



小牌联合创始人杨婷

让潮玩成团宠 满足年轻人精神消费

成都 创客

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞

最近,杨婷很忙,因为公司推出的潮玩产品ERR兔第三代将于5月面世。4月14日一大早,她就来到办公室,对产品进行监修。

川妹子杨婷是TINY/小牌的联合创始人,这是一家专注于广告营销和潮玩IP打造的文化公司,成都分公司成立于2019年6月。

1989年出生的杨婷虽然很年轻,但在30岁之前,她已完成了三次“反转”:从船舶制造专业毕业后成为一位品牌策划人员;在品牌策划方面做得得心应手后,又跳槽做广告营销;做出了不少经典营销案例后,她又辞职回蓉创业。

“反转”是杨婷的标签之一,“文化”同样也是。“虽然大学毕业后经历了几次工作变动,但初衷一直没有改变,我想在中国文化的进程中留下自己的足迹。”她说。



小牌联合创始人杨婷

从工科学霸到营销大咖 她开启了一种潮流文化

杨婷高中毕业时,“国产航母”是个全民热议的话题,她对此也非常感兴趣,因此上海交通大学船舶制造与海洋工程专业多了一位川妹子。

但大学四年的学习生活,改变了杨婷的许多想法。毕业后,她成为了亿滋国际(其前身是卡夫食品)的一名员工,负责“奥利奥”“趣多多”等品牌营销,最后成为高级品牌经理。

这是杨婷毕业后的第一份工作,但很显然,品牌策划与船舶制造完全没有关联,那么是什么契机让她发生了这样的转变?

“大四的时候,亿滋国际来学校做了一场宣讲会。”杨婷说,当时宣讲人的一句话触动了她,“他说,虽然我们做的是食品领域,但传递给消费者的是一种情绪。”杨婷对此的理解是,这个美味不仅是产品维度,也是传达给顾客的一种美味情感体验。

这一理念打动了杨婷,她希望自己做的东西也能给别人带来快乐。事实上,这也为多年以后“小牌”的诞生埋下了伏笔。

3年后,杨婷离开亿滋国际,入职腾讯

“反转”是杨婷的标签之一,“文化”同样也是。“虽然大学毕业后经历了几次工作变动,但初衷一直没有改变,我想在中国文化的进程中留下自己的足迹。”她说。

成为一名广告营销人员,负责腾讯“创新”品牌形象的打造。如果说亿滋国际的工作经历塑造了她的营销策划能力,那么腾讯的工作经历,则让她完成了蜕变。

2016年,一段朱棣唱RAP的H5刷屏各大社交平台,这是腾讯和故宫博物院的一次联动营销策划,这一案例正是出自杨婷和她的团队。她认为,让年轻人的创意和互联网数字技术结合,让传统文化成为流行,将引爆年轻群体和文化圈,让更多年轻人对传统文化产生兴趣,也会让整个行业开始关注传统文化的传承与活化。

“我们当时算是开创了一种潮流文化的联动模式。”杨婷撩了下头发,笑着说。

打造潮玩IP全产业链 满足年轻人精神消费

时间快进到2019年,在有了充足的积淀后,杨婷和团队中的另外两名成员作出了一个重大决定——创业。就这样,“小牌”应运而生,两年来先后在成都、上海、深圳落地,目前有50多位创意十足的“小牌人”。

“小牌”的主营业务是广告创意与营销,短短两年时间,便与腾讯、招商银行、OPPO、阅文集团等建立了良好互信的合作关系。2020年底,“小牌”更被广告行业有影响力的媒体评为“2021值得关注的新锐代理商TOP10”。

成都分公司是“小牌”落下的第二子,由杨婷负责运营。之所以会在成都设立分公司,除了杨婷来自成都外,更因为成都有着厚重的文化底蕴和庞大的年轻群体。“作为一家文化公司,成都可以提供丰富的文化素材和思路。”她说。

“无论多宏大的叙事,都孕育自一个小而坚定的洞见。”杨婷表示,这是“小牌”理念,她希望“小牌”就是这个“洞见”。也正因为这种想法,“小牌”成立后,主要业务除了广告营销外,还增加了一个潮玩板块。

