

# 《乘风破浪的姐姐》又承包热搜 芒果超媒业绩续燃 “她经济”潜力巨大

■本报记者 何文英

1月22日,《乘风破浪的姐姐2》(以下简称《姐姐2》)第一期节目正式开播。当天,近30个相关话题接连登上微博热搜榜。截至目前,《姐姐2》第一期播放量已达1.7亿次,评论数超过1万条。

天风证券分析师张爽在接受《证券日报》记者采访时表示:“《乘风破浪的姐姐》第一季的成功已经奠定了强大IP基础,我认为,第二季在用户流量的吸引上能继续取得好成绩,而且第二季的综艺招商也会优于第一季,广告方面有望获得很好的增量。”

## 巾帼力量延续“奋斗”主题

《乘风破浪的姐姐》第一季(以下简称《姐姐1》)的成功,不仅体现在节目的家喻户晓,还直观地反映在芒果超媒的财务报表上。公司预计2020年度业绩同向上升,归母净利润预计区间为19亿元-20亿元,同比增长64.32%-72.97%。同时,芒果超媒旗下的长视频平台芒果TV2020年末有效会员数已达3613万人,较年初增加近一倍。

2020年半年报数据显示,《姐姐

1》不仅为芒果超媒带来了用户流量的大增,还令其广告收入逆势飘红。在广告主整体投放动力不足的背景之下,公司2020年上半年实现广告收入17.98亿元,同比增长5.83%。在报告期内,《姐姐1》的招商数据刷新了多项纪录。此外,芒果超媒的综艺类项目广告接单量在《姐姐1》的示范效应下也上涨近50%。

据了解,此次开播的《姐姐2》仍将围绕30+女性成长、鼓励女性勇敢追梦的主题展示巾帼力量。节目开播当天,那英、杨钰莹、周笔畅等30位姐姐共同发声“每一位女性都了不起”,致敬女性奋斗榜样,全网寻找奋斗中的女性榜样故事,致敬巾帼精神。

芒果超媒董秘吴俊对《证券日报》记者表示:“《姐姐2》将从女性的精彩绽放渗透到她们成功背后付出的努力,展现女性积极向上的拼搏精神,诠释自信奋斗的‘她力量’,节目也将与寻找‘巾帼她力量’一起,共同响应‘奋斗’这一时代主题。”

## “她经济”蕴藏巨大潜力

事实上,《姐姐2》早已未播先火。在节目播出之前,关于《姐姐2》的阵容以及相关嘉宾的话题便刷屏

了各大互动平台。

万联证券分析师夏清莹认为,《姐姐1》是2020年现象级的综艺节目,《姐姐2》整体阵容强大,加上从上一季获得的赛制、剪辑等方面的经验,有望延续第一季的热度。

“第二季上线距离第一季播出时间仅间隔7个月。30位艺人的选择、邀约、合作细节敲定等在短短几个月内便完成,充分彰显了芒果TV平台的强大资源链接势能、协调能力与执行效率。”夏清莹在研报中分析称。

而在《乘风破浪的姐姐》系列持续火爆的背后,“她经济”蕴藏的巨大潜力尤为值得关注。数据显示,芒果TV70%的会员为女性用户,这也是《乘风破浪的姐姐》系列的主要受众。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端在接受《证券日报》记者采访时表示:“《乘风破浪的姐姐》系列表层载体是娱乐性综艺选秀,其核心价值实际上是姐姐们身上负载的梦想、故事、冲突和人生中一次又一次的破局蜕变,激发了更多新女性的情感共鸣,个人IP、合体IP与综艺IP多重共振后对时代精神的回应与展示。”

“芒果台用综艺选秀节目舞台探索新时代女性的定义,发掘新女性经



王琳/制图

济的可能空间,中间的话题度内蕴了诸多流量价值,商业价值是自然而然的衍生物。”陈端评价称。

在爆款综艺持续引流背景下,芒果超媒全新切入的电商赛道小芒App则成为流量落地的垂直整合平台。据了解,《姐姐2》里的嘉宾同款服饰以及美妆产品等已同步在小芒App上予以推广。

陈端认为,除了《姐姐2》热播带来的直接会员收入和广告收入以外,

女性用户蕴含的强大购买力也将对芒果超媒业绩续燃起到较好的催化作用。“疫情发生后,在线经济和OMO(线上线下融合)经济快速补位,为女性以特色化、创意化和专业化服务获取生存发展资源提供了新的社会通道,而女性本身也是在线经济和OMO经济的重度消费人群,这一市场空间前景广阔。芒果超媒在内容与经营层面的创新尝试,正是对这一潜力市场在开发中持续拓展的探索。”

