证券代码:002878 证券简称:元隆雅图 公告编号:2020-067

北京元隆雅图文化传播股份有限公司第三届董事会第二十二次会议决议

本公司及全体董事会成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、会议召开情况

2020 年 12 月 7 日,北京元隆雅图文化传播股份有限公司(简称“公司”)第三届董事会第二十二次会议在公司会议室召开(本次会议通知于 2020 年 12 月 4 日以邮件形式送达全体董事)。公司董事应到 7 人,实到 7 人,符合法定人数。公司部分监事会成员及高级管理人员列席会议。本次会议的召开和表决程序符合《公司法》及《公司章程》相关规定。会议由董事长孙震主持。

二、决议情况

经表决,会议审议通过了以下议案:

1、审议通过了《关于收购北京有花果文化传媒有限公司 60%股权及签署相关交易协议的议案》

董事会同意公司采取现金方式收购张馨心、闫然、余寅所持有的北京有花果文化传媒有限公司(以下简称“有花果”)60%股权。参考具有证券期货从业资格的评估机构出具的评估报告确定的有花果的评估价值,经双方协商确定有花果 60%的股权转让对价为 27,000 万元。该等转让对价将根据有花果 2020 年度、2021 年度、2022 年度实现的净利润情况作相应调整。

有花果以博主和自媒体账号为媒介资源,向品牌方和广告代理商提供品牌推广和产品种草服务,自营美妆类内容电商(微信小程序商城和淘宝店铺)和直播电商业务,向品牌方提供社交媒体运营服务,是一家专注于媒介端运营的新媒体整合营销公司。

本次收购经过了具有证券期货相关业务资格的会计师事务所和资产评估机构的审计和评估,交易价格以评估值为依据,由各方在公平、自愿的原则下协商确定,资产定价公平、合理,符合相关法律、法规的规定,不存在损害公司和全体股东特别是中小股东利益的情形。

董事会同意公司与交易相关方签署《北京有花果文化传媒有限公司之股权转让协议》。

本次收购事项不构成关联交易,也不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权。该议案获通过。

具体内容详见刊载于《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于收购北京有花果文化传媒有限公司 60%股权的公告》。

本议案不需提交股东大会审议。

2、审议通过了《关于北京有花果文化传媒有限公司<审计报告>和<评估报告>的议案》

董事会同意瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)针对本次股权收购出具的致同审字(2020)第 110ZC11853 号《北京有花果文化传媒有限公司 2019 年度、2020 年 1-9 月审计报告》和北京天健兴业资产评估有限公司针对本次股权收购出具的天兴评报字(2020)第【1883】号《北京元隆雅图文化传播股份有限公司拟收购北京有花果文化传媒有限公司部分股权项目资产评估报告》。

本议案不涉及关联交易事项。本议案无需提交股东大会审议。

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权。该议案获通过。

具体内容详见刊载于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《北京有花果文化传媒有限公司 2019 年度、2020 年 1-9 月审计报告》和《北京元隆雅图文化传播股份有限公司拟收购北京有花果文化传媒有限公司部分股权项目资产评估报告》。

本议案无需提交股东大会审议。

3、审议通过了《关于向控股股东借款的议案》

为公司经营资金周转,公司拟向控股股东元隆雅图(北京)投资有限公司(以下简称“雅北投资”)借款不超过人民币 2 亿元,借款期限不超过三年,年利率为雅北投资该笔款项的实际融资成本,但最高不超过 8%,公司根据实际资金需求量在借款额度内支取,循环使用,利息支付根据借款实际使用天数和借款年利率计算。

本议案涉及关联交易事项,关联董事需回避表决,本议案需提交股东大会审议。

表决结果:6 票同意,0 票反对,0 票弃权。该议案获通过。

独立董事对本议案发表了事前认可意见及相关事项的独立意见。

具体内容详见刊载于《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于向控股股东借款暨关联交易的公告》(公告编号 2020-070)。

本议案需提交股东大会审议。

4、审议通过了《关于提请召开 2020 年第二次临时股东大会的议案》

董事会同意提请于 2020 年 12 月 24 日召开 2020 年第二次临时股东大会,审议本次董事会提交的《关于向控股股东借款的议案》、以及第三届董事会第二十一次会议提交的《关于回购注销 2017 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》、《关于变更公司注册资本及修改<公司章程>的议案》。

