

网红经济对上市公司财富效应的影响

——以“梦洁股份”为例

姜竣雯

中南财经政法大学，武汉

摘要 | 在线下销售渠道受阻时，许多厂商纷纷引入网红合作，扩展线上销售渠道。在看似欣欣向荣的网络带货浪潮的背后，网红经济却造成了上市公司市值异常波动，对资本市场运作产生了一定的影响。本文以“梦洁股份”为例，对网红经济给上市公司带来的财富效应进行分析，并从上市公司视角、投资者视角和监管者视角对上市公司携手网红提出了相应建议。

关键词 | 上市公司；网红经济；梦洁股份

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 案例分析

为了具体清晰地分析网红概念版块公司的股价变动与其宣布网红合作间的关系以及多次发布与网红合作的公告对公司股价造成的不同影响，本文选取“梦洁股份”对其宣布网红合作的事件进行案例分析。

作者简介：姜竣雯，中南财经政法大学，学生，研究方向：金融学。

文章引用：姜竣雯. 网红经济对上市公司财富效应的影响——以“梦洁股份”为例 [J]. 财经聚焦, 2021, 3 (3) : 71-79.

<https://doi.org/10.35534/fef.0303014>

1.1 公司简介

湖南梦洁家纺股份有限公司（简称“梦洁股份”，下同）创建于1956年，1997年梦洁股份从长沙市棉麻土产公司分立出来，成为独立法人。该公司是一家从事家庭纺织品生产的公司，拥有三个具有较大家纺市场影响力的品牌，即“梦洁”“寐”和“梦洁宝贝”，同时公司于2009年创立线上购物品牌，宣布进军电子商务行业。公司的主要产品包括梦洁系列绣花套件、被芯和毛毯、寐系列套件等床上用品、软体家具等共8个大类。梦洁股份公司的综合竞争力和持续成长能力在我国家纺行业居于前列。2020年受疫情影响，梦洁股份线下销售业绩受到影响，公司积极开拓线上业务，希望通过线上销售带动业绩复苏。

1.2 梦洁股份网红经济概念简介

2020年5月11日，梦洁股份与电商直播机构谦寻文化协议合作，公司将与谦寻文化旗下的淘宝主播薇娅在消费者认同、线上销售、肖像权使用、公益合作等多个方面展开全面的合作。2020年5月18日，梦洁家纺上线薇娅的淘宝直播间，由其进行直播带货。梦洁股份多次在薇娅直播间进行销售的主要目的的一方面是提升销售业绩，一方面是提高公司知名度。

梦洁股份网红合作案例主要有如下两个特点：

第一，销售额在其营收中占比不大。以其对深交所的回复来看，2020年梦洁股份合作直播带货公司销售公司主要产品前3次的累计营收金额为812.12万元，而其2020年第一季度的主营业务收入约为3.63亿元，薇娅的三场直播带货销售额占仅其主营业务收入的2.24%，并未在其营收中占据较大份额，为其销售带来巨大提升；

第二，与网红合作的成本较高。根据其深交所的回复公告，2019年薇娅合作直播销售梦洁股份的不同种类产品3次，确切的销售金额一共约为469.25万元，公司实际支付的费用为104.22万元，营销费率约为22.21%，2020年前三次合作销售金额一共约为812.12万元，为此公司支付的费用一共为213万元，营销费率约为26.23%，这样高的费率在不小程度上挤占了公司的获利区间。

1.3 梦洁股份网红经济概念股价异常波动情况

对单一公司来说，其 CAR 走势图和 AR 走势图相同（如图 1、图 2 所示）。从事件窗口 $[-20, 20]$ 的 CAR 走势图可以看出在事件发生前梦洁股份的累积超额收益率为负，符合疫情冲击下公司运营面临不小压力的状况，而在事件出现的前三天也就是 5 月 8 日，从 AR 走势图中可以发现梦洁股份当日超额收益率突然攀升，公司累积超额收益率由负转正，而后向下调整，但仍维持正向收益率，可推测合作消息可能存在公布前提前泄露的情况，主力资金提前入场进行部署。而在签约日后 $T=8$ 日内，梦洁股份的 AR 维持高位，CAR 保持快速增长并于 $T=8$ 日达到最大值 77.78%，梦洁股份股价表现远超市场并且连续 7 个交易日维持高速增长，可能是由于主力资金不断买入筹码，快速拉升股价，可推测存在概念炒作的现象。 $T=8$ 日后梦洁股份的 AR 突然急速向下，CAR 开始下行，可能是收到深交所关注函后，市场产生了恐慌情绪；而后 AR 恢复正值，CAR 反弹紧接着 AR 再度急速向下并反复三次，CAR 震荡下跌，本文推测为持股主力资金推高价格后伺机退场的结果，在 6 月 1 日后其 AR 振幅逐渐收窄，可能是深交所的重点监控和监管措施生效，也可能是主力资金认为这一合作公告的盈余效应已经充分体现，基本撤离的结果。

