版 3 家，影视 3 家，音乐与音频 2 家。其中，以 27 亿收购有声读物平台懒人听书，是腾讯当年花钱最多的并购项目。例如哔哩哔哩，并购企业行业涉及新闻信息服务、出版、影视和游戏行业，2020 年 B 站对外投资非常聚焦，文娱项目占绝对比重，包含一些网络内容的制作方，例如以 6 亿元并购原创漫画梦工厂有妖气，又并购动画制作公司绘梦动画。到 2022 年，仅从并购这一角度来看，B 站从对内容平台的偏爱转向对游戏行业的布局。另外，游戏项目是 B 站重点布局的领域，这与 B 站的主业之一游戏代理相关业务有着较强的业务协同关系。阿里巴巴并购企业行业涉及旅游、广告与策划、艺术与表演和影视行业，2021 年和 2022 年阿里巴巴整体并购活跃度下降，并购企业行业涉及广泛。2021 年，复星集团收购 7 家电竞企业，主要涉及电竞、体育、信息服务及游戏业务。2021 年 10 月，隶属于复星国际大快乐业务板块的全球化体育产业运营公司复星体育产业集团正式成立经营实体。公司已完成收购复娱文化旗下游戏、电竞、体育等核心运营资产及管理团队合并交易事宜，未来将继续围绕体育、电竞、游戏等核心业务深化全球产业布局。

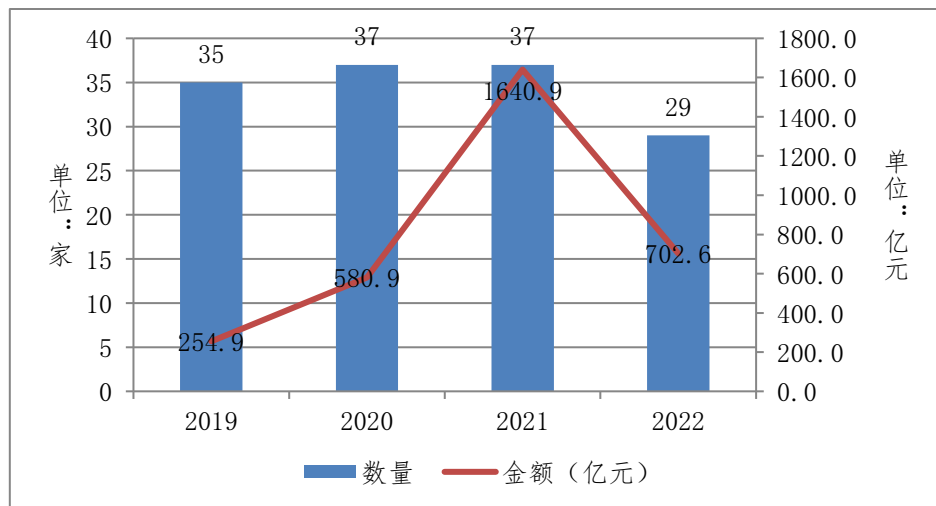
表格 5 2019 年至 2022 年全国文化产业并购市场并购方所投行业统计（部分）

行业	新闻信息服务	出版	影视	游戏	音乐与音频	艺术与表演	广告与策划	旅游	体育
腾讯	0	3	3	14	2	0	0	0	0
哔哩哔哩	1	2	2	4	0	0	0	0	0
阿里巴巴	0	0	4	0	0	1	1	3	0
字节跳动	2	0	0	3	0	2	0	0	0
复星	0	0	0	7	0	0	0	0	0
北京映客	0	0	5	0	0	0	0	0	0
成都传媒	0	0	0	0	0	0	5	0	0
百度	2	0	2	0	0	0	0	0	0
赤子城	4	0	0	0	0	0	0	0	0
宝力科技	1	0	1	0	0	0	2	0	0
时代出版	0	4	0	0	0	0	0	0	0

第三章 IPO 与新三板挂牌

3.1 IPO 数量及金额

从 IPO 企业数量来看，2022 年共有 29 家文化企业完成首发上市，数量上低于 2020 年与 2021 年水平，2020 年与 2021 年有 37 家文化企业完成首发上市。从 IPO 企业融资金额来看，2022 年首发上市企业的融资金额较 2021 年有大幅度的降低，仅为 702.6 亿元，仅为 2021 年的 42.8%。

