

三年时间 乐华娱乐怎么赚的28亿

过往三年,文娱行业在疫情影响下举步维艰,然而这家公司却在这难挨的三年里,交出了一份亮眼的成绩单。8月7日晚,乐华娱乐确认通过港交所聆讯,并公开了业绩表现,2019年6.31亿元,2020年9.22亿元,2021年12.9亿元的收入数字,以及三年来的复合增长率达到43%的发展情况,令外界愈发好奇,在这挑战与冲击不断的近三年时间里,乐华娱乐究竟是靠什么实现逆势翻盘的?

签约艺人是摇钱树

“我们的大部分收入来自艺人管理业务。”在聆讯后资料集中,乐华娱乐方面直言不讳地公开了自己的主要收入来源,并透露2019年、2020年、2021年以及截至2022年4月30日止4个月,艺人管理业务产生的收入分别占同期的总收入约84%、87.7%、91%及89.8%。

据不完全统计,现阶段乐华娱乐艺人管理业务旗下共计签约66名艺人及71名参加训练计划的训练生。其中,既包括韩庚、王一博这两名各自拥有超3000万关注者的艺人,也有范丞丞、吴宣仪、朱正廷等20多名拥有超过200万关注者的艺人。公司通过安排签约艺人参与商业活动,如代言、商业宣传及其他商业活动,同时提供娱乐内容服务,如出演电影、剧集及综艺节目,为包括企业客户、媒体平台、内容制作商及广告传媒公司在内的客户提供服务来产生收入。

值得注意的是,2019-2021年间,在影视剧市场严重受挫的情况下,乐华娱乐迅速转舵,瞄准综艺市场,将旗下艺人“转送”小屏幕。据悉,期间公司订立的合同数目远超电影、剧集,并且三年291项的总量,几乎是电影、剧集累计102项的近3倍。

电视评论人孙禹认为,这一方面参与综艺录制往往门槛较低,且回报稳定,而电影、剧集不仅对于艺人演技的要求以及角色的适配度要求较高;另一方面,综艺往往能成为艺人在大众市场“刷脸”,获得话题的渠道,因而受到青睐。近几年特殊时期也影响了影视项目的推进,在影视剧拍摄相对减缓的情况下,艺人们纷纷走上综艺舞台,使得乐华娱乐依旧能凭借旗下艺人持续“吸金”。

此外,在商业代言方面,乐华娱乐已与来自消费、零售、汽车及电讯等多个行业的客户

建立业务关系。艺人管理业务产生收入的业务活动数目由2019年约380项增加至2020年约500项,并进一步增加至2021年的约640项。同时,在艺人管理业务各项收入占比中,商业活动在2019-2021年分别占比59.8%、68.6%和78.5%。以乐华娱乐旗下“顶流”王一博为例,这些年他为公司贡献了不少KPI。据星数统计,2020年王一博新增代言多达25项,涉及品类数多达10个,保守估算王一博为乐华娱乐贡献了可观的收益。

元宇宙、IP市场找“顶流”