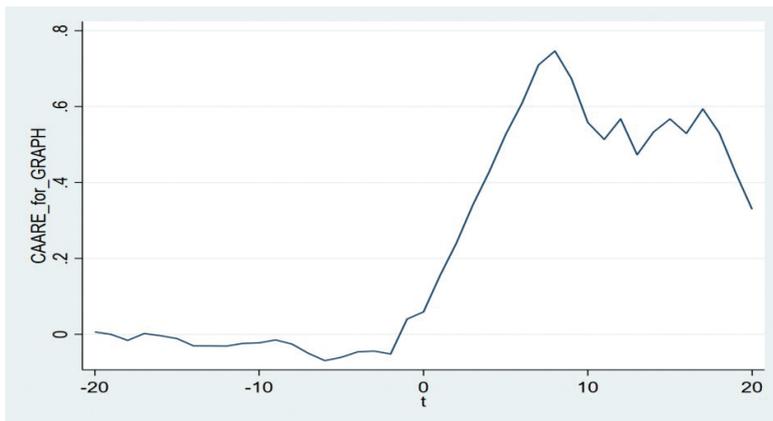


图 1 梦洁股份网红经济概念的 CAR 走势图

Figure1 The CAR trend chart of internet celebrity economy concept of Mengjie stock

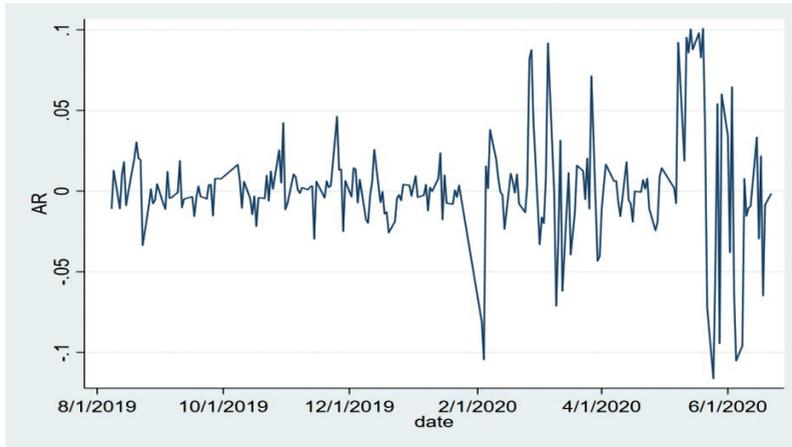


图2 梦洁股份网红经济概念的 AR 走势图

Figure 2 The AR trend chart of internet celebrity economy concept of Mengjie stock

整体来看，梦洁股份宣告网红合作事件的 AR 在 2020 年 2 月前始终围绕 0 轴波动，符合正常走势情况，2 月后受疫情影响 AR 快速下降而后在 0 轴上下震荡也较为合理，而在事件日后 AR 快速上升且振幅骤然提升，结合其从 5 月 12 日开始，连续 7 个交易日收出“一”字板涨停的实际走势，其中可以看出明显异常。其 CAR 在事件日前为负值，事件日后 T=20 日内维持在 0 轴以上较高数值，可得知网红合作信息披露这一事件在短期内对上市公司市值有着显著正向影响，这一案例同样验证了假设 H1。据统计，在梦洁股份股价上涨期间，公司持股比例较高的股东、董事监事高管及其关联人累计减持公司股份的数量达到约 1441.65 万股，占公司总股本比例为 1.89%，实现累积套现的总金额高达 9822.09 万元。