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权。该议案获通过。

具体内容详见刊载于《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于 2020 年第二次临时股东大会的通知》。

三、备查文件:

1、《第三届董事会第二十二次会议决议》;

2、《独立董事关于公司向控股股东借款暨关联交易的事前认可意见》;

3、《独立董事关于第三届董事会第二十二次董事会相关事项发表的独立意见》;

4、《北京有花果文化传媒有限公司之股权转让协议》;

5、致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的“致同审字(2020)第 110ZC11853 号”《审计报告》;

6、北京天健兴业资产评估有限公司出具的“天兴评报字(2020)第 1883 号”《北京元隆雅图文化传播股份有限公司拟收购北京有花果文化传媒有限公司部分股权项目资产评估报告》。

特此公告。

北京元隆雅图文化传播股份有限公司董事会
2020 年 12 月 8 日

证券代码:002878 证券简称:元隆雅图 公告编号:2020-068

北京元隆雅图文化传播股份有限公司关于 2020 年第二次临时股东大会通知的公告

本公司及全体董事会成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

根据北京元隆雅图文化传播股份有限公司(以下简称“公司”)第三届董事会第二十二次会议决议,公司定于 2020 年 12 月 24 日(星期四)召开 2020 年第二次临时股东大会,现将召开本次会议有关事宜通知如下:

一、召开会议的基本情况

1、会议届次:2020 年第二次临时股东大会

2、会议召集人:公司董事会

3、会议召开的合法性及合规性:经本公司第三届董事会第二十二次会议审议通过,决定召开 2020 年第二次临时股东大会,本次股东大会会议召开符合有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和公司章程相关规定和要求。

4、会议召开时间

(1)现场会议召开时间:2020 年 12 月 24 日(星期四)下午 14:30

(2)网络投票时间:2020 年 12 月 24 日

通过深圳证券交易所交易系统进行投票的具体时间为:2020 年 12 月 24 日 9:15-9:25,9:30-11:30,13:00-15:00。

通过深圳证券交易所互联网投票系统进行投票的具体时间为:2020 年 12 月 24 日 9:15-15:00。

5、会议召开方式

本次股东大会采用现场表决与网络投票相结合的方式召开。公司股东应选择现场投票、网络投票中的一种方式,如果同一表决权出现重复投票表决的,以第一次投票表决结果为准。 6、股权登记日:2020 年 12 月 21 日

7、出席对象

(1)截至 2020 年 12 月 21 日下午收市时在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记在册的公司全体股东均有权出席本次股东大会,并可以书面委托代理人出席会议和参加表决,该股东代理人不必是本公司股东。

(2)本公司董事、监事和高级管理人员。

(3)公司聘请的律师。

8、现场会议召开地点:北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层公司大会议室

二、会议审议事项

1、审议《关于向控股股东借款的议案》。

该提案已经公司第三届董事会第二十二次会议审议通过,具体内容详见同日登载于《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)的相关公告。

2、审议《关于回购注销 2017 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》。

3、审议《关于变更公司注册资本及修改<公司章程>的议案》。

上述 2,3 提案已经公司第三届董事会第二十一次会议审议通过,具体内容详见同日登载于《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)的《第三届董事会第二十一次会议决议公告》。 上述提案 3 为特别决议议案,应当由出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的三分之二以上通过。提案 1 涉及关联交易事项,审议时关联股东需回避表决。上述所有议案均需对中小投资者表决单独计票,并将结果予以披露。中小投资者指挂除公司董事、监事、高级管理人员及单独或合计持有上市公司 5%以上股份的股东以外的其他股东。

三、提案编码

表一:本次股东大会提案编码示例表:

提案编码	提案名称	备注 该列打勾的栏目可以投票
100	总提案:除累积投票提案外的所有提案	√
非累积投票提案		
1.00	《关于向控股股东借款的议案》	√
2.00	《关于回购注销 2017 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》	√
3.00	《关于变更公司注册资本及修改<公司章程>的议案》	√

注:备注列打勾的栏目可以投票

四、会议登记事项

1、登记方式

(1)出席本次股东大会的自然人股东应由本人或委托代理人出席会议。自然人股东本人出席会议的,应出示本人身份证、本人证券账户卡办理登记手续;委托代理人出席会议的,代理人应出示本人身份证、自然人股东出具的书面授权委托书(附件 2)、委托人股票账户卡办理登记手续。