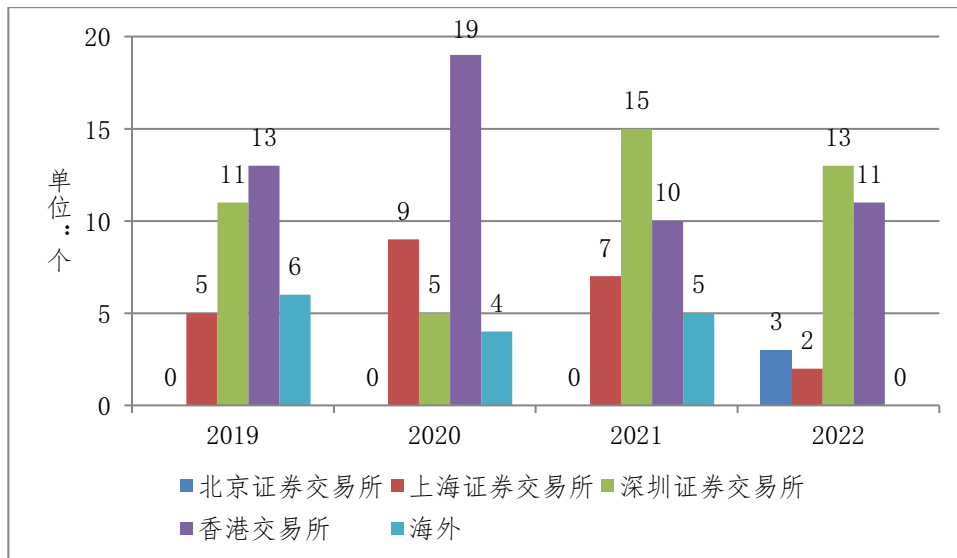


图表 14 2019 年至 2022 年全国文化企业首发上市数量及金额

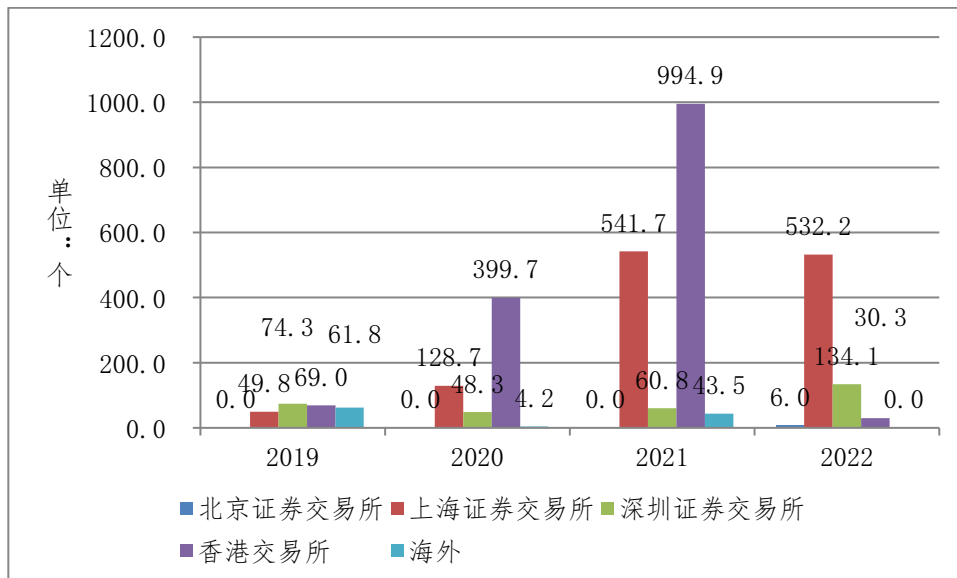
3.2 各交易所 IPO 数量及金额

2022 年，沪深股市文化上市企业数量为 15 家，略低于 2021 年的 22 家。涉及金额 666.3 亿元，略高于 2021 年的 602.5 亿元。上市企业主要涉及广告策划、游戏、新闻信息服务、艺术与表演和影视等行业。港股上市企业 11 家，比 2021 年多 1 家。涉及金额 30.3 亿元，与

