

上市公司 竞相掘金万亿IP授权市场

□本报记者 于蒙蒙 实习记者 王子凯

10月18日,中国授权展在上海落下帷幕。展会上琳琅满目的IP形象背后蕴藏着万亿市场。国际授权业协会主席Maura Regan在论坛上发布的《2019年全球授权行业报告》显示,2018年全球授权商品零售额增长至2803亿美元,较上年增长3.2%。从IP类别看,占全球市场份额最高的类别是娱乐/角色,占43.8%。从授权商品类别看,2018年服装、玩具和时尚配饰仍然是全球授权业务中最大的产品类别。

从目前情况看,IP授权被资本所看好。中国证券报记者梳理发现,奥飞娱乐、金科文化等上市公司已经建立起体系的授权生态,更多影视公司则在积极开发衍生品。不过,国内市场与海外市场差距明显,包括顶级IP的数量和授权市场规模等。业内人士指出,国内核心IP不成系列各自为战、衍生品定位存在偏差、运营方难以把握进场时间、IP从授权到开发制作效率低、质量缺乏竞争力等因素限制IP衍生品的进一步发展。

影响力大

IP的影响力不断扩大。eOne家庭和品牌事业部全球高级副总裁Ami Dieckman在论坛上表示,小猪佩奇单一IP已经在线上产生180亿次点击的价值。小猪佩奇给英国的产品品牌带来的影响甚至大于甲壳虫乐队和曼联足球俱乐部加起来的总和。

通过知名IP授权,相关商品销量获得数倍增长。《大侦探皮卡丘》电影5月10日上映后,相关话题成为热点。淘宝数据显示,影片上映后皮卡丘相关周边销量飞涨,限量发售的5.2万台皮卡丘联名款天猫精灵早已全部售罄。

为纪念《机动战士高达》开播40周年,361°联合高达推出系列产品:运动鞋聚焦元祖机型RX-78-2和红色彗星MS-06S两款主力机型。产品一经推出即成爆款。同样看中高达人气的还有腕表品牌卡西欧。3月1日零点,首批1300只联名腕表1秒售罄;当天上午11时第二批500只上线,同样1秒售罄。

故宫也“耐不住寂寞”。2019年2月17日亚布力论坛上,故宫博物院时任院长单霁翔在演讲中提到,故宫口红唯一的缺点就是买不着,生产量达90万仍然供不应求。

IP授权商品走红背后是衍生品产业迅速崛起。艾瑞咨询的数据显示,中国IP衍生品产业投资金额从2012年的18.6亿元增长至2018年的344.7亿元;而投资数量自2016年起呈现下滑趋势,从2016年的335个下降至2018年的178个,单标的估值上涨。

争相掘金

众多上市公司围绕IP授权争先布局。奥飞娱乐是国内IP授权领域的佼佼者,其业务自2008年就已展开。公司目前积累并打造了众多知名IP,包括“超级飞侠”、“喜羊羊与灰太狼”、“萌鸡小队”、“巴啦啦小魔仙”、“铠甲勇士”、“贝肯熊”等。在授权业权威杂志License!Global公布的2018年全球150强授权商排行榜中,奥飞娱乐排名第81位,在中国授权企业中名次最高。明星IP“超级飞侠”及新IP“奥飞Q宠”、“萌鸡小队”等颇受市场青睐,单一IP收入占比提升明显。

奥飞娱乐授权业务副总经理张其颜告诉中国证券报记者,今年以来奥飞娱乐除持续打造更多明星IP外,开始尝试代理IP业务。

例如,在本次中国授权展上亮相的“熊宝美食战队”,通过有趣的故事情节和可爱的人物形象,帮助家长引导孩子认识不同营养食材。基于对理念的认同,奥飞娱乐选择将这个IP带给中国的小朋友。奥飞娱乐将持续重点拓展食品行业与服装行业的业务。

金科文化“借鸡生蛋”。公司于2017年年底和2018年3月分两次共收购海外游戏巨头Outfit7,并引进顶级IP“汤姆猫系列”,以知名IP“会说话的汤姆猫”为核心打造全栖IP运营商。

半年报显示,金科文化线下业务推进有序。在授权业务中,公司与喜馬拉雅、一鸣食品、卓牧乳业、家有好面等多家品牌商达成IP授权合作。同时,公司发布了“Talking Tom And Friends 2020春夏新品”,衍生产品涵盖服装、配饰、家居、文具、公仔等。