由此来看，就梦洁股份个股而言，其第一次公告效应最为显著。另外，梦洁股份网红经济股炒作网红概念从而减持套现的本质十分明显，投资者应对这种异常走势保持警惕，在利用正向事件赚取收益的同时需时刻关注主力资金动向，在炒作套现这种情况的发生之前及时平仓止盈。相关监管机构也应对“网红带货”这种热点事件加强信息披露方面的要求。例如，要求上市公司对“网

红带货”的销售情况以及对公司营收、盈利的贡献及时予以披露，不能只是将一个空洞的概念留给市场炒作，而必须将实质性的经营内容和相关经营信息的真实情况告知投资者，同时也应对热点事件出现时的股东减持行为进行限制，以维持市场的稳定安全。

2 相关建议

2.1 上市公司视角

2.1.1 夯实基础，以主营业务为本

就网红概念股总体上市公司而言，与网红合作并不能显著改善营业收入，反而会对其产生负面影响；尽管采取“网红经济”商业模式确实对股东和投资者才生了显著财富效应，但总体而言其财富效应仅限于资本市场，并不能对公司基本面产生明显改善，甚至在和网红高昂的合作成本下公司的基本面情况长期来看呈现恶化趋势。不能否认的是，网红经济会在一定时期内改善个别公司的基本面情况；但一方面，相关数据披露渠道非官方，存在一定的营销注水嫌疑，另一方面从长期经营情况分析，公司的基本技术和物质条件都没有跟上市值上涨的速度，存在一定的经济泡沫。因此网红经济板块上市公司如果想要提高自身市值，不应仅仅寻求某网红带来的粉丝经济和羊群效应对短期业绩的提升，更不应在信息披露方面夸大数据或采用营销的手段以达到短期的公告效应，而应从主营业务入手，通过改进生产工艺、不断开拓市场、提高管理效率等方式达到压缩成本或增加收入的目的，在合法的前提下，夯实公司基础，从根本上提高公司利润，这样更容易获得股东与投资者的认可，同时也会使得公司能长期健康发展。

2.1.2 分工专业化，迎接“网红趋势”的挑战

中金公司报告显示，网红经济未来将会进一步发展壮大，网红产业链将会呈现明显精细化、专业化特征。在数字经济时代的今天，上市公司应结合自身业务特点和发展方向，充分运用网红经济为公司赋能，与专业MCN公司抱团发展，将个人网红向公司网红转变，打造出具有公司特色的公司

网红，促进公司基本面的改善与持续发展。此外在MCN公司角度，需规范业务，明确分工，划清权责，在孵化网红的同时也要保障网红的基本权力，维持良好的行业运作氛围，恪守基本价值观与底线，实现相互协作、互利共赢。

2.2 投资者视角

2.2.1 合理配置资产，及时止盈

无论是总体样本还是分类样本，网红合作公告的披露都在短期内呈现了显著的正向公告效应，具有风险偏好的投资者可以尚有余力的前提下按公告披露的时点进行套利。行业方面，互联网与商业服务类、服装服饰类上市公司的累计异常收益持续时间较长且显著；产权性质和公司规模大小方面，公司产权性质和规模对其累计异常收益的影响都不显著，无论是规模较大的公司或规模较小的公司、抑或是国有还是非国有公司都存在显著正向的公告效应。但值得注意的是，上市公司运作网红经济的公告效应总体而言在约一周内就会产生断崖式下跌；特别是对于多次公告的上市公司而言，其公告效应会随着网红合作公告次数的增多而逐渐减弱，且波动性与不确定性会逐渐增强。因此对于具有风险偏好的投资者而言，根据公告谨慎合理配置资产可获得一定的收益，但需快速退场、及时止盈。对于大多数风险保守型投资者，应避免此类的投机行为，应在公司基本面的基础上理性配置资产。

2.2.2 警惕盲目跟风

上市公司与网红合作会导致市值飙升，一定程度上也出于投资者的羊群效应和从众心理，因此投资者如果没有在第一时间得知网红合作消息的时候及时入场，反而在网红概念股飙升的时机入场，很可能会因主力资金的退场导致的股价骤跌而承受损失甚至被套牢，得不偿失。因此投资者在做出相应决策时不可因为网红概念股的向好涨势或身边投资同伴的推荐而盲目入场，应结合具体公告时间以及消息的可靠程度做出自己的理智判断，切忌受投资氛围和侥幸心理的影响。