2021 年的 994.9 亿元相差较大，2021 港股的较大金额主要是由于短视频头部企业的融资值较高。上市企业主要分布在影视、新闻信息服务和广告与策划行业。2022 年北京证券交易所文化上市企业数量为 3，2019 年-2021 年均 0。



图表 15 2019 年至 2022 年全国文化企业北交所、沪深股市、港股及海外首发上市企业数量



图表 16 2019 年至 2022 年全国文化企业北交所、沪深股市、港股及海外首发上市企业金额

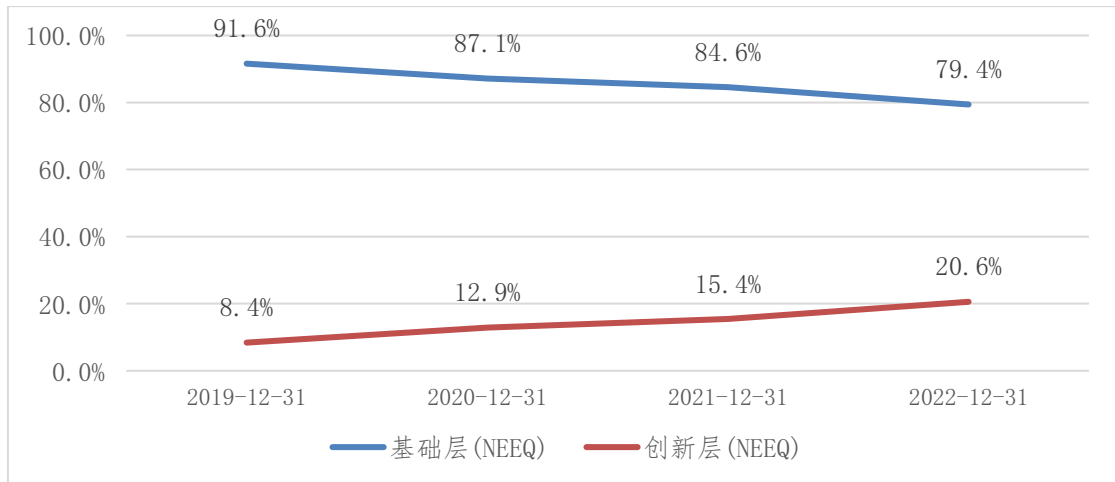
3.3 新三板分层

2019年，文化企业新三板挂牌共计928家，其中基础层850家，占比91.6%，创新层78家；2020年，文化企业新三板挂牌共计848家，占比87.1%，创新层109家；2021年，文化企业新三板挂牌共计707家，占比84.6%，创新层109家；2022年，文化企业新三板挂牌共计656家，其中基础层521家，占比79.4%，创新层135家。创新层公司数量占比由8.4%逐步上涨为20.6%。主要得益于新三板市场的深改改革步伐持续推进，新三板企业积极大幅度提高，进一步拓宽新三板企业融资能力。