在美国电影市场,衍生品销售收入往往数倍于影片票房。这引起国内影视公司对IP授权的重视。随着电影《流浪地球》票房大卖,该片主控方之一的中国电影半年报显示,公司针对影片《流浪地球》开展了多项IP授权和渠道拓展,实现音像、玩具、服饰等10余种版权销售,覆盖玩具、手办、模型等100余个授权品类,突破了国产电影衍生品授权纪录。

阿里影业旗下的阿里鱼今年首次参加中国授权展。公司已建立一个数量400多的庞大IP矩阵,涵盖动漫游戏、影视剧综、艺术文创等类型,并打造了一个“B2B2C”全链路的模式。B2B是授权环节,而在B2C的环节,阿里鱼希望帮助授权商品触达终端消费者。

道阻且长

目前国内IP授权市场与国外相比仍有不小差距。“中国授权零售商品的销售规模仅占全球3.4%份额,发展空间巨大。”阿里鱼总裁吴倩早前接受中国证券报记者采访时说。

三文统计的全球总收入排名前50的IP中,纯美国IP有22个,纯日本IP有20个,纯国产的IP数量为0。在总收入位于前50的IP中,IP原始形式最多的分别为漫画、电子游戏和动画片,一半以上的IP最高的收入来源于衍生品和零售。艾瑞咨询的数据显示,2018年全球娱乐/人物授权商品零售额约1227.7亿美元。其中,美国467.1亿美元,日本76.7亿美元,中国则为69.3亿美元。

据Ami Dieckman透露,eOne成功的秘诀在于讲好故事,赋能于乐。品牌要本地化。张其颜指出,日本和美国IP的个性化打造,持续推广是国内授权衍生品市场需要学习的地方。“国内IP授权行业规模将越来越大,将成为商家常用营销方式,各种体验业态与授权业态的结合会越来越普遍。”

业内人士坦言,国内核心IP不成系列各自为战、衍生品定位存在偏差、运营方难以把握进场时间、IP从授权到开发制作效率低、质量缺乏竞争力等都限制了IP衍生品的进一步发展。“此外,影视衍生品具有诸多不确定性。首先在于内容和IP本身的不确定性。其次,即使作品本身成功,消费者是否一定会喜欢某款衍生品无法准确预测。再次,即使有消费者喜欢某款衍生品,但消费者的数量和分布仍有很大的不确定性。”



新华社图片

三大政策对化药与疫苗板块影响深远

82家药企三季度报业绩预喜51家报忧

□本报记者 戴小河 傅苏颖

部分公司业绩向好

统计数据显示,红日药业、重药控股、常山药业、泰合健康、卫宁健康、兴齐眼药、爱尔眼科等药企预计业绩向好。

天宇股份三季度净利润预增约42700万元-45000万元,同比最大增幅为470.62%。泰合健康预计2019前三季度净利润最高可达5400万元,比上年同期增长241.03%;金陵药业预计前三季度净利比去年同期增长90%到120%;振东制药预计前三季度净利比上年同期增长129.64%至137.76%。

部分企业出现增长乏力的情况。例如,仟源医药预计

2019年1-9月归属于上市公司股东的净利润为4260.20万元-4697.15万元,同比增长95%-115%。不过,公司第三季度单季业绩并不理想,预计7-9月归属于上市公司股东的净利润47.07万元-484.02万元,同比变动幅度为-89.40%至9.00%。

一些企业出现业绩“变脸”。其中,亚太药业和宜华健康业绩下滑幅度较大。亚太药业预计2019年1-9月归属上市公司股东的净利润0至1665.71万元,同比变动-100.00%至-90.00%。

莱美药业预计前三季度业绩下降。不过,公司第三季度业绩比上年同期增长9.66%-35.61%;博济医药也有类似状况,预计第三季度归属于上市公司股东的净利润比上年同期上升406.47%到723.72%。

部分企业出现亏损。例如,双成药业、景峰医药、精华制药、恒康医疗、国新健康、澳洋健康等。其中,精华制药对收购南通东力企业管理有限公司形成的商誉预计计提减值准备约3.85亿元,造成2019年第三季度与前三季度亏损严重。