(2)出席本次股东大会的法人股东应由法定代表人或者法定代表人委托的代理人出席会议。法定代表人出席会议的,须持法人代表的身份证、法人授权委托书、法人单位营业执照复印件(加盖公章)、证券账户卡办理登记;委托代理人出席会议的,须持代理人的身份证、法人授权委托书、法人单位营业执照复印件(加盖公章)、证券账户卡办理登记;股东方合格境外机构投资者(QFII)的,拟出席会议的股东或股东代理人在办理登记手续时,除须提交上述材料外,还须提交合格境外机构投资者证书复印件(加盖公章)。

(3)异地股东可以书面信函或传真办理登记,股东请仔细填写《北京元隆雅图文化传播股份有限公司 2020 年第二次临时股东大会参加会议回执》(附件 3),连同登记资料,于 2020 年 12 月 22 日 17:00 前送达公司证券事务部。信函邮寄地址:北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层,邮编:100053(信函上请注明“股东大会”字样,信函或传真方式以 12 月 22 日 17:00 前到达本公司为准,不接受电话登记)。 2、登记时间:2020 年 12 月 22 日,上午 9:00-11:30,下午 14:00-17:00 3、登记地点:北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层公司前台。

4、会务联系方式

会务常设联系人:魏晨

联系电话:010-8352 8822

传真: 010-83528255

邮箱:ybyato@yhato.cn

联系地址:北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层,邮编 100053

本次股东大会现场会议半天,参加会议的股东食宿、交通费用自理。

出席会议人员请于会议召开前半小时内到达会议地点,并携带身份证明、股票账户卡、授权委托书等原件,以便签到入场。

五、参与网络投票的具体操作流程

本次股东大会,股东可以通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统(地址为 http://wltp.cninfo.com.cn)参加投票,网络投票具体操作流程见附件 1。

六、备查文件

《第三届董事会第二十二次会议决议》;

特此公告。

北京元隆雅图文化传播股份有限公司董事会
2020 年 12 月 8 日

附件 1:

参与网络投票的具体操作流程

一、网络投票的程序

1、投票代码:362878,投票简称:元隆投票。

2、填报表决意见

本次股东大会议案均为非累积投票提案,填报表决意见:同意、反对、弃权。

股东对总议案进行投票,视为所有议案表达相同意见。股东对总议案与具体议案重复投票时,以第一次有效投票为准。如股东先对具体议案投票表决,再对总议案投票表决,则以已投票表决的具体议案的表决意见为准,其他未表决的议案以总议案的表决意见为准;如先对总议案投票表决,再对具体议案投票表决,则以总议案的表决意见为准。

3、通过深交所交易系统投票的程序

1、投票时间:2020 年 12 月 24 日 9:15-9:25,9:30-11:30 和 13:00-15:00。

2、股东可以登录证券公司交易客户端通过交易系统投票。

三、通过深交所互联网投票系统投票的程序

1、互联网投票系统开始投票的时间为 2020 年 12 月 24 日 9:15-15:00。

2、股东通过互联网投票系统进行网络投票,需按照《深圳证券交易所投资者网络服务身份认证业务指引(2016 年修订)》的规定办理身份认证,取得“深交所数字证书”或“深交所投资者服务密码”。具体的身份认证流程可登录互联网投票系统 http://wltp.cninfo.com.cn 规则指引栏目查阅。

3、股东根据获取的服务密码或数字证书,可登录 http://wltp.cninfo.com.cn 在规定的时间内通过深交所互联网投票系统进行投票。

附件 2:

授权委托书

兹委托 先生/女士代表本人(本单位)出席北京元隆雅图文化传播股份有限公司 2020 年第二次临时股东大会,并代为行使全部议案的表决权(若仅授权表决部分议案或对议案有明确同意、弃权或反对授权的请注明)。本人已在会前仔细阅读相关会议议案及附件,对各项议案均表示同意。

委托股东名称:

身份证号或人营业执照号:

委托人持股数:

委托人证券账户号:

委托人姓名和身份证号:

委托人(签名或盖章):

委托日期:

委托人对会议审议议案表决如下(请在相应的表决意见项下划“√”,委托人没有明确投票指示的,应当注明是否授权由受托人按自己的意见投票。):

提案编码	提案名称	备注 该列打勾的栏目可以投票
100	总提案:除累积投票提案外的所有提案	√
非累积投票提案		
1.00	《关于向控股股东借款的议案》	√
2.00	《关于回购注销 2017 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》	√
3.00	《关于变更公司注册资本及修改<公司章程>的议案》	√

