



财眼

分不清旗袍和艺伎服饰、店内不许放中文歌、签约仪式曾挂日本国旗……

名创优品陷“精日”争议 多个话题上热搜

8月9日21时许, #名创优品分不清旗袍和艺伎服饰#话题冲上热搜, 截至记者发稿时, 该话题阅读量已达1.8亿。起因是名创优品ins账号发布一组身着中国旗袍的迪士尼公主钥匙扣的图片, 在其中把娃娃身上穿的中国旗袍称为“艺伎服饰”。随后名创优品更多疑似“精日”行径被曝出, 舆论持续发酵, 8月10日, #名创优品被曝店内不许放中文歌#、#名创优品签约仪式曾挂日本国旗#等话题先后登上热搜。

■新快报记者 陆妍思 实习生 杨子冉

名创优品紧急致歉
称“日本艺伎”系错译

8月9日22时许, #名创优品分不清旗袍和艺伎服饰#登上热搜一小时后, 名创优品发表致歉声明称, 7月25日, 其西班牙Instagram账号发布了一则“公主系列盲盒”帖文, 在该帖文中, 中国旗袍公仔被错误地翻译为“日本艺伎”, 并表示, “我们对于海外社交媒体发布产品内容时出现的信息错误, 以及这一工作失误给广大网友造成的情感伤害深表抱歉”。名创优品在致歉声明中称, 总部收到网友反馈后, 第一时间要求西班牙代理商团队删除了该帖文, 并对当地社媒代理商团队采取了处罚措施, 立即终止了合作关系。

话题一经发表, 网友们纷纷热议。“是要抵制它的意思不? 那我先报名吧”“对不起, 我也分不清名创优品优在哪里”两条热评分别占据第一位和第二位, 有近两万的网友点赞。不难看出, 大多数网友在事件爆发后, 对名创优品的印

象有一定程度的降低。

多个话题上热搜
网友称其为“精日品牌”

随后, 网友接连爆料, “在巴拿马地区的社交媒体账号上, 名创优品声称自己是日本创立的品牌”“在美国的店铺广告中, 名创优品也表示是‘from Japan to US’(从日本到美国)”, 还有自称在名创优品打过工的网友表示, 名创优品店内不允许播放中文歌, 更有网友晒出名创优品公司在与希腊、罗马尼亚、保加利亚等海外合作方签约时的合照, 显示现场悬挂日本国旗, 创始人叶国富等高管均参与合影。

8月10日, #名创优品被曝店内不许放中文歌#、#名创优品签约仪式曾挂日本国旗#先后登上热搜, 该话题的阅读量已经达到了1.7亿。

有网友评论其为“精日品牌”; 有网友直指其就是山寨日本品牌, “名创优品的英文MINISO, 由三个日本品牌的字

母拼接而成——无印良品(MUJI)、优衣库(UNIQLO)、大创(DAISO)”“酷似优衣库的logo, 酷似无印良品的店面, 酷似日本大创的产品线”; 有网友科普, 名创优品不是日本的, 是实打实的国产企业。“公司总部和产地都在广州, 但一直以‘日本快时尚设计师品牌’为宣传”。

登陆港股后遭做空
被称“正在衰落的品牌”

天眼查App显示, 名创优品关联公司名创优品(广州)有限责任公司2013年在广州成立, 注册资本1.47亿元人民币, 法定代表人为叶国富, 2020年, 名创优品头顶“生活家居用品零售第一股”登陆美国纽交所, 并于今年7月13日, 在港股达成双重主要上市。

但登陆港股后, 名创优品可谓“祸不单行”, 先是遭遇了惨烈的开盘破发, 7月26日, 又遭到Blue Orca Capital蓝鲸资本做空, 蓝鲸资本称, 在历时7个月的调查过程中, 数百家名创优品门店的拥

有者和经营者, 都和公司高管、董事长存在着密切的私人关系, 而且叶国富涉嫌挪用公款高达数亿元。与此同时, 蓝鲸资本还列举了名创优品上市后营收数值下降40%、新冠疫情发生前就开始大规模关店、加盟费连续两年下降63%等经营数据, 结合涉嫌贪腐的指控, 最终将名创优品定义为“一个正在衰落的品牌”。

名创优品财报显示, 从2019年6月30日至2021年6月30日连续3个财年中, 名创优品的亏损数字分别为2.9亿元、2.6亿元、14.3亿元, 累计亏损接近20亿元。虽然名创优品在2021年下半年实现转亏为盈, 但是2021年全年累计亏损仍维持达12亿元。同时在2022年第一季度中, 名创优品归母净利润只有9655万元, 同比下跌20.77%, 大概率会在2022财年延续亏损记录。

8月10日, 名创优品港股报收12港元/股, 大跌7.83%。截至记者发稿时, 名创优品美股盘前跌6.22%, 报5.88美元/股。

王一博经纪公司将登陆港股
近三年分成成本上涨837.1%

8月7日晚间, 港交所网站显示, 乐华娱乐通过上市聆讯。乐华娱乐为国内知名艺人经纪公司, 旗下签约有韩庚、王一博、孟美岐、范丞丞、吴宣仪等知名艺人。

而这已不是乐华娱乐第一次在资本市场谋“出道”。早在2015年9月其就曾在新三板挂牌上市, 后来打算借壳“共达电声”转战A股主板, 但因未完成利润要求, 借壳宣告终止。2018年3月, 乐华娱乐从新三板退市, 今年3月8日, 正式向港交所递交招股书。从其招股书来看, 该公司收入目前高度依赖头部艺人, 是其最大经营风险。