表格 6 2019 年至 2022 年文化企业新三板挂牌企业分层情况

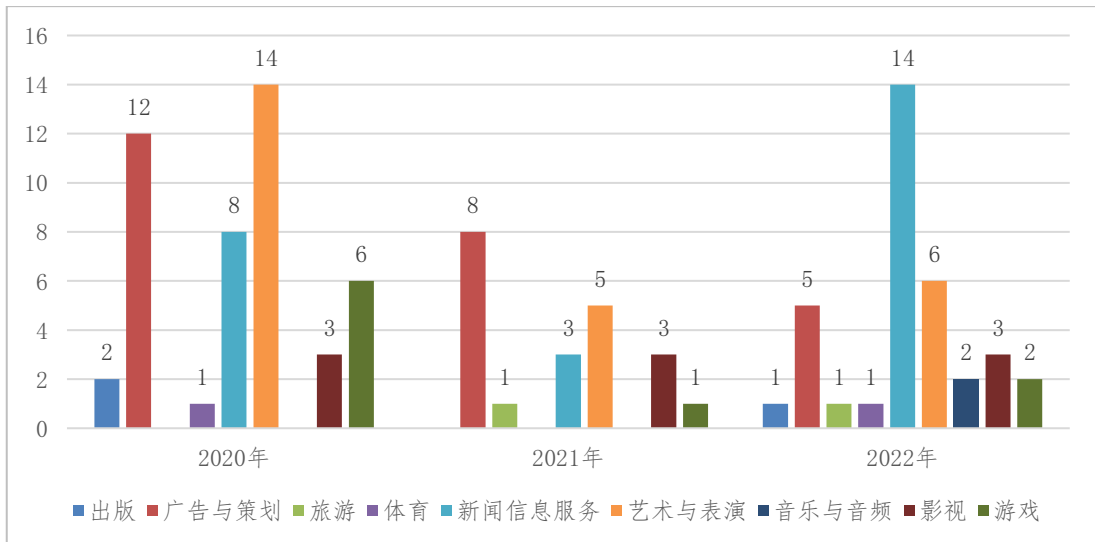
单位：家	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
基础层(NEEQ)	850	739	598	521
创新层(NEEQ)	78	109	109	135
合计	928	848	707	656
基础层(NEEQ)占比	91.6%	87.1%	84.6%	79.4%
创新层(NEEQ)占比	8.4%	12.9%	15.4%	20.6%

2022年，全国股转公司发布了修订后的《全国中小企业股份转让系统分层管理办法》（以下简称《分层办法》），《分层办法》对进层财务条件、非财务条件均进行优化调整，并将进层频次由1年1次增至1年6次。此次调整，能够有效扩大对优质中小企业的覆盖面，增加优质投资标的。



图表 17 2019 年至 2022 年全国文化企业新三板挂牌企业分层情况

2020 年，共有 46 家文化企业从基础层进入到创新层，企业主要分布在艺术与表演行业和广告与策划行业，总数达到 26 家，超过 50%。另外游戏、新闻信息服务等其他几个行业也有少许分布。2021 年，共有 21 家文化企业从基础层进入到创新层，企业主要分布在新闻信息服务和艺术与表演行业，总数达到 13 家，超过半数。2022 年，共有 35 家文化企业从基础层进入到创新层，其中新闻信息服务行业的企业数量最多，达到 14 家；广告与策划和艺术与表演行业同样有少许分布。