化药企业受政策影响较大

国家医保局和国家药监局分别推动的全国集采和化药注射剂一致性评价两大政策,将深刻影响化药板块企业今后的业绩,一些企业的品种可能被淘汰出局。

医药行业的“好日子”逐渐远去。从Wind统计数据来看,申万化药板块104家上市公司2019年上半年营业收入1689亿元,同比增长11%;归属于上市公司股东的净利润为183亿元,同比增长0.2%。从利润水平来看,上半年化药板块的整体毛利率约为40%,净利润率约为12%。这两

个数据与往年相比基本持平。在化药板块中,上半年三分之一以上企业利润增速下滑,二分之一的企业归母和扣非净利润增速均慢于收入增速。

业内人士告诉中国证券报记者,从目前情况看,化药行业处于大变革周期。信立泰和德展健康等企业受集采降价影响业绩受到波及。随着“4+7”政策升级为全国集采,将冲击国内约3000家化药企业。全国集采推开后,相关部委将酝酿进一步扩大品种数量,保守预测会有三分

推动疫苗行业整合加快

在各大细分板块中,生物医药板块仍处于营收与增速增长较快阶段,且增速较为可观。2019年上半年,34家上市公司营业收入420亿元,同比增长17%;归属母公司股东净利润为76亿元,同比增长25%,业绩表现最为亮眼。

生物板块主要由血制品和疫苗构成。从半年报情况看,5家血制品上市公司实现营业收入约50亿元,同比增长20.3%;归母净利润总额为13亿元,同比增长13.9%。疫

苗子板块仍保持年初以来的高速增长,智飞生物、沃森生物、天坛生物、安科生物等公司的业绩均维持强劲增长态势。从三季报披露情况看,已预披露的疫苗企业的净利润增速基本在20%以上。

中国证券报记者获悉,我国疫苗行业集中度较低,年生产规模250亿元左右。目前国内共有45家疫苗企业,实际生产的企业38家。其中,20家企业全年只生产1个品

种。长春长生疫苗事件成为关注的焦点,反映出行业深层次存在的问题。国家有关部委正着手提升疫苗行业集中度,主要措施为:提高市场准入标准,严格控制新办疫苗企业;加强疫苗质量管理,逐步引导落后产品退出;支持协会制定行业发展指南,引导产业有序发展。力争通过几年努力,实现疫苗企业数量减半,前5家企业市场份额超过80%,产业规模平均年增长10%以上。

中国石化“变身”记

“卖油郎”玩转新能源、智慧零售

发力智慧“新零售”

□本报记者 王舒媛 刘丽颖

随着能源大变革时代的到来,石油石化行业转型升级已迫在眉睫。近日,中国证券报记者跟随国务院国资委新闻中心组织的“与共和国共成长 新媒体走进新国企”系列活动之“为美好生活加油”,走进中国石油化工集团(简称“中国石化”),深入广州、茂名、湛江、海南四地中国石化企业调研发现,从“卖油郎”到布局新能源,再到智慧新零售,中国石化传统加油站正在进行一场颠覆性革命。

布局氢能产业

中国石化在新能源领域的探索迈出新步伐。

2019年7月1日,国内首座油氢合建站——中国石化佛山樟坑油氢合建站正式建成。这是国内首次采取“利用现有加油站改造为油氢合建站”模式开发的加氢站。该站成为全国首座集油、氢、非油品“三位一体”能源供给及连锁便利服务新型网点。

据广东石化总经理陈成敏介绍,中国石化销售广东石油分公司(简称“广东石油”)下辖2000多座加油站,是广东省成品油供应的主渠道。一直以来,该公司坚持“奉献清洁能源”宗旨,在做好传统油品供应保障的基础上,持续加大气、电等新能源布局,目前已建成6座油电一体站,22座油气一体站。

“我们有着广泛的油站网点分布,丰富的安全管理经验和专业人才队伍优势,为新能源应用落地提供有力保障。油氢合建站正是我们探索氢能产业和未来能源转型升级的一个新尝试。”广东石化总经理陈成敏表示。

据介绍,樟坑油氢合建站日加氢能力达到500公斤,主要服务周边使用氢燃料的公交线路及物流运输车队。氢燃料公交车加注一次只需要4分钟,续航300公里,具有加注效率高、续航里程长、零污染、零碳排放等优点。

目前,广东石油正在积极探索利用资源优势,以氢能串联起能源上下游产业链,加快油氢合建站布局,实现“制运加氢一体化布局”,打造国内具有经济性的氢能商业模式。按照广东石油的部署,年内将在佛山、云浮建成3座油氢合建站。