# 多地绘制白酒产业新蓝图 贵州拟打造“世界酱酒舰队”

■本报记者 王鹤 实习生 冯雨瑶

2021年是实施“十四五”规划的开局之年,国内多个白酒产区近期披露了白酒产业的“十四五”发展蓝图。其中,做大做强白酒产业规模、壮大白酒产业集群、打造白酒产业核心区是各地圈出的白酒产业发展重点。

除了做强茅台镇核心产区外,遵义还将加速发展习酒产区、土城产区、董公寺产区、鸭溪产区、赤水产区,不断提升产区品牌知名度和影响力,规范、提升酱香型白酒生产和经营环境,促进酱香型白酒产业健康可持续发展。

白酒产业是遵义的第一支柱产业。据统计,遵义市现有白酒企业1500余家,产能可达70万吨,2020年遵义市白酒产量占全国的3.1%,创造了全国白酒行业42%的利润。

知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞告诉《证券日报》记者:“遵义市的白酒发展规划符合目前中国酱酒品类快速发展的趋势,也符合以茅台镇为核心的酱酒核心产区规范化发展要求。茅台作为中国酱酒的代表,无疑是核心中的核心,将发挥产区名片、品类推广、标准制定、销售引领等多重价值。”

蔡学飞认为,遵义地区是全国酱酒发展相对成熟的一个产区,也是酱酒产业链条较为完整的一个产区,具有优质酱酒的稀缺性与代表性,行业价值更为深远。

## 甘肃农垦集团拟入主庄园牧场 打造产业链协同效应

■本报记者 刘欢

庄园牧场将迎来国资控股股东。1月24日晚间,庄园牧场发布公告称,公司控股股东及实际控制人马红富、兰州庄园投资股份有限公司(以下简称“庄园投资”)股东胡开盛拟将其合计持有的庄园投资3200万股全部股份以4.27亿元的交易对价转让给甘肃省农垦集团有限责任公司(以下简称“甘肃农垦集团”)。如本次股份转让事项实施完毕,甘肃省农垦集团将通过庄园投资间接持有庄园牧场3089.47万股股份,占庄园牧场总股本比例为13.22%。

此前,甘肃农垦集团曾通过全资子公司甘肃省农垦资产经营有限公司认购庄园牧场非公开发行的3793.17万股股份,占总股本比例为16.23%。若此次交易成功,甘肃农垦集团将合计持有庄园牧场6882.64万股股份,占总股本比例为29.45%,马红富的持股比例将降至20.2%,甘肃农垦集团将成为庄园牧场的控股股东,甘肃省国资委将成为上市公司最终实际控制人。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时表示:“甘肃农垦集团在牧草供应、奶源等上游产业链拥有一定优势,庄园牧场的核心优势在于其拥有规模化的优质奶源基地。在朱丹蓬看来,此次股权转让后,甘肃农垦集团将成为庄园牧场的控股股东,在政策端、资本端、产业

界酱香型白酒企业舰队,壮大白酒产业集群。”《建议》显示,遵义将强化优质资源向优质产区配置,大力疏解非生产性功能,把最优质的土地资源用于最优质的酱香型白酒生产,打造世界级酱香型白酒产业基地核心区。

除了做强茅台镇核心产区外,遵义还将加速发展习酒产区、土城产区、董公寺产区、鸭溪产区、赤水产区,不断提升产区品牌知名度和影响力,规范、提升酱香型白酒生产和经营环境,促进酱香型白酒产业健康可持续发展。

白酒产业是遵义的第一支柱产业。据统计,遵义市现有白酒企业1500余家,产能可达70万吨,2020年遵义市白酒产量占全国的3.1%,创造了全国白酒行业42%的利润。

知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞告诉《证券日报》记者:“遵义市的白酒发展规划符合目前中国酱酒品类快速发展的趋势,也符合以茅台镇为核心的酱酒核心产区规范化发展要求。茅台作为中国酱酒的代表,无疑是核心中的核心,将发挥产区名片、品类推广、标准制定、销售引领等多重价值。”