■新快报见习记者 刘艳爽

毛利率已呈下降趋势

乐华娱乐此次招股书显示, 近三年业绩实现了快速增长。由2019年的6.31亿元, 快速增长至2021年的12.90亿元, 年复合增速约43%; 盈利则由2019年的1.19亿元, 提高至2021年的3.35亿元, 年复合增速约67%。

从股东来看, 华人文化从2014年便入股, 2018年字节跳动斥资1.25亿元成为乐华股东, 2020年, 阿里巴巴影业豪掷2.78亿元入场。

据招股书显示, IPO前, 乐华娱乐董事长兼首席执行官杜华及其配偶孙一丁共持股53.49%。华人文化CMC持股为14.25%, 东阳阿里巴巴影业通过Interform Construction持股为14.25%, 字节跳动旗下量子跃动通过Afflatus持股为4.74%。此外, 韩庚持股2.35%, 王欢持股4.77%。

不过, 虽然近三年业绩呈现高增长, 但招股书显示, 乐华娱乐的毛利率已有下降趋势。从2020年的53.5%下滑至2021年的46.6%, 2022年前4个月进一步降至42.4%。2022年前4

个月, 乐华娱乐的营业收入从2021年同期的3.41亿元增至3.52亿元; 净利润则从2021年同期的1.11亿元减少至0.81亿元。

分成成本的高企是主要原因。2019—2021年, 乐华向供应商B的采购金额分别为3227.4万元、1.33亿元、3.02亿元, 占营业成本的比例从9.2%飙升至为43.9%, 采购金额上涨837.1%。2022年前4个月, 乐华向供应商B的采购金额达9577万元, 占同期营业成本高达48.6%。

“一哥”收入撑起半边天

从经营构成来看, 乐华娱乐主营业务单一, 艺人经纪收入占比达九成。而更值得注意的是, 其收入重度依赖头部艺人。招股书显示, 截至2019年、2020年及2021年以及2022年4月, 该公司前十名艺人应占收入分别占同期总收入的74.8%、83.0%、85.6%及84.5%。而排名第一的艺人应占收入分别占同期总收入的16.8%、36.7%、49.5%及56.8%, 可以说支撑起了乐华娱乐收入的半边

天。虽然在招股书中并未公布该名艺人的名字, 但外界普遍猜测此人便是乐华最重要的签约艺人王一博。

重度依赖头部艺人, 市场难免担忧经营会面临高风险, 艺人的稳定性以及自身言行都将影响公司。一直以来, 文化传媒公司绑定明星并不少见, 近年来因明星翻车被殃及池鱼的公司并不鲜见。以MCN机构如涵控股为例, 收入占比过半的张大奕因卷入争议, 一定程度上对如涵控股造成负面影响, 如涵控股最终黯然从新三板退市。

乐华娱乐在风险披露中也提示: “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响。”

乐华娱乐在招股书中表示, IPO募集所得资金净额将主要用于持续投资艺人运营; 扩大音乐IP库; 投资或收购与其发展策略一致或能够与其业务产生协同效应的业务或资产等等。

7月份CPI同比涨2.7%
物价总体运行在合理区间

新快报讯 记者杨依泓报道 国家统计局10日发布数据, 7月份, 全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.7%, 涨幅比上月扩大0.2个百分点。全国工业生产者出厂价格指数(PPI)环比由上月持平转为下降1.3%; 同比上涨4.2%, 涨幅比上月回落1.9个百分点, 连续9个月回落。专家认为, “猪菜共振”是食品价格上涨的主要原因, 预计未来CPI将继续温和上涨, 但总体将控制在政策目标内。

从同比来看, 统计数据显示, 7月份, 食品价格同比上涨6.3%, 其中, 猪肉价格由上月下降6%转为上涨20.2%; 鲜果和鲜菜价格分别上涨16.9%和12.9%。此外, 7月份, 非食品价格同比上涨1.9%, 涨幅比上月回落0.6个百分点。

“7月份, 受猪肉、鲜菜等食品价格上涨及季节性因素影响, CPI环比由平转涨, 同比涨幅略有扩大。”国家统计局城市司高级统计师董莉娟表示。

中国民生银行首席经济学家温彬指出, 虽然食品价格存在一定涨价压力, 但近期国家发改委已提醒相关企业保持正常出栏节奏、避免盲目压栏, 随着淡季将至, 短期猪肉上涨动力将回落, 食品价格上涨表现仍将比较温和。展望未来, 温彬预计CPI将温和上升, 部分月份同比涨幅或突破3%, 但全年平均水平将控制在政策目标内。

总体来看, 7月CPI同比上涨2.7%, 创下2020年8月以来新高。不过, 市场声音均认为, 与国际高通胀相比, 我国CPI涨幅总体仍运行在合理区间。