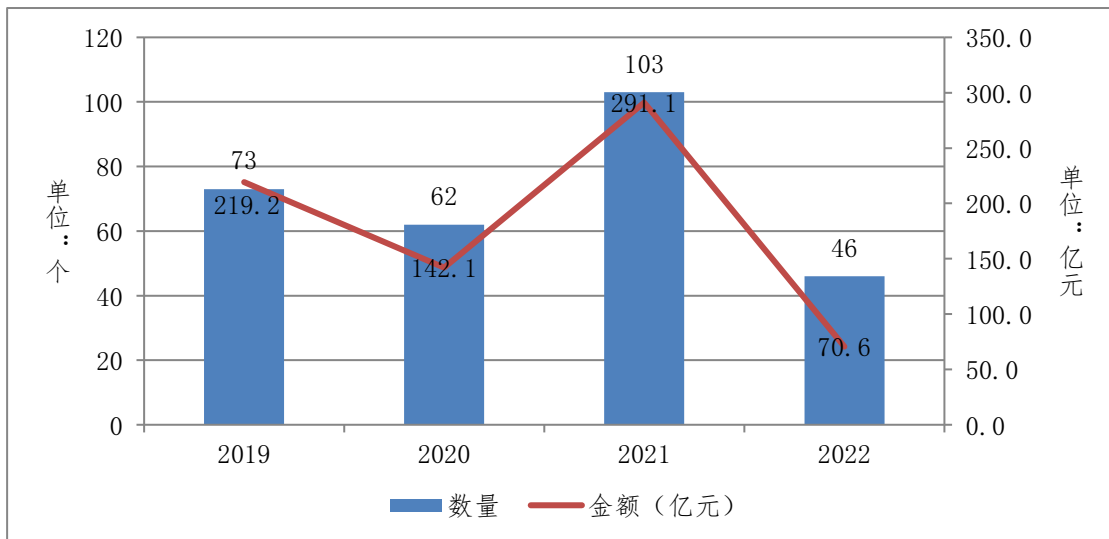


图表 18 2019-2022 年（累计）从基础层进入创新层的企业行业分布情况

第四章 股权再融资市场

4.1 股权再融资

2022 年文化企业股权再融资出现明显回落，融资活动较为低迷，融资金额仅为 70.6 亿元，同比降低 75.7%，融资金额仅为 2020 年的 50.0%，仅为 2021 年的 24.3%。2022 年文化企业股权再融资次数仅为 46 次，仅为 2021 年的 50.0%左右。

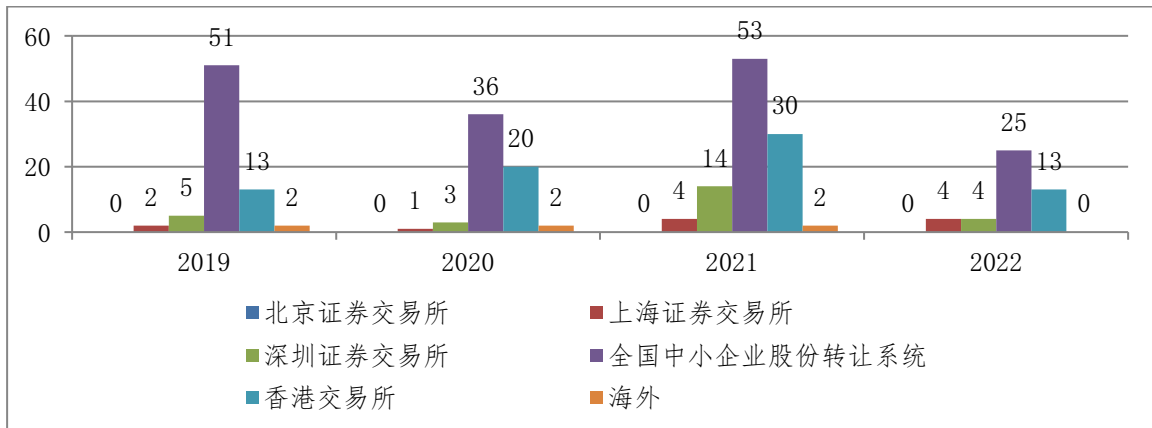


图表 19 2019 年至 2022 年全国上市文化企业股权再融资次数及金额

4.2 各交易所再融资次数及金额

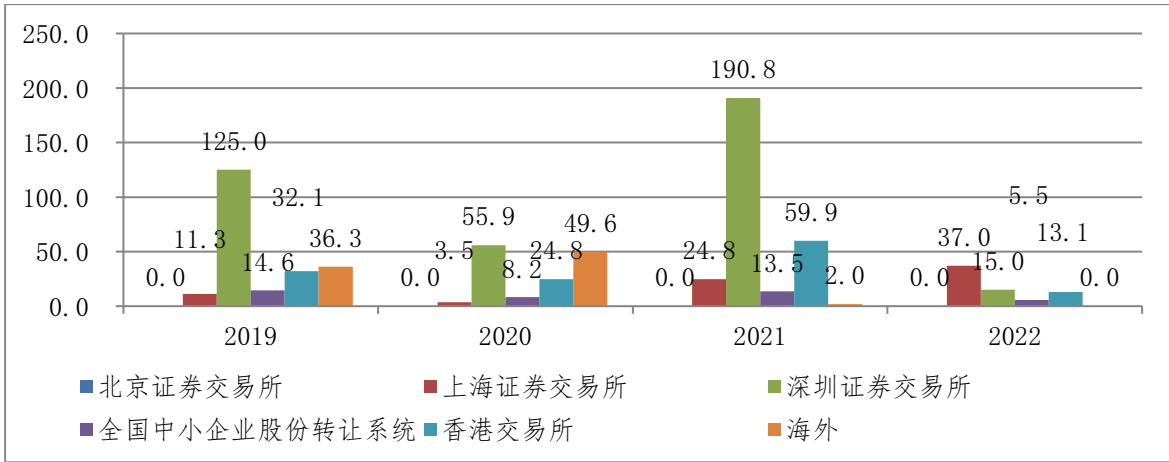
从各交易所股权再融资数量来看，2022 年沪深股市再融资次数与 2021 年相比出现小幅下降，仅为 8 次，与 2020 年和 2019 年相比，略有增长。2022 年港股再融资次数为 13 次，仅为 2021 年的 43.3%，略