蔡学飞认为,遵义地区是全国酱酒发展相对成熟的一个产区,也是酱酒产业链条较为完整的一个产区,具有优质酱酒的稀缺性与代表性,行业价值更为深远。

## 多地绘制白酒产业新蓝图

## 贵州拟打造“世界酱酒舰队”

“以茅台酒为引领,加快培育一批百亿元产值、千亿元市值的白酒企业,打造以茅台集团为航母的世

界酱香型白酒企业舰队,壮大白酒产业集群。”《建议》显示,遵义将强化优质资源向优质产区配置,大力疏解非生产性功能,把最优质的土地资源用于最优质的酱香型白酒生产,打造世界级酱香型白酒产业基地核心区。

除了做强茅台镇核心产区外,遵义还将加速发展习酒产区、土城产区、董公寺产区、鸭溪产区、赤水产区,不断提升产区品牌知名度和影响力,规范、提升酱香型白酒生产和经营环境,促进酱香型白酒产业健康可持续发展。

白酒产业是遵义的第一支柱产业。据统计,遵义市现有白酒企业1500余家,产能可达70万吨,2020年遵义市白酒产量占全国的3.1%,创造了全国白酒行业42%的利润。

知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞告诉《证券日报》记者:“遵义市的白酒发展规划符合目前中国酱酒品类快速发展的趋势,也符合以茅台镇为核心的酱酒核心产区规范化发展要求。茅台作为中国酱酒的代表,无疑是核心中的核心,将发挥产区名片、品类推广、标准制定、销售引领等多重价值。”

蔡学飞认为,遵义地区是全国酱酒发展相对成熟的一个产区,也是酱酒产业链条较为完整的一个产区,具有优质酱酒的稀缺性与代表性,行业价值更为深远。

茅台酒集团不仅在遵义的众多白酒企业中一枝独秀,也是贵州省重要的经济贡献体,还是全国白酒产业的“领头羊”。统计数据显示,截至2019年年底,茅台集团实现销售收入430亿元,上缴税收约占全省税收收入总额的18%。

作为茅台集团的上市主体,贵州茅台最近披露的2020年生产经营情况显示,公司预计2020年实现营业总收入977亿元,同比增长10%左右;预计实现归属于上市公司股东的净利润455亿元,同比增长10%左右。

## 各地出台白酒产业规划

“十三五”以来,我国白酒行业规模以上企业数量逐年减少,行业集中度进一步提升。与此同时,产品销售收入和利润水平不断提升,白酒行业由量变走向质变。

中国酒业协会发布的新数据信息显示,2020年1-11月,全国规模以上白酒企业1040家,数量持续减少;规模以上白酒企业累计完成销售收入5059.85亿元,同比增长3.53%;累积实现利润总额1312.07亿元,同比增长8.96%。

根据中国酒业协会发布的《中国酒业“十四五”发展指导意见(征求意见稿)》,预计在“十四五”期末的2025年,中国酒类产业将实现酿酒总产量7010万千升,比“十三五”期末增长

20.7%,年均递增3.8%;实现销售收入12130亿元,比“十三五”期末增长41.2%,年均递增7.1%;预计实现利润2600亿元,比“十三五”期末增长51.5%,年均递增8.7%。

除遵义外,我国还有多个地方陆续发布白酒产业“十四五”规划。作为洋河股份故乡的江苏省宿迁市近期提出,要加快建设有实力的“中国酒都核心区”,力争“十四五”期间培育年销售10亿元酒企5家、30亿元酒企3家、50亿元酒企1家。

在成都举行的第十六届中国国际酒业博览会的新闻发布会上,四川省经济和信息化厅、省商务厅两大行业主管部门首度披露了川酒“十四五”发展蓝图:四川省将重点围绕项目建设、产业链发展、企业培育、市场拓展、安全监管采取五大行动,全力提升四川白酒产业的竞争力。

在企业培育方面,四川省将制定实施“六朵金花”以及“上台阶”奖励计划,支持“六朵金花”不断做大做强做优,打造世界知名品牌;大力提升“十朵小金花”企业实力、产业规模和品牌影响,引领二线品牌白酒企业规模和实力的稳步提升;加大原酒品牌培育力度,打造原酒龙头企业和优质品牌。

市场拓展方面,四川省提出,将大力推动“数字川酒”建设,充分利用5G、区块链等数字技术,探索发展线

上酒类新零售模式,不断拓宽消费市场,加强中国白酒金三角、赤水河谷酱香酒等跨区域品牌塑造和协同机制建设,加强长江沿岸浓香型白酒产业带、沱江沿岸优质原酒产业带、赤水河谷酱香型白酒产业带等产业集群协同发展。