智慧支付是打造智慧加油站的核心环节。

运用互联网、视觉识别、大数据、物联网等技术手段,广东石油抓紧构建科技、高效的智慧加油站运营体系,打造集6大板块18项功能于一体的智慧加油站平台,完善“人·车·生活”生态圈。

2019年8月15日,广东石油与阿里巴巴签订战略合作协议,锁定大数据分析、移动支付、客户营销、会员权益、电子地图等8大领域的合作蓝图,加快向“互联网+传统能源”转变步伐。

“在移动支付时代,能够提供丰富、便捷的多元支付方式是一种贴心服务。客户简单付,员工减负。”广东石油首家智慧加油站站长魏洪涛说。

目前,广东石油已经推出了极简支付、加油闪付、无感支付等多种便捷支付方式,全省2200多座加油站实现“不下车加油”,现场效率提高了一倍。

早在2015年底,广东石油率先试行加油和购物微信支付。3年来,微信支付加油比例达到20%,购物比例47%,2018年交易金额超过350亿元,已经成为加油站支付的一种重要方式。

为进一步提高现场效率,广东石油自主研发了智付终端设备,集成油非一体站级系统和发票管理系统,实现了客户自助支付加油款、自助打印发票等功能。车主仅需“选择油枪号、核对金额、微信支付”三步即可完成加油支付,最快时间仅需3秒,大大节省了客户时间成本。

除支付智能化手段外,构建以客户为中心,以大数据为支撑的数字化营销体系也在悄然进行。广东石油积极探索人工智能技术,利用计算机视觉识别技术,加强数据处理和管理能力,通过完善加油卡会员身份认证机制,自动关联人、车、卡信息,关联客户行为数据。同时,通过创新人脸识别功能,为数字化营销和经营分析提供支撑。

“从车辆驶入油站到离开,包括客户进入便利店内,在某商品停留时间长短,都有大数据监控分析,我们通过对比分析用户喜好,精准营销升级客户体验。”广州瑶台加油站站长袁艳尔介绍道。

据悉,广东石油已经对加油卡、非油品等系统进行集成整合,无论是零售、非油品,还是线上客户的消费信息,都能

以积分的形式沉淀在数据库里,消除了信息孤岛,通过数据延伸加工、大数据分析,更能“读懂客户”,从而为提高服务水平,提升客户体验找到了有力抓手。

自主创新铸就核心竞争力

拥有自主知识产权是企业乃至国家核心竞争力的保障。

9月27日,随着异构化装置一次投料成功,中国石化海南炼油化工有限公司2#芳烃项目实现一次开车成功,顺利完成由施工建设到商业运行的转变。

该项目采用中国石化拥有完全自主知识产权的“高效环保芳烃成套技术”,并荣获国家科技进步特等奖,打破了国外公司对芳烃成套技术长达40年的垄断。中国石化成为全球第三家拥有对二甲苯生产技术的专利商。海南炼化2#芳烃项目集成了中国石化芳烃领域的最新科研成果,实现了六大核心技术创新,进一步提升自主芳烃技术的核心竞争力,打造国产化芳烃技术新标杆。

据介绍,项目2017年8月份开工建设,总投资36.8亿元。随着项目的投产,海南炼化已拥有对二甲苯生产能力160万吨/年,成为中国石化最大的芳烃生产基地,每年生产的对二甲苯,相当于3个海南省有效耕地产出的棉花。

目前,我国对二甲苯产能占全世界总产能约40%左右,整个产业链呈现原料严重不足而下游产能趋于过剩的局面,海南炼化2#芳烃项目的投产,将有助于填补我国芳烃原料缺口,保障产业链完整和经济结构安全。

在中石化自主研发各项生产设备打破国外垄断的同时,绿色环保的理念也深植其中。基本实现无泄漏装置、无异味厂区、零污染、零排放。在茂名石化厂区内,吸引人驻足的是茂名石化的乙烯厂污水处理池。这里的污水处理装置是确保总排达标的关键。经过处理的“污水”没有异味、水质清澈,池里金鱼成群游弋。在水池旁的屏幕上,广东省环境信息平台实时检测结果显示,其化工污水处理场的排放数值(实时数据22.38)远远优于COD国家排放废水标准(90)及企业排放废水标准(60)。

“十二五”以来,茂名石化投入30多亿元,开展环境治理攻关,引入“超洁净排放”等新技术,通过在公司形成“绿色发展才是可持续的发展”等绿色发展理念,促使员工与新技术共同发展,让绿色生产落地落实。