低于 2020 年水平，与 2019 年持平。2022 年，新三板再融资数量为 25 次，仅为 2021 年的 47.2%。



图表 20 2019 年至 2022 年文化企业各交易所融资次数

从各交易所股权再融资金额来看，2022 年年沪深股市再融资金额 52.0 亿元，与 2021 年的 215.6 亿元相比相差较大。2021 年由于两家印刷企业的大额融资导致整体金额增幅较大，同时对动漫数字内容开发、会展、游戏企业得股权再融资项目给予了较高估值。2022 年港股股权再融资金额 13.1 亿元，仅为 2021 年的 21.9%，同时也低于 2020 年与 2019 年水平。2022 年，新三板再融资金额为 5.5 亿元，仅为 2021 年的 40.7%，降幅较大。

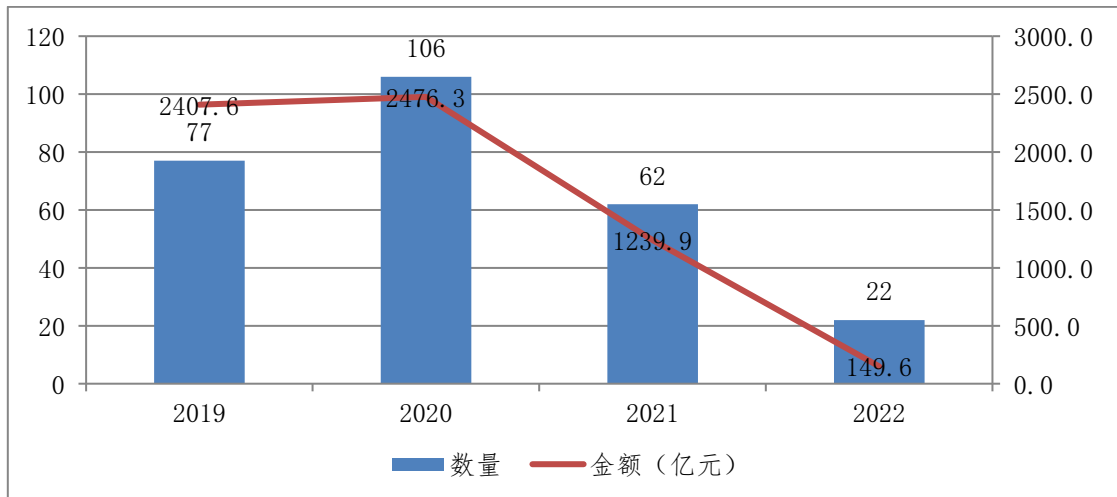


图表 21 2019 年至 2022 年文化企业各交易所融资金额

第五章 债权融资

5.1 债权融资数量及金额

2020 年至 2021 年，文化企业债权融资规模大幅下降，2021 年文化企业发行各类债券 62 个，共计 1239.9 亿元，同比下降 49.9%。2021 年至 2022 年，文化企业债权融资规模继续保持下降趋势，2022 年文化企业发行各类债券 22 个，共计 149.6 亿元，同比下降 87.9%。短期债券和长期债券融资的下滑反映出资本市场对文化企业短期业绩和长期发展的担忧。