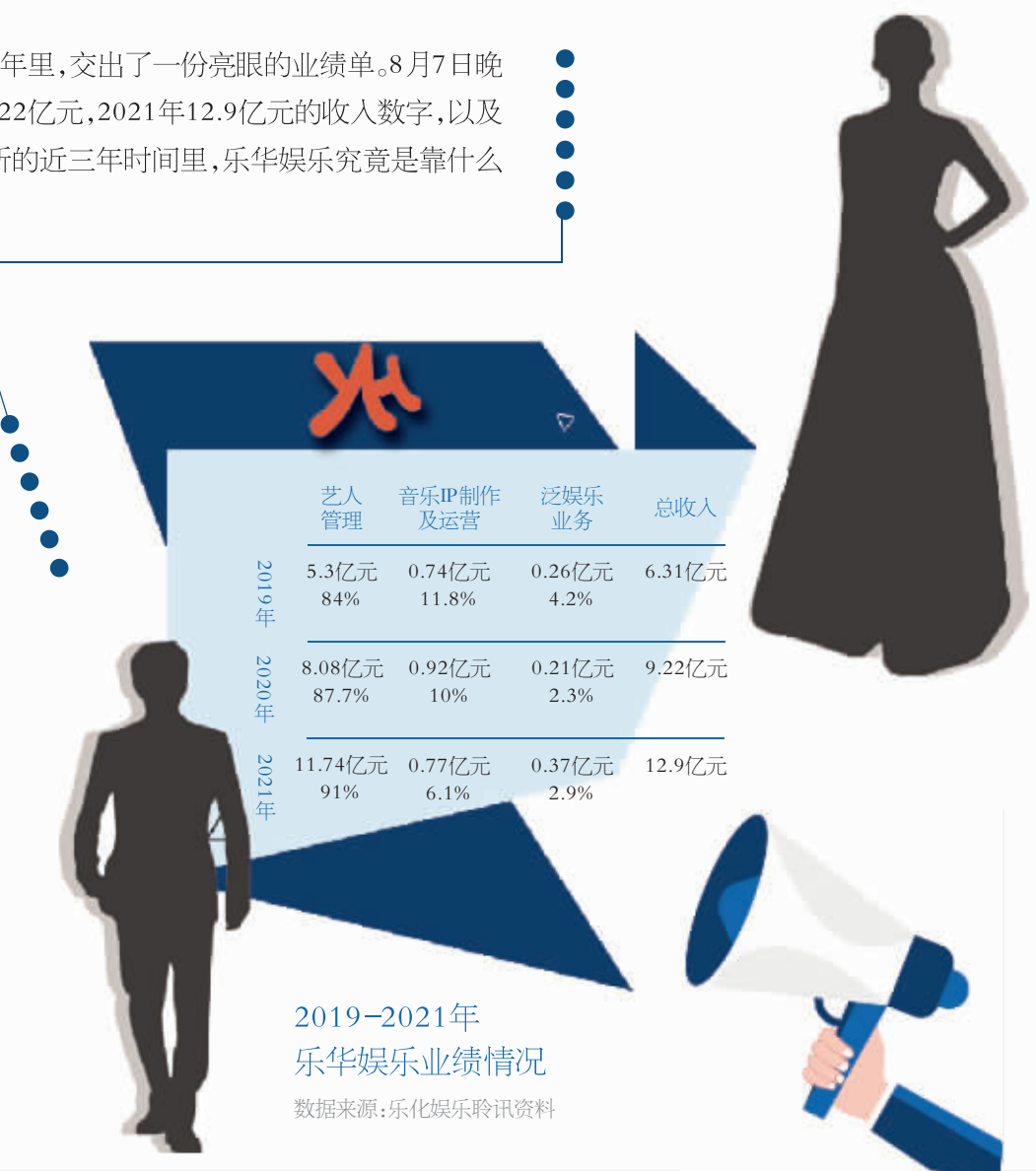
擅长艺人经纪的乐华娱乐也在全力布局泛娱乐市场。

公开资料显示,乐华娱乐一方面打造由5名虚拟艺人组成的A-SOUL组合;另一方面开始资本投资。今年5月,专注打造虚拟艺人IP的尼斯未来宣布完成千万级种子轮融资,背后的投资方是乐华娱乐。此外,乐华娱乐在2022年二季度与在开发赋能虚拟艺人技术方面有经验的业务伙伴联合成立两家公司,以进一步扩展虚拟艺人业务。

“虚拟人是文化行业新兴的领域之一,背后是文化+科技”的发展趋势。”数字文创产业智库研究员李杰认为,虚拟人在演艺、直播、展会等多场景下具有发展空间,但对于技术以及独特性也有着较高要求,新赛道下竞争也不可小觑。

除了追赶潮流外,近年来乐华娱乐也在深耕音乐IP制作及运营业务,以谋求更多的营收路径。据悉,截至2022年4月30日,乐华娱乐的音乐IP库已包括约1100首为签约艺人制作和发行的原创音乐录音录像制品,以及超5.6万首由乐华娱乐获得第三方版权持有人授权的音作品。

以王一博的数字单曲《无感》和《我的世界



守则》为例,截至2022年4月30日,2首单曲的销量分别超过1700万张及1500万张。北京商报记者据此算了一笔账,倘若每支单曲以售价3元计算,两首歌曲的收入贡献就接近亿元。

“毫无疑问,音乐IP业务方面,影响及收益仍依赖最顶流的几位艺人。说到底,还是需要依靠艺人经纪业务的积淀。”乐评人王乐如是说。

值得注意的是,相较于艺人管理业务,乐华娱乐的音乐IP制作及运营与泛娱乐这两项业务的收入占比较小,并从2019年二者累计占比约16%降至2021年不足10%。但在从业者看来,这两项业务的布局势必会对公司未