注:

1、请在选项中打√;

2、每项均为单选,多选无效。

本授权委托书有效期自签发之日至本次股东大会结束之日。

股东签字:

年 月 日

附件 3:

北京元隆雅图文化传播股份有限公司

2020 年第二次临时股东大会参加会议回执

截至 2020 年 12 月 24 日,本人/本单位持有北京元隆雅图文化传播股份有限公司股票,拟参加公司 2020 年第二次临时股东大会。

姓名或名称(签字或盖章)		身份证号/企业营业执照号	
股东账号		持有股数	
联系电话		电子邮箱	
联系地址		邮编	
是否本人出席		备注	

年 月 日

证券代码:002878 证券简称:元隆雅图 公告编号:2020-069

北京元隆雅图文化传播股份有限公司关于收购北京有花果文化传媒有限公司 60%股权的公告

本公司及全体董事会成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示:

1. 标的资产评估增值率较高的风险

根据北京天健兴业资产评估有限公司(以下简称“天健兴业”)出具的评估报告,截至 2020 年 9 月 30 日,北京有花果文化传媒有限公司(以下简称“有花果传媒”或“标的公司”)全部权益价值 45,359.44 万元,较账面净资产 851.01 万元增值 44,508.43 万元,增值率为 5230.07%。本次交易标的资产的估值较账面值增值较高,主要是基于标的资产具有较强的资产盈利能力和较高的业绩增长速度等未在账面反映的核心资产价值得出的估值结果,另一方面也因为转让方在本次收购前对滚存利润进行分配,减少了 3,027.11 万元账面净资产。如上述基础发生变动,将可能导致标的资产的价值低于目前的估值。

2. 业绩承诺不能实现的风险

本次交易的业绩承诺人张馨心、闫然、余寅(以下合称“转让方”)承诺:有花果传媒于 2020 年、2021 年、2022 年实现的归属于母公司股东(扣除非经常性损益前后孰低)的净利润应分别不低于人民币 3,000 万元、3,900 万元、5,070 万元。上述净利润承诺数是依据标的公司历史运营业绩和市场展望的预测数,但受市场因素等影响,若在未来年度有花果传媒出现经营未达预期的情况,上述业绩承诺未能实现,可能会影响到本公司的整体经营业绩和盈利规模。

3. 本次交易形成的商誉减值风险

由于本次交易构成非同一控制下的企业合并,根据《企业会计准则》,本次交易完成后,相对于资产评估日账面净资产,本公司将确认 26,482.30 万元商誉,在未来每年年度终了时需要进行商誉减值测试。若标的公司未来经营状况未达预期,则本次收购标的资产所形成的商誉将存在减值风险,从而对本公司经营业绩产生不利影响。

4. 本次交易完成后的整合风险

本次交易完成后,本公司能否有效地对有花果传媒进行整合,实现预期的协同效应存在一定的不确定性。为此,公司将积极采取相关措施,在管理团队、管理制度等各方面积极规划部署和整合,以确保本次交易完成后公司和有花果传媒的业务能够继续保持稳步发展,发挥协同效应,以降低收购风险。

2020 年 12 月 7 日,北京元隆雅图文化传播股份有限公司(以下简称“元隆雅图”、“本公司”或“受让方”)召开第三届董事会第二十二次会议,审议通过了《关于收购北京有花果文化传媒有限公司 60%股权及签署相关交易协议的议案》等议案,现将本次交易基本情况公告如下:

一、交易概述

(一)本次交易基本情况

2020 年 12 月 7 日,经公司第三届董事会第二十二次会议审议通过,公司与张馨心、闫然、余寅等 3 名交易对手签署《北京有花果文化传媒有限公司之股权转让协议》(以下简称“《股权转让协议》”),同意支付 27,000 万元收购有花果传媒 60%的股权。张馨心、闫然、余寅作为本次交易的业绩承诺人,承诺有花果传媒 2020 年、2021 年、2022 年实现的归母净利润(扣除非经常性损益前后孰低)分别不低于人民币 3,000 万元、3,900 万元、5,070 万元。

