



小商品城打造“网红直播第一村”!

一方面,小商品城(600415)参股了“中国第一网红”背后的MCN机构微念科技;另一方面,小商品城(600415)成功打造了中国“网红直播第一村”,可见,小商品城(600415)有足够的底气成为网货带货概念的大黑马!

事实上,从2017年就被誉为“中国第一网红”开始,李子柒就越来越多被人所关注。她的成功绝非偶然,央视著名主持人白岩松点赞道:李子柒这样的网红越多越好!

2018年8月,李子柒的同名天猫店铺正式开业,上线三天,销售额破千万……根据相关权威媒体的统计,2019年“带货一哥”李佳琦赚了将近2亿元,火遍全球的李子柒赚了1.6亿。如果以2018年上市公司净利润指标看,2123家公司净利不及李子柒。简单来说,就是全部A股公司有六成以上盈利能力不及一名网红。

种种的这些成就真的离不开她背后的MCN签约机构——杭州微念科技。

作为李子柒背后的网红孵化团队,杭州微念科技是一家通过短视频孵化KOL,从文娱延伸到消费的MCN机构,成立于2013年2月28日。公司官网介绍称,微念科技是一家通过孵化与深度整合KOL网络,跨界新消费品牌的公司。公司旨在通过赋能KOL(意见领袖)和消费品牌的方式,让用户感受美好的生活方式。

2018年5月8日,微念科技完成8000万元的B轮融资,投资方为辰海资本、芒果传媒旗下基金芒果文创、新浪微博。此前,微念科技还获得过华映资本和琢石资本A轮融资。公司的最近一轮融资是2019年8月,获得琮碧秋实、弘帆天盛的投资。

显然,“中国第一网红”李子柒的成功,离不开其背后的MCN机构微念科技在“网红带货”这一商业模式上的熟念体系化操作。

星期六(002291)、小商品城(600415)纷纷挂钩杭州微念科技

说起来,星期六(002291)与“第一网红”李子柒背后的MCN机构微念科技其实并没有股权穿透上的关系,间接持股微念科技的,是星期六(002291)的第一大股东深圳市星期六投资控股有限公司。而真正与微念科技之间存在股权关系的,是另一家上市公司小商品城(600415)!

从天眼查可以了解到,微念科技的第一大股东刘天明、第二大股东北京微梦创科创业投资管理有限公司、第三大股东苏州工业园区八二五二期新媒体投资中心(有限合伙)和第四大股东罗一,依次持有微念科技30.17%、12.26%、10.6%和8.25%的股权。微念科技的第五大股东福建辰海妙创业投资合伙企业(有限合伙),持有微念科技8.09%股权。

根据微念科技第五大股东福建辰海妙创业投资合伙企业(有限合伙)的股权穿透图可以发现,其股东中绝大部分也是有限合伙企业。其中,义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)持有福建辰海妙创业投资合伙企业(有限合伙)6.04%股权。

根据天眼查进一步查实,义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)是由上市公司小商品城(600415)绝对控股的有限合伙企业,控股比例高达52.78%!从义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)的股权穿透图可以看到,小商品城旗下的义乌市弘义股权投资合伙企业(有限合伙)持有42.41%股权,小商品城(600415)直接持有9.43%股权,加上小商品城(600415)下属另一家公司——义乌惠商紫荆资本管理有限公司持有0.94%股权,小商品城(600415)及其子公司持有义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)的股权比例达52.78%。

另外,小商品城(600415)的实

际控制人义乌市国有资本运营有限公司还通过义乌市金融控股集团有限公司和义乌市水务建设集团有限公司,分别持有义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)23.56%和4.71%的股权。

也就是说,间接参股微念科技的义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙),事实上是受小商品城(600415)绝对控制的一家有限合伙企业。当然,从公开的股权比例来看,义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)也相当于小商品城(600415)的控股子公司!

由此可见,小商品城(600415)和微念科技之间的关系,已经非常密切——透过义乌惠商紫荆二期投资合伙企业(有限合伙)这家持股平台,小商品城(600415)实现间接参股了微念科技!

当然,小商品城(600415)涉足电商网红带货领域并不只是参股了微念科技这家知名的MCN机构。在电商网红带货这个领域,小商品城(600415)的野心是要打造“网红直播第一村”!