来的发展发挥长远且积极的影响。以泛娱乐业务为例,2020年至2021年,该业务收入由2108万元增长至3786万元,同比增长79.6%,涨势迅猛。

艺人是优势亦是软肋

亮眼的业绩数字让乐华娱乐获得不少星光,但在星光的背后,挑战与隐忧也在渐渐显现。

近年来,为了保证文化市场良好的发展生态,国内对明星艺人、流量的管理逐渐加强。而前段时间,乐华娱乐旗下多位艺人也曾被曝出负面信息。就在7月底,乐华娱乐签约

艺人丁泽仁被粉丝指出存在私生活混乱的情况,另据北京商报记者不完全统计,此前包括孟美岐、黄明昊在内的签约艺人也曾被曝出负面信息,这难免对乐华娱乐产生影响。

在投资分析师高嘉看来,偶像经济造就了乐华娱乐的今天,但也让其商业价值愈发与粉丝红利联系紧密。对于发展风险,乐华娱乐在聆讯后资料集中直言:“我们的业务十分依赖签约艺人的声誉及公众对我们品牌的认知。任何对签约艺人、本公司及本公司管理层、商业伙伴或行业的负面报道可能损害我们的品牌形象,并可能对我们的业务、财务状况或经营业绩产生重大不利影响”。

此外,艺人的续约问题也会直接影响着公司未来发展。据聆讯后资料集,王一博与乐华娱乐的合同现续期至2026年10月止,范丞丞则于2023年4月,吴宣仪为2026年2月。

“2019年,王一博因《陈情令》大火并迅速跻身娱乐圈顶流之列,同时也让乐华娱乐赚得盆满钵满。自此,王一博的续约问题一直是业内关注的焦点。如今,距离合约到期虽然还有四年的时间,但作为公司支柱,乐华娱乐势必考虑,一旦顶流出走,对公司会造成的影响。”高嘉强调。

乐华娱乐方面对此在聆讯后资料集中坦言:“我们的大部分收入来自艺人管理业务。倘若我们未能维持与艺人及训练生的关系或扩大我们签约的艺人及训练生的数目,我们的业务、财务状况及经营业绩或受重大不利影”。

对于未来发展情况,北京商报记者向乐华娱乐发送了采访函,但截至发稿尚未得到回复。不过据聆讯后资料集的战略一栏显示,乐华娱乐将巩固签约艺人优势,计划建设自有的艺人培训中心,并扩展具有演艺潜力的训练生储备,亦计划在海外扩大训练生选拔网络,同时进一步扩大音乐IP库,还想继续多元业务模式,打造一个以乐华为主题的多元娱乐中心,此外还计划加大对虚拟艺人运营及商业发展的投资,并开拓海外市场。

“从内部来看,艺人动向与粉丝意愿存在变数;而外部的娱乐市场逐渐拥挤,再造顶流艺人并从有限的用户中争得粉丝日益艰难,走上资本之路的乐华娱乐还需要更多的‘王一博’。”高嘉如是说。

北京商报记者 郑蕊 韩昕媛

“限流”辟谣背后:新东方除了直播还能靠什么



自6月东方甄选直播间走红以来,新东方在线的股价一度坐上“过山车”,最高点达33.15港元/股,并在股价上涨过程中遭遇机构高位减持。正所谓“人红是非多”,伴随直播热度的起伏,东方甄选也被爆遭遇“限流”。8月8日,受到资本市场整体影响,新东方在线股价跌近10%,东方甄选“限流”传闻再度甚嚣尘上。同日,抖音电商相关负责人回应:不存在对东方甄选限流的情况。不可否认的是,手握直播流量让新东方体验了一把“网红”名利双收的喜悦,然而面对资本市场的风云变幻,新东方的未来又在何方?

“限流”?不存在

公开数据显示,东方甄选目前在抖音的粉丝数量已超2300万,账号的每天直播时长超17个小时,董宇辉、顿顿、YoYo等名师主播接力直播。据第三方数据平台新抖显示,东方甄选近30日的直播销售额为5.7亿元,近30日单场直播销售额破2000万。

然而,人红是非多。手握“顶流”的东方甄选也被传出遭遇了“限流”。针对这一传闻,8月8日,北京商报记者分别向新东方在线和字节跳动方面进行了求证。抖音电商相关负责人表示:“不存在对东方甄选限流的情况,东方甄选是抖音电商优质生态中的一个代表性商家,抖音电商鼓励类似优质直播间在平台持续经营与发展。”

新东方在线方面截至发稿未回复北京商报记者。

据中视网报道,新东方在线回应称没有接到抖音限流通知,目前公司在大力发

展自营产品,相关内容会在接下来的财报里披露。8月8日下午6点左右,北京商报记者进入东方甄选直播间看到,直播间内同时在线观众已超2万人。

直播热效应能否全面供暖

在股价表现低迷的同时,新东方在线也于8月8日在公告中披露了最新财报的发布时间。据悉,新东方在线董事会会议将于2022年8月26日举行,会上将审议及批准公司及附属公司截至2022年5月31日的财政年度的全年业绩并刊发。