根据《股权转让协议》,公司拟向股东张馨心、闫然、余寅等三名交易对方以现金方式分三期支付本次股权转让价款。

本次收购完成后,公司将直接持有有花果传媒 60%股权。

(二)本次交易审议情况

2020 年 12 月 7 日,公司第三届董事会第二十二次会议审议通过了《关于收购北京有花果文化传媒有限公司 60%股权及签署相关交易协议的议案》,同意公司收购有花果传媒 60%股权。

根据《深圳证券交易所中小企业板股票上市规则》、《公司章程》,本次收购有花果传媒 60%股权的交易无需提交公司股东大会审议。

(三)本次交易不构成关联交易

本次交易不构成关联交易。本次交易完成后,有花果传媒将成为本公司的控股子公司。

(四)本次交易不构成重大资产重组

本次交易不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。本次交易相关财务指标情况如下:

单位:万元

项目	有花果传媒	本公司	占比	是否构成重大资产重组
资产总额与交易金额孰高	27,000.00	132,440.77	20.39%	否
营业收入	4,249.43	157,166.07	2.70%	否
资产净额与交易金额孰高	27,000.00	69,747.97	38.71%	否

注:

1.《上市公司重大资产重组管理办法》规定的财务指标采用标的资产总额与交易金额孰高、标的资产净额与交易金额孰高,因有花果传媒总资产和净资产均大幅低于交易金额,故采用标的公司的交易金额与本公司相应财务指标进行比较。

2. 本公司相关财务数据为 2019 年度经审计财务数据。

(五)本次交易前需履行的程序

本次交易不构成重大资产重组,亦不属于关联交易,经公司董事会审议通过,并办理有花果传媒股权变更的工商登记,即完成交易。

二、交易对方基本情况

1.张馨心

张馨心,女,身份证号码:370602198708******。张馨心女士毕业于中央戏剧学院编导专业,本科学历;曾从事电影编剧、戏剧制作人等工作,2016 年创办有花果传媒。

2.闫然

闫然,女,身份证号码:230102198607******。闫然女士毕业于英国曼彻斯特大学商学院,取得品牌管理与企业沟通硕士学位;2011-2014 年任职奥美广告,担任客户经理;2014-2016 年任职奥迪中国,担任数字与社交营销经理;2016 年创办有花果传媒。

3.余寅

余寅,男,身份证号码:442000198611******。余寅先生毕业于英国华威大学,取得国际媒体和传媒管理硕士学位;2011-2012 年任职奥美广告,担任客户经理;2012-2013 年任职中国惠普,担任数字市场营销经理;2013-2016 年任职大众汽车中国,担任整合营销高级经理;2016 年创办有花果传媒。

三、交易对方与上市公司前 10 名股东的关系说明

本次股权转让的交易对方与本公司的前十名股东在产权、业务、资产、债权债务、人员等方面不存在相关关系,亦不存在其他可能或已经造成本公司对其利益倾斜的其他关系。

四、标的公司及其业务基本情况

(一)标的公司基本情况

1.工商登记情况

公司名称:北京有花果文化传媒有限公司

注册地址:北京市房山区良乡长虹西路翠柳东街 1 号-1108

注册资本:150 万元人民币

成立日期:2016 年 08 月 03 日

法定代表人:张馨心

统一社会信用代码:91110106MA007CX91B

经营范围:组织文化艺术交流活动(不含演出);影视策划;承办展览展示活动;企业策划;技术开发、技术咨询(中介除外);技术转让;设计、制作、代理、发布广告;会议服务;软件开发;计算机系统服务;电脑图文设计、制作;市场调查;摄影服务;经济贸易咨询(中介除外);销售服装鞋帽、珠宝首饰、工艺品、化妆品、玩具、花卉、文具用品、日用品;互联网信息服务。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;互联网信息服务以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

2.股权结构

(1)本次交易前,有花果传媒的股权结构为:

序号	股东姓名	出资金额(万元)	出资比例
1	张馨心	68.700	45.80%
2	闫然	44.625	29.75%
3	余寅	36.675	24.45%
合计		150.00	100.00%

(2)本次交易完成后,有花果传媒的股权结构将变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	持股比例
1	元隆雅图	90.00	60.00%
2	张馨心	27.48	18.32%
3	闫然	17.85	11.90%
4	余寅	14.67	9.78%
合计		150.00	100.00%

(三)主营业务情况

1. 主营业务概况

有花果传媒有两大业务板块,具体如下:

业务板块	业务内容	主要收入来源和主要成本
MCN 矩阵博主签约孵化&广告业务	签约和孵化自媒体账号 战略合作长尾博主 与知名品牌达成合作	收入:广告收入 成本:博主的分成、投放成本、拍摄成本及其他人工成本
内容电商&直播电商业务	小程序时尚和美妆店铺运营 电商直播服务	收入:运营服务费收入、直播服务费收入、佣金收入 成本:博主分成及其他人工成本

有花果传媒以博主和自媒体账号为媒介资源,向品牌方和广告代理商提供品牌推广和产品种草服务,同时自营美妆类内容电商(微信小程序商城和淘宝店铺)和直播电商业务,是一家专注于媒介端运营的新媒体整合营销公司。

移动互联网新媒体的媒介端主要由流量平台和博主/新媒体账号构成,有花果传媒的运营对象是博主和新媒体账号,其内容着重于时尚、奢侈品、美妆、护肤、旅行、情感生活等,内容形式包括图文和视频,依托的流量平台以微博、微信、小红书、抖音和 B 站为主。粉丝群体和内容受众主要覆盖年龄阶段在 18-45 岁的女性。有花果传媒旗下的博主以有审美、有内涵、热爱生活、爱分享的女性为主,其日常创作和分享的内容以积极乐观面对世界、努力追求美好生活为主旨,向粉丝传达真、善、美的人生态度。受众时尚、美妆、汽车、奢侈品等消费升级类品牌的品牌精神,其粉丝群体基于该等品类的精准目标消费者,能为品牌达成良好的传播效果。

2019 年和 2020 年 1-9 月,有花果传媒广告收入分别为 3,783.62 万元和 6,932.29 万元,在主营业务收入中占比分别为 89.04%和 87.40%;内容电商收入分别为 465.81 万元和 621.44 万元,在主营业务收入中占比分别为 10.96%和 7.84%;2020 年 1-9 月直播带货收入 303.53 万元,在主营业务收入中占比 3.83%。

2. 网红媒介资源

网红和账号内容创作者产出优质的内容吸引用户关注和转发,积累一定数量的稳定用户(粉丝)之后,成为一个流量中心,从而具备商业价值,他们是有花果传媒的核心资源。有花果传媒通过签约和自孵化两种模式与网红合作并建立网红/账号矩阵,合作模式主要有孵化和签约两种。

(1)孵化模式

有花果传媒挑选有潜质的新人/素人,与其签订劳动合同,使其成为有花果传媒员工,以有花果传媒为账号所有者为其注册媒体账号,并进行网红打造和账号运营,包括内容定位、进行知识和技能培训、对其内容产出进行辅导并告营后期制作、对接商务等,其商业收入归有花果传媒所有,有花果传媒向其支付薪酬。之后根据孵化博主的个人发展情况,有花果传媒向其支付较低比例的分成,其全网账号都属于有花果传媒。截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒自孵化网红 4 人。由于孵化模式周期长、淘汰率高从而风险较大,在腰部网红大量涌现的市场上,轻孵化、重签约模式有利于有花果传媒快速扩张并降低运营风险。

(2)签约模式

对于有一定内容产出能力和粉丝基础的博主或内容创作者,有花果传媒采用签约模式与其合作。合约主要分为独家运营全约、独家商务约、项目合作等三种:

A. 独家运营全约

签约对象的商务活动,包括但不限于品牌广告、产品推广、线下活动、内容电商和直播电商等,都由有花果传媒代理,商业收入按一定比例由有花果传媒与签约方分配。相应的,有花果传媒向独家全约的签约方配备较为完善团队,在内容制作和发布、账号和粉丝运营、商务订单承接和收款等方面提供专业服务,具体如下:

内容类型	团队配备	团队工作内容
视频	视频编导	视频选题、风格讨论确认、视频整体把控
	摄像师	视频拍摄
	剪辑师	视频选题建议、包装剪辑视频
图文	摄影师	日常照片拍摄、推广照片拍摄
	平面设计	照片排版设计、视频封面设计
运营	运营经理	账号整体定位、风格把控
	内容运营	日常沟通(内部资源协调)、内容和数据分析、内容排期及提醒、各平台选题沟通、文案及脚本优化、辅助内容分发、视频审核校对
	平台运营	平台资源对接、流量投放、日常资源对接、活动资源对接
商务	商务经理	博主商业资源及报价整体把控调整
	执行商务	商务推广需求对接、跟进博主日常商务/置换/借拍需求、商务同事陪同参与线下活动
直播	直播招商	对接品牌、供应链、选品、商品零售价谈判、库存控制
	直播运营	对接直播平台方、撰写直播脚本、场控、直播设备调试