图表 22 2019 年至 2022 年文化企业债权融资数量及金额

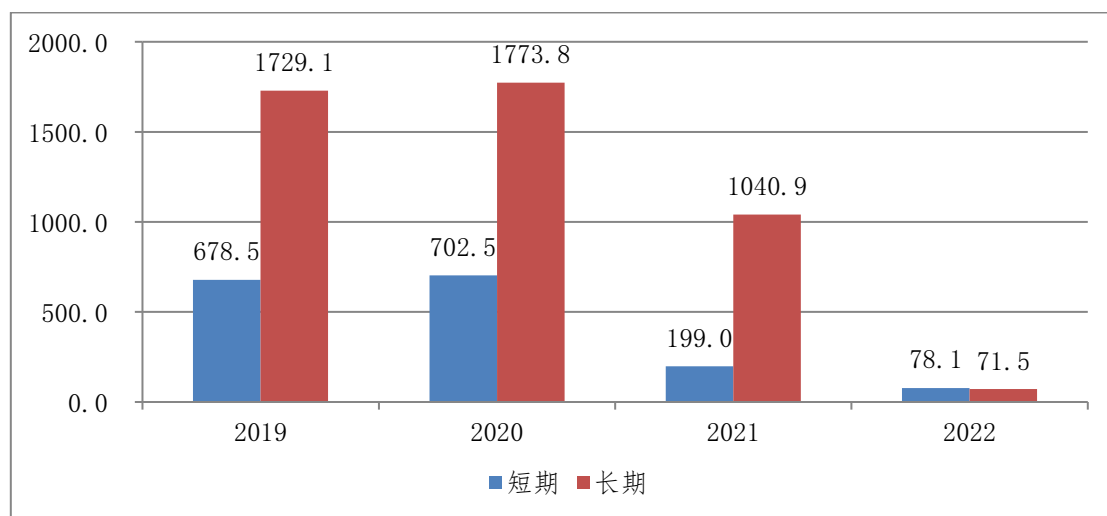
5.2 长期短期工具次数及金额

从债权融资工具使用情况看，2019 年至 2021 年，文化企业发行各类债券数量分别为 77 个、106 个和 62 个。2019 年至 2021 年，债权融资长期工具的使用占比均超过 60.0%。2022 年，文化企业发行各类

债券数量骤减，仅为 22 个，未发行海外债。其中债权融资长期工具占比仅为 36.3%，短期融资工具数量明显增加。

2022 年，江苏省广电有线信息网络股份有限公司进行三次超短期融资；广东省广告集团股份有限公司进行两次超短期融资。一般发行超短融的企业信用资质较高，在公开市场有持续债务融资行为，信息披露充分，投资者认可度高。同时，也有一些新的上市公司进行超短期融资，超短期融资更加普及。

2019 年至 2022 年这四年中，2022 年长期融资工具债权融资金额首次超过短期融资工具债权融资金额，且比较接近，分别为 78.1 亿元和 71.5 亿元。2022 年文化企业发行各类债券融资金额大幅度降低，仅为 149.6 亿元，仅为 2021 年的 12.1%。



图表 23 2019 年至 2022 年文化企业债权融资长期短期工具金额统计

2019 年，上市文化企业发行的海外债共计 17 笔，占 2019 年所有文化企业债权融资数量的 22%，融资金额共计 1350.4 亿元。2020 年，上市文化企业发行的海外债共计 25 笔，占 2020 年所有文化企业债权

融资数量的 23.6%，融资金额共计 1345.3 亿元。2021 年，上市文化企业发行的海外债共计 22 笔，占 2021 年所有文化企业债权融资数量的 35.5%，融资金额共计 827.3 亿元（仅为 2021 年披露的金额数）。2023 年 3 月 1 日爱奇艺宣布计划发行 6 亿美元的 2028 年到期可转换优先票据。公司拟将发售债券所得净额用于偿还（及）或回购现有债务证券。2023 年 1 月，爱奇艺曾宣布完成发行 5 亿美元可转换票据。公司完成向 PAGAC IV-1(Cayman) Limited 发行 5 亿美元可转换票据。爱奇艺表示，完成发行后，公司将继续提高和扩大商业运营，发展原创内容和加强营运资金。

（作者：赵岑为清华大学国家金融研究院文创金融研究团队负责人。
何颖淳为清华大学国家金融研究院文创金融研究团队研究员。裴瑞钰
为清华大学国家金融研究院文创金融研究团队研究员。付冰为清华大
学国家金融研究院文创金融研究团队研究员。王易之为国家金融研究
院文创金融研究团队研究员。）