而从外界对新东方在线业绩的期待来看,东方甄选的开展情况备受关注。从已有的只言片语来看,新东方教育科技集团董事长俞敏洪曾在个人微信公众号“老俞闲话”发文称,东方甄选团队已在哈尔滨、牡丹江等北京之外的城市开启直播,宣传推广农产品。在另一篇文章中,俞敏洪表示,因为东方甄选的热度,自

己的行踪备受关注,所到的地方都是向其推荐农产品的相关部门和公司。

但直播带货农产品的热度,似乎未能给新东方在线的股价带来长期信心。中关村教育投资管理合伙人于进勇在接受采访时表示:“对新东方在线来说,在一定程度上股价可能已经把直播的热度提前透支了。如果从中长期去看新东方在线直播业务的可持续性,还要看他们下一步的布局。”

于进勇分析指出,东方甄选在抖音的直播以团队形式出现,相对个人IP来说,团队IP更加稳定,流量也会相对稳定,对企业来说风险很小。而从抖音的角度来看,这样的模式也更平稳。”

不容忽视的是,东方甄选确实带动了新东方在线的“回春”,但单项业务和业绩并非公司股价的唯一决定因素,如何提振市场信心、讲好长期的故事,或许是新东方在线更需要的。

北京商报记者 赵博宇

广电总局拟推片酬与社会效益挂钩

北京商报讯 记者 郑蕊 韩昕媛)8月8日,国家广播电视总局起草的《广播电视和网络视听节目制作经营管理规定(征求意见稿)》(以下简称《管理规定》)向社会公开征求意见。《管理规定》不仅对行业组织及从业主体提出了自律要求,还指出要完善节目禁载内容,增加有关片酬管理规定,禁止开展收视率、点击率等方面的虚假宣传等。尤其是在片酬管理上,《管理规定》明确从事节目制作经营活动的机构,应合理确定节目制作成本配置比例和主创人员片酬额度,着力提高节目质量,形成主创人员片酬与节目社会效益和经济效益相挂钩的片酬结构体系。

随着广播电视和网络视听行业发展,经营工作也相应出现了新的变化,营造高质量的发展环境离不开制度保障。

《管理规定》显示,从事节目制作经营活动的机构应当按照广电总局有关指导规定,合理确定节目制作成本配置比例和主创人员片酬额度,着力提高节目质量,形成主创人员片酬与节目社会效益和经济效益相挂钩的片酬结构体系。

近年来,明星“天价片酬”事件不时被曝出,以演员郑爽208万元日薪一事为例,不仅被指在艺人限薪令下获取高额片酬,还被指出通过“阴阳合同”偷漏税,对此国家税务总局依法作出对郑爽追缴税款、加收滞纳金并处罚共计2.99亿元的处理决定。

为了进一步规范片酬,《管理规定》也明确广播电视主管部门应当将节目制作成本配置、主创人员选用及片酬情况等作为节目评比推优和资金支持等工作的重要衡量标准。节目制作成本配置比例和主创人员片酬额度明显不合理、可能影响行业持续健康发展的,

广播电视主管部门应当对该节目及相关制作主体的内容质量、从业资质等事项进行重点监管。

在此次的《管理规定》中,节目制作经营业务范围规定被进一步完善。在管理对象方面,按照“网上网下一个标准、一体管理”的要求,明确将网络剧片、广播剧等网络视听节目,经纪机构、网络视听节目服务机构等从事节目制作经营活动的主体以及在他人组织下参与节目制作的主体纳入管理范畴。

其中,经纪机构组织演员、嘉宾、网络主播等从事节目制作经营活动的,应当申请取得《广播电视节目制作经营许可证》。

此外,对于行业组织及从业主体,《管理规定》明确自律要求,进一步完善节目禁载内容,并提出不得对节目的内容主题、制作成本、收视率、点击率等进行虚假或者引人误解的宣传,欺骗、误导社会公众,其他从业主体,扰乱正常行业秩序。

不可否认的是,近年来文娱行业在快速发展的同时,过高片酬等乱象也时有发生,使得各方持续推进加强文娱行业综合治理工作。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举谈到,现阶段,演员片酬与作品质量不匹配的问题仍有待解决。《管理规定》的发布,着重强调了片酬与节目社会、经济效益的联系,将进一步引导文化产品的质量提升,让更多的资源围绕作品本身发挥应有的作用。

业内人士指出,在规范片酬管理时也需要行业内结合自身实际情况进一步细化具体可行的实施方案,从而推动《管理规定》的有效落实。