截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒独家运营全约博主 11 人。

B. 独家商务约

签约对象的商务活动,包括但不限于品牌广告、产品推广、线下活动、内容电商和直播电商等,不限于有花果传媒代理,可能是有花果传媒独家代理该博主在某特定平台的账号,也可能是有花果传媒独家代理该博主某类特定业务(比如广告),商业收入按一定比例由有花果传媒与签约方分配。有花果传媒为博主提供以商务对接为主的服务,内容产出主要依靠博主自身。

独家商务约的合作内容主要包括:

内容类型	人员配备	协助内容
商务	商务经理	博主商业资源及报价整体把控调整
	执行商务	商务推广需求对接、跟进博主日常商务/置换/借拍需求、商务同事陪同参与线下活动
运营	平台运营	平台资源对接、日常资源对接、活动资源对接
直播	直播招商	对接品牌,供应链,选品,商品零售价谈判,库存控制
	直播运营	对接直播平台方,撰写直播脚本,场控,直播设备调试

截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒独家商务约博主 86 人。

C. 项目合作约

有花果传媒根据客户的需求,与个别博主就单个项目进行合作,该博主为个体从业者,不属于任何 MCN 机构。有花果传媒对博主提供的服务内容与独家商务约类似,偏重于商务对接。这类签约方与有花果传媒的合作为项目制,一单一签。截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒项目合作约博主 2 人。

截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒按签约方式和全网粉丝量分组的博主/账号矩阵具体情况如下:

博主合作模式	人数
独家运营全约	10 人
独家商务约	86 人
项目合作	2 人
孵化	4 人
合计	102 人

有花果传媒网红账号主要以微博、微信、小红书、抖音、BiliBili、快手等平台为阵地构建账号矩阵。按上述五联网平台划分,有花果传媒的主要网红矩阵构成如下:

截至 2020 年 9 月 30 日,有花果传媒前十大博主基本情况如下:

	网名/账号	全网粉丝数	主要平台
1	原来是西门大嫂	1805 万+	微博/微信/抖音/小红书
2	Fashionbaby	808 万+	微博/微信
3	邵思悦	656 万+	微博/微信
4	杨梦茵 Magic Yang	647 万+	微博/小红书
5	陈锚锚 CRISTIAN	592 万+	微博/抖音
6	MAOJIAYING	520 万+	微博/小红书
7	蒋佩 Kiwi	490 万+	微博
8	Miss charming 大小姐	476 万+	微博
9	Fit4life	470 万+	微博/微信/小红书
10	李英杰	410 万+	微博/B 站

3、关键客户情况

有花果传媒主要通过广告代理商为品牌提供广告分发,因此其广告业务的下游客户主要是广告代理公司;内容电商的下游客户是微信小程序和淘宝平台的 C 端消费者;直播电商的客户是委托有花果传媒旗下博主进行直播带货的产品企业。截至目前,有花果传媒核心客户为广告客户,2019 年度、2020 年 1-9 月,广告业务收入分别占有花果传媒收入总额的 89.04%、87.40%。

有花果传媒深度合作的知名品牌包括:

2020 年 1-9 月,有花果传媒前十大客户分别为:宁波布谷鸟广告传媒有限公司、上海意伟广告有限公司、北京天下秀广告有限公司、船乐蜜电子商务(上海)有限公司、上海看榜信息科技有限公司、北京云迹数字营销顾问有限公司、上海匠谦科技服务有限公司、上海榕智市场营销策划股份有限公司、北京言之有物科技有限公司、北京微播视界科技有限公司。该十大客户均为广告代理商。

4. 行业概况

(1)行业属性和商业模式

有花果传媒属于新媒体整合营销行业,其签约和孵化博主形成核心资源的模式,在行业细分领域属于 MCN(Multi-Channel Network)。MCN 是一种多频道网络的产品形态,是一种新的网红经济运作模式。这种模式将不同类型和内容的 PGC(专业生产内容)联合起来,在资本的有力支持下,保障内容的持续输出,从而最终实现商业的稳定变现。中国的 MCN 行业产生于 2013 年,是一个非常年轻的业态。PGC 的底层逻辑是:生产和分发高品质内容——吸引观看和传播——聚集粉丝——商业变现,商业变现的方式主要有三种:品牌广告、电商、用户打赏。内容的差异化决定了用户的差异化,从而也决定了变现方式的差异化。

