

36氪获悉，我们曾介绍过的影视众筹平台“影大人”近日完成了千万元级 A 轮融资，投资方为雨木时代。本轮融资将用于获取更多优质项目，以及拓展投资人资源。

影大人成立于 2015 年，通过收益权众筹的方式为网络大电影项目寻求更多资金支持。

在整治互联网金融的大背景下，众筹行业也经历了一轮洗牌。盈灿咨询数据显示，2017 年底全国正常运营的众筹平台共有 209 家，比 2016 年少了一半，但筹资总额却相差不远，优质平台的筹资能力也在提升。

影大人创始人白松告诉 36 氪，他认为众筹行业整体会越来越走向专业性，垂直类平台更容易存活，例如餐饮、影视等。因而，影大人也将继续专注于网络大电影这一细分赛道，拓深产业链来做更多服务。

2017 年起，影大人开始深化投后管理，在制片、宣发等环节提供贯穿产业链的服务。反应到盈利上，除了众筹服务费，宣发制作也带来了更多的收入，大约占到了整体营收的 80%。

目前，影大人已经累计推荐了 200 多个网络电影项目，其中有 50 个项目成功达成。累计注册投资人有 3000 余人，合作机构类投资伙伴 30 余位，完成投资推介金额 1000 多万元。

以下是 36 氪在 2016 年 6 月对影大人的报道。

近年文化市场快速升温，再加上影视行业的高回报属性，资本想从中分一杯羹的意图愈发明显。票房保底、对赌和众筹三种现象逐渐化为常态。今天要说的项目“影大人”就是一个影视众筹平台。

目前整个影视众筹行业都还处于早期阶段，各家模式大致可归类为三种：P2P 产品（阿里娱乐宝...）、实物回报式（追梦网、点名时间...）、收益权众筹类。后起的初创公司，例如星筹网、影视宝和影大人等大都属于最后一种。

影大人创始人白松告诉 36 氪，虽然现在市面上的影视众筹平台很多，但各家切入的品类都有所不同。比如大家投重心在电视剧，幕客主打院线电影。在网大、网剧、电视剧、院线电影几个方向中，影大人现在以网络大电影为主。之所以选择从网大切入，白松他们是从成本、周期、风险三方面结合考虑的。

2015年，国内上线的网络大电影约有700部左右，其中赚钱的占60%。另外，网大15年的制作成本基本在30~60万，虽然今年成本有所提升，但依旧是所有影视品类里最低的。而和院线电影、电视剧动辄2年以上的制作周期比起来，网络电影1年的周期也更短。

目前，影大人对总投资额的20%到30%开放融资，5000元起投，平台提取7%的抽成。根据团队提供的数据，上线半年以来，影大人完成17个项目的融资对接。其中《萌道猎妖记》已经上映并回本。今年4月，公司实现盈利。

白松表示，虽然影视众筹让整个行业变成了一件大众都可参与的事情。但目前平台上的用户基本都是对内容有一定判断力的影视行业从业者。由此，影视众筹除了帮创作团队募集资金，还有可能为他们带来一定的行业资源。

而站在内容和资金之间，平台一个重要功能就是帮投资方滤出优质项目。关于项目筛选，影大人建立了一套决策流程和考虑维度。其中包括对剧本、团队和预算的考量。在白松看来，现在的市场环境下一部网大成本限定在80万~150万是相对安全的。判断项目时，相比题材，他们更注重剧本的可读性和故事性。同时为了降低风险，影大人现在只会和已有出品方参与的项目进行合作。

据悉，现在国内市场上大约存在300~500个网络大电影制作公司。这些内容生产方都会是影大人的BD目标。“我们和投资公司、出品公司、宣发公司都有联系，影大人从各地找出项目做筛选后，大家一起来投。”

其实白松也会担心单纯做众筹平台，未来很难做大。“我们觉得将来众筹行业会变得越来越垂直。而垂直的背后是围绕产业链做更深的服务。”白松表示影大人下一步应该会先做横向扩品，从网大向网剧或院线电影延伸。至于产业链服务，他还没想好切入方式，因为各环节的专业壁垒都很高。不过“利用资本、以出品方身份出发，话语权相对更足一些。”

团队方面，创始人白松有5年互联网从业经历和2年的电影行业经历，曾就职于百度、满座网、抠电影等公司，并担任抠电影华南区总监，同时也是狗尾草资本的发起人。除了白松，其余3位合伙人也多是互联网、影视行业“跨界”背景。前不久，影大人刚获得了来自创梦创投的200万人民币天使轮融资。