“各地白酒产业规划的出台,是各地政府在产区概念下不断推动地区酒业整合,加快区域内酒企升级速度,提高区域内行业竞争力,以图在中国酒业产业链内提升各自区位优势话语权,推动中国酒业集约式发展的体现。未来中国酒类的竞争,不再是单一品牌的竞争,而是产区之间关于准入门槛、品类标准以及产业匹配度的综合性竞争。”蔡学飞对记者表示。

受此影响,白酒股在资本市场也备受追捧。1月25日,古井贡酒、泸州老窖、洋河股份等3只白酒股报收涨停,今世缘、酒鬼酒等涨幅也超8%。贵州茅台股价创出2179.50元股的历史新高后略有回落,仍收涨4.57%,最新市值已达2.7万亿元。

“白酒股是去年表现最好的板块之一,无论是头部企业还是尾部企业,全年涨幅都十分抢眼。白酒产业在国内主要产区都成为支柱性产业,在其他产业表现疲软的背景下,无疑会得到更大的支持力度。”香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示。

## 公司业务对鹿晗依赖度高

从收入构成来看,风华秋实的收入主要来自三个板块:音乐版权许可及录制、演唱会主办及制作、艺人经纪。

其中,音乐版权许可及录制是风华秋实最重要的收入来源,公司来自该板块的收入日益增长。招股书显示,风华秋实于2018年、2019年及2020年前三季度,来自该板块的收入分别为3040万元、5060万元及5730万元,占总收入比例分别为30.3%、90.9%及98%。

上述分析师称:“2020年,受疫情波及,线下演唱会按下暂停键,艺人经纪业务收入也由于线下拍摄、通告减少而相应减少。因此,对于音乐公司来说,2020年音乐版权许可及录制是重要的收入来源,但就风华秋实的情况来看,在2019年该板块收入占比就超过九成,这肯定不是疫情所导致的。”

风华秋实在招股书中还表示,根据以往记录,公司业务在很大程度上依赖某一核心艺人,即鹿晗。鹿晗为公司贡献了大部分收入及采购成本。2018年、2019年及2020年前三季度,鹿晗直接创造的收入金额分别为7090万元、1420万元及720万元,占总收入比例分别为70.6%、25.5%及12.3%。同期,来自鹿晗集团的总采购额占公司总采购成本的比例分别为35.8%、46.1%及22.8%。

风华秋实称:“鹿晗是中国音乐娱乐行业的高热度艺人,但我们不能保证在合约期间一直如此,也不能保证在合约期满后鹿晗继续与我们合作,或按我们认为合理的价格合作。如果我们未能与鹿晗续签合约,会对公司的业务、经营业绩及财务状况造成重大不利影响。”一位不愿具名的智者CEO在接受《证券日报》记者采访时表示,在过去很多年中,一位艺人撑起整家娱乐公司,在业内常见现象。但随着艺人知名度越来越大,明星个人工作室成为近年来娱乐圈发展的新潮流。工作室有利于明星掌握自主选择权,包括对内业务的选择以及对外合作方的选择。

## 风华秋实拟赴港上市 收入模式单一,自称业绩依赖鹿晗

■本报记者 谢若琳

日前,香港交易所披露了风华秋实集团控股有限公司(简称“风华秋实”)的上市资料。资料显示,拟赴港上市的风华秋实是一家娱乐公司,目前的合作版图中不乏一线艺人,比如鹿晗、魏大勋、黑豹乐队等。

根据第三方咨询机构灼识咨询的报告,按2019年中国音乐版权许可及音乐录制产生的收益计算,风华秋实在音乐唱片公司中排名第18位,市场份额约为0.6%。在总部位于中国的音乐唱片公司中,公司排名第7位,市场份额约为1.5%。

招股书显示,风华秋实的收入严重依赖单一客户。2020年前三季度,公司70.7%的收入来自于“客户X”。对于客户X的具体情况,《证券日报》记者曾于今年1月25日通过邮件、电话等多种方式与风华秋实联系进行查询,但截至记者发稿时,对方始终未予回应。