(2)行业发展情况和竞争格局

2013-2018 年,微信、微博、小红书、抖音、快手、B 站、百家号等自媒体流量平台不断涌现并吸引大量用户。到 2020 年 9 月,B 站日活 5300 万,小红书日活 1 亿,百家号日活 1.6 亿,微博日活 2 亿,快手日活 3 亿;抖音日活 6 亿,微信日活 10 亿,活跃用户因平台内容而来,作为内容创作者的博主,其商业价值不断提升,MCN 进入快速发展期。2018 年以来,伴随着 4G 的普及,上述自媒体平台纷纷加快商业化步伐,同时淘宝、天猫、京东、拼多多等电商平台大力发展短视频和直播的内容电商,网红营销和网红带货成为新的商业趋势,MCN 行业进入一轮新的发展高潮,网红运营机构强势切入,千亿级的广告市场和万亿级的消费品零售市场。

克劳锐(2019 中国 MCN 行业发展研究白皮书)(以下简称《白皮书》)显示,MCN 行业从 2013 年开始形成,截至 2018 年 12 月,MCN 机构数量超过了 5000 家。MCN 当前的整体竞争格局是大市场、小公司,行业竞争格局高度分散,这是市场需求集中爆发、从业者鲜蛋生长的行业初级阶段之特有现象。2020 年下半年以来,四方面因素推动 MCN 行业分化和洗牌:一、各平台流量增速放缓,粗放流量天花板触来越近,流量获取成本提高;二、用户对内容质量的要求不断提升,三、品牌方对广告效果和广告投资回报(ROI)的要求不断提升;四、行业管理逐渐完善和规范化。在这些因素的共同影响下,大量低质、同质网红和低效 MCN 机构快速被边缘化甚至淘汰出局,头部 MCN 机构加快发展壮大,行业进入集中度逐渐提升的阶段。

《白皮书》显示,在 315 个调查样本中,2016 年经营规模低于 1 千万元的机构占比 70%,2018 年则下降到 35%;2018 年经营规模在 5 千万到 1 亿元之间的机构占比约 30%,成为调查样本中数量最多的群体。从博主/账号签约数量的维度看,全部样本中签约账号数 5-10 个的 MCN 机构在 2016 年占比 81.5%,到 2018 年则下降到 16.1%;签约账号数 20-50 个的 MCN 机构从 2016 年占比 11.1%增长到 2018 年的 35.5%。多项指标都反映了行业集中度逐年提高的趋势。

(3)有花果传媒的行业地位

有花果传媒 2020 年 1-9 月实现收入 7,932.51 万元,截至 2020 年 9 月 30 日签约和孵化博主 102 人,全网账号 258 个,全网覆盖粉丝 1.52 亿,广告刊例价在 5 万元以上的账号有 34 个,年创收 100 万元以上的博主 14 人,在行业中属于头部梯队。

5. 核心竞争力

(1)网红博主的系统化运营能力

有花果传媒从 2016 年进入 MCN 行业,“原来是西门大嫂”是公司首个孵化的账号,从素人账号做起,目前全网粉丝量 1800 万+,其中微博 430 万,微信 208 万,小红书 46 万,抖音 307 万,快手 115 万,B 站 11 万,一直播 436 万,淘宝 49 万,秒拍 191 万,豆瓣 7 万。有花果传媒经历了将素人打造为头部博主的完整过程,将其中可复制的部分系统化,建立起一整套博主发现、签约管理、账号定位、内容支持、流量运营、商务对接的标准流程,进行系统化、商业化运营,从而可以较快实现签约博主数量和粉丝量的增加,提高博主输出优质内容的持续性和稳定性,快速增粉,进而提高博主的商业价值。有花果传媒的系统化运营也有助于一个中后台服务团队可同时服务于多个博主,提高有花果传媒人效,实现规模经济。

(2)优质专业内容的持续产出能力

优质内容输出能力是网红媒介的核心能力。有花果传媒深耕时尚美妆行业的网红业务,在泛生活类网红博主的账号定位、日常内容选题和脚本、视频拍摄制作等方面积累有丰富的经验。有花果传媒有敏锐的市场洞察能力,能够根据博主自身的特点,帮助其粉丝产出引领市场潮流、贴合粉丝关注点的优质图文和短视