小商品城(600415)的量化分析:

我对小商品城的交易行为进行量化,发现小商品城存在明显的机构蓄势现象,而且之前的蓄势已经出现了小爆发。为什么这么说呢?我们一步一步来看。从走势上,我们看到12月27日到12月31日,股价处于震荡时期,但量化后发现,背后的机构资金非常活跃,说明机构对这个股很有兴趣,这也构成了“机构蓄势”,果然在震荡结束后,股价出现了两连涨,这也形成了第一次蓄势之后的小爆发。

今天股价虽然下跌了,但背后的机构资金非常活跃,而且机构资金的强度还在不断加深,只要后面的行情里,机构资金的强度还在不断加深,那么爆发的力度、上涨的空间是无法想象的,可能连续几个涨停都有可能。

小商品城(600415)直接带来

了直播营销

近几年,网红直播迎来井喷式发展,诸多的直播平台相继涌现,各大互联网巨头相继参与到这场直播盛宴中,其中以游戏直播、秀场直播、体育直播最为火爆。而对小商品城(600415)所在的义乌来说,最值得切入的是直播营销。直播营销可以360度展示货物,还能与买家实时交流,表现形式好、交互性强,能带来爆发式的营销效果。

有数据显示,截至今年4月底,义乌快手注册用户达56万,每天日活跃量19万,月活跃量32万,其中粉丝过万的主播有2200余人,义乌快手直播电商发展势头可见一斑。

据了解,义乌“网红直播”主要分为商户自己直播卖货和请具有一定粉丝的“网红”直播卖货。早在抖音、快手、花椒等网络直播平台开始聚焦流量变现时,义乌篁园服装市场就率先试水直播销售。今年以来,小商品城(600415)又在义乌国际商贸城二区、宾王158文创园开设了淘宝直播间、淘宝直播选品中心,深度挖掘“短视频+直播”在小商品销售领域的潜能,在实现“网红”流量变现的同时,推动日用小商品在设计、品牌、标准等领域实现高质量发展。

可见,小商品城(600415)的商品优势和直播网红的流量优势,在义乌完美结合,开出了美丽的花朵。

阿里巴巴也设立“义乌站”

2019年3月30日,在义乌国际商贸城二区市场内,一个以网红直播为主题的新“市场”诞生了,22个直播间同时开播,18位签约网红各显神通,在淘宝直播平台开启疯狂卖货模式。国际商贸城二区主营五金厨具、小家电、雨具、箱包、钟表等产品,商户开拓内销市场的需求比较迫切。直播中心的开设作为助力市场提档升级的有益尝试,一旦试水成功,将在其他市场区块进行推广。国际商贸城二区直播

中心总经理史鹏飞说,经过筛选,有100家商户成为首批“吃螃蟹的人”,这些大多有自主品牌和新奇特产品的商户在直播中心或自家商铺直播卖货,感受网红带货的魅力。对此,二区小家电商会会长骆洪英说:“市场正在寻找新模式,电商直播是一个大趋势,这可能会让义乌小商品市场又一次走在世界的前面。”

而作为小商品淘宝直播产业带的重要组成部分,义乌宾王淘宝直播选品中心也于今年5月23日启用。该中心由小商品城(600415)所建,提供包括样品陈列、数据处理、主播选品、电商直播、供应商对接、供应链管理等淘宝直播全流程服务。

近年来,随着移动互联网的快速发展,以淘宝、抖音、快手为主要代表的短视频平台迅速蹿红,形成了“短视频+直播”的网络互动新模式,义乌市场商户和电商企业纷纷开展多渠道网红直播试水,为外销转内销拓展新的市场空间。

据了解,选品中心目前已对接一区饰品、工艺品等行业协会,与陈明饰品、货郎担等企业达成合作意向,同时吸引5家场外成熟供应商入驻,阿里巴巴淘宝直播平台也将设立“义乌站”。

今年4月22日,阿里巴巴1688超级产地日首站在义乌启动,22个产业的上万家义乌厂商在1688平台向全球采购商让利销售,数十万款义乌源头厂货通过淘宝主播进行在线采购,仅3个小时就吸引了271万粉丝,总交易额突破20亿元。

因此,一方面,小商品城(600415)参股了“中国第一网红”背后的MCN机构微念科技;另一方面,小商品城(600415)成功打造了中国“网红直播第一村”,可见,小商品城(600415)有足够的底气成为网货带货概念的大黑马!