2.3 监管者视角

2.3.1 加强网红概念公司信息披露监管

目前我国已经设立了较为完善的多层监管框架,但对于网红概念上市公司的信息披露规定存在一定的完善的空间,缺乏严格的标准。当下许多上市公司根据某种特殊的目的性选择性地披露公司信息,信息公布的时间、公布的方式等都没有统一的标准,因此在一定程度上会导致内部交易的滋生,也会为公司内幕消息知情者提供套利的可乘之机,导致资本证券市场的混乱,不利于市场的良性发展。因此监管机构需提前登记内幕消息可能知情人并对其账户进行严密监控,防范知情人相互勾结操纵股价,从而保障中小投资者的权益,增强资本证券市场有效性和透明度,有利于资本市场对实体经济的正向传导和促进作用。

2.3.2 完善行业规范,建立完善监管标准

究其本质,网红经济也只是实体经济借助网红利用一定的信息技术在互联网上的投射,要促进网红经济的健康发展,归根结底还是要迎合市场规律,做好实体经济的成长与发展。当下网红经济概念企业鱼龙混杂,不少企业仅看到了网红经济带来的丰厚收益,却对其运作流程、基本业务内容不甚了解,造成了一定程度上资源的浪费和行业形象的败坏;对其所签约的网红也没有基本的保障,也没有系统的培养和帮助,使得从业者业务能力良莠不齐,基本权益也受到了侵犯。同时,由于网红经济相关的法律法规较为欠缺,许多网红经济企业存在数据注水、虚假宣传炒作的行为,其产品安全也没有基本的保障。因此对于行业内部,在追求商业价值的同时应形成正确的道德价值观,恪守底线,形成良好的行业风貌;对于监管角度,应将网红经济及时纳入法律监管中,对违法违规行为进行及时打击。在行业的内部监管和监管机构的外部监管共同作用下,网红经济的财富效应才能真正从互联网、从证券市场回到实体经济,充分发挥其对实体经济的带动作用。

参考文献

- [1]柴森.“直播带货”赋予下沉市场消费新动能[J].中国国情国力,2020(3):

- 12-14.
- [2] 王青青. 上市公司资产证券化及其财富效应研究[J]. 时代金融, 2021(3): 68-70.
- [3] 邹秉辰, 王玉龙, 章卫东. 上市公司发行可转换债券的股东财富效应及其影响因素[J]. 中国注册会计师, 2020(1): 49-54.
- [4] 庞家任, 周桦, 王玮. 上市公司成立并购基金的影响因素及财富效应研究[J]. 金融研究, 2018(2): 153-171.
- [5] 喻琪钧. 我国A股市场定向增发中的财富转移研究[D]. 重庆理工大学, 2018.
- [6] Christopher Fink, Dirk Schiereck, Joachim Vogt. Wealth effects of convertible bond issues—further evidence of agency costs and managerial entrenchment[J]. Corporate Ownership and Control, 2010, 7.
- [7] Gregg A. Jarrell. The Wealth Effects of Litigation by Targets: Do Interests Diverge in a Merge? [J]. Gregg A. Jarrell, 1985, 28(1).
- [8] Shi, JY, Yu CH, Guo SC, et al. Market effects of private equity placement: Evidence from Chinese equity and bond markets [J]. NORTH AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND FINANCE, 2020(6).
- [9] Chang Y C, Ham H J. A Study of Influencer Users' Purchase Satisfaction and Repurchase Intention: Focusing on Wanghong [J]. The e-Business Studies, 2019(6).

The Influence of Internet Celebrities Economy on the Wealth Effect of Listed Companies —Taking Mengjie Stock as an Example

Jiang Junwen

Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan

Abstract: When the offline sales channel is blocked, many manufacturers have introduced the cooperation of Internet celebrities to expand the online sales channel. Behind the seemingly booming network with the wave of goods, the web celebrity economy has caused the abnormal fluctuation of the market value of listed companies, which has a certain influence on the operation of the capital market. Taking Mengjie stock as an example, this paper analyzes the wealth effect brought by internet celebrities to the listed companies, and puts forward corresponding suggestions for the listed companies to join hands with internet celebrities from the perspectives of listed companies, investors and regulators.

Key words: Listed companies; Internet celebrities economy; Mengjie stock