## 超七成收入来自单一客户

资料显示,风华秋实创立于2010年,当年因举办“怒放”演唱会大获成功;2011年,风华秋实为汪峰发行个人专辑《生无所求》;2012年,公司与黑豹乐队签订独家全领域合约,同时主办“此间的少年”“树与花”等多场演唱会,其中“树与花”为公司原创演出品牌;2013年,风华秋实发行汪峰的专辑《生来彷徨》及黑豹乐队的专辑《我们是谁》。

2016年是公司发展关键的一年,风华秋实与郝云、杨嘉松签订了独家音乐合约,并为鹿晗发行了迷你专辑《Xperience》,同期主办鹿晗巡回演唱会“Reloaded”。此后数年间,公司多次为鹿晗发布专辑,并主办其巡回演唱会。两年后,风华秋实旗下子公司上海风华与鹿晗持股的弘垣文化共同成立东阳飞帆,风华秋实正式绑定鹿晗。

从财务情况来看,风华秋实2018年、2019年及2020年前三季度的收入分别为1亿元、5560.5万元、5850万元;同期归属于公司的净利润分别为1863万元、1881.8万元、4501.8万元。

公司主要收入依赖于单一客户X。招股书显示,风华秋实于2018年、2019年及2020年前三季度来自于客户X的收入占公司总收入的26.2%、78.6%及70.7%。“客户X为在公司日后收入中可能仍会占据较高比例。”风华秋实如此表示。

尽管公司没有公开客户X的名称,但一位研究传媒行业的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,“客户X或为在线音乐平台。”

近年来,音乐行业的收入模式发生了根本性变化,线下唱片销量惨淡,取而代之的是在线音乐平台。上述证券分析师认为,在线音乐平台采购大量音乐版权,而风华秋实这类音乐公司也以此为生。“在数字音乐时代,音乐公司的收入是多渠道的,一般依靠版权采购和销量分成两种模式,具体要看与音乐平台双方约定的结果。”

在招股书中,风华秋实明确表示,公司目前依赖一些数字流媒体平台,这些在线音乐平台本身拥有音乐制作业务,并能利用自己的音乐创作人制作音乐作品。换句话说,风华秋实制作的音乐内容,与其采购方的在线音乐平台存在一定程度的竞品关系。

对此,风华秋实方面表示,“如果数字流媒体平台制作自己的音乐作品,可能会更多推广其自身音乐作品,而非我们的音乐作品,这将影响公司音乐作品的表现和知名度,并对公司业务、经营业绩及财务状况产生直接影响。”

## 公司业务对鹿晗依赖度高

从收入构成来看,风华秋实的收入主要来自三个板块:音乐版权许可及录制、演唱会主办及制作、艺人经纪。

其中,音乐版权许可及录制是风华秋实最重要的收入来源,公司来自该板块的收入日益增长。招股书显示,风华秋实于2018年、2019年及2020年前三季度,来自该板块的收入分别为3040万元、5060万元及5730万元,占总收入比例分别为30.3%、90.9%及98%。

上述分析师称:“2020年,受疫情波及,线下演唱会按下暂停键,艺人经纪业务收入也由于线下拍摄、通告减少而相应减少。因此,对于音乐公司来说,2020年音乐版权许可及录制是重要的收入来源,但就风华秋实的情况来看,在2019年该板块收入占比就超过九成,这肯定不是疫情所导致的。”

风华秋实在招股书中还表示,根据以往记录,公司业务在很大程度上依赖某一核心艺人,即鹿晗。鹿晗为公司贡献了大部分收入及采购成本。2018年、2019年及2020年前三季度,鹿晗直接创造的收入金额分别为7090万元、1420万元及720万元,占总收入比例分别为70.6%、25.5%及12.3%。同期,来自鹿晗集团的总采购额占公司总采购成本的比例分别为35.8%、46.1%及22.8%。

风华秋实称:“鹿晗是中国音乐娱乐行业的高热度艺人,但我们不能保证在合约期间一直如此,也不能保证在合约期满后鹿晗继续与我们合作,或按我们认为合理的价格合作。如果我们未能与鹿晗续签合约,会对公司的业务、经营业绩及财务状况造成重大不利影响。”一位不愿具名的智者CEO在接受《证券日报》记者采访时表示,在过去很多年中,一位艺人撑起整家娱乐公司,在业内常见现象。但随着艺人知名度越来越大,明星个人工作室成为近年来娱乐圈发展的新潮流。工作室有利于明星掌握自主选择权,包括对内业务的选择以及对外合作方的选择。

本版主编 袁元 责编 汪世军 制作 朱玉霞  
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785