近两年来,在多方因素影响下,以泡泡玛特为代表的“潮玩文化”逐渐从小众变成被大众所接受的事物,潮玩也逐渐从一种商品演变成为一种符合年轻人精神消费的载体,潮玩公司如雨后春笋般冒出,“小牌”正是其中之一。

“从狭义上来讲,大众定义的潮玩是手办一类的物品,但我们认为,潮玩最核心的是满足年轻人在文化层面的消费和需求。”杨婷表示,“小牌”潮玩未来将以潮流玩具为原点,辐射年轻人的精神文化消费。

值得一提的是,“小牌”去年推出的潮玩产品ERR兔获得一致好评,目前第三代ERR兔即将上线,同时还将推出3个全新的潮玩IP形象。杨婷表示,目前有投资机构在与他们接洽,表达了对“小牌潮玩”的投资意向。

如今,杨婷致力于文化传播的脚步仍在继续,对于一个31岁的姑娘而言,谈“人生”略显厚重,但她确信自己已找到了一条值得奋斗一生的主线。

白杰品股

良性修复

问:周四沪指低开,盘中探底回升,收盘下跌,你怎么看?

答:受银行股拖累,各股指一度均下挫超1%,午后市场在资源股的带动下有所回升,盘面上次新、碳中和等前期强势股明显调整,北上资金小幅净流出。截至收盘,两市涨停47只,跌停22只。技术上看,沪指仍失守5日均线,但创业板指收出三连阳,两市成交环比略有增加;60分钟图显示,各股指均收于5小时均线之上,最弱的沪指60分钟MACD指标也呈现即将金叉的状态;从形态来看,笔者之前曾预期“各股指将会在3日内见底”,随着沪指盘中再次刷新近三日调整新低,也标志着市场最后一跌完成,后市将重新步入震荡走高。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均增加,各合约负溢价水平整体明显缩减。综合来看,尽管市场成交仍处低位,但随着良好的一季报陆续出台,个股估值压力特别是抱团股也有望得到良性修复,短期市场有望重新回升。

资产:周四按计划以27.25元买入浪潮信息5万股,以132.81元买入康泰生物1万股,之后以135元卖出1万股;以11.25元买入光正眼科33万股,之后以11.48元卖出33万股。目前持有泽达易盛(688555)8万股,华创阳安(600155)30万股,今世缘(603369)1.2万股,光正眼科(002524)33万股,康泰生物(300601)1.5万股,浙江龙盛(600352)13.5万股,浪潮信息(000977)5万股。资金余额3663006.81元,总净值18584246.81元,盈利9192.12%。

周五操作计划:拟适当低吸分众传媒(002072)不超7%仓位,浪潮信息、康泰生物、光正眼科拟先买后卖做差价,浙江龙盛、泽达易盛、今世缘、华创阳安拟持股待涨。

胡佳杰

反垄断风暴刮进医药行业

因实施垄断行为 扬子江药业被罚7.64亿元

继天药股份因垄断行为遭罚之后,4月15日,扬子江药业因实施垄断协议行为,被国家市场监督管理总局罚款7.64亿元。

业内人士认为,扬子江药业被罚事件说明,医药行业的反垄断已从原料药领域进入制剂领域,促使医药企业在经营上更加规范。

实施垄断协议被罚7.64亿元

4月15日,国家市场监督管理总局作出行政处罚决定,责令扬子江药业集团停止违法行为,并处以其2018年销售额254.67亿元3%的罚款,计7.64亿元。

2019年11月,国家市场监督管理总局根据举报,对扬子江药业集团有限公司涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。经查,2015年至2019年,扬子江药业集团在全国范围内(不含港澳台地区)通过签署合作协议、下发调价函、口头通知等方式,与药品批发商、零售药店等下游企业达成固定药品销售价格和限定药品最低转售价格的协议,并

通过制定实施规则、强化考核监督、惩罚低价销售经销商、委托中介机构监督线上销售价格等措施保证该协议实施。扬子江药业集团上述行为排除、限制了竞争,损害了消费者合法权益和社会公共利益,违反《反垄断法》相关规定。

原料药垄断成重点监管领域

今年以来,医药行业的反垄断调查一个接着一个,其中,原料药反垄断成为监管重点。

4月6日,天药股份发布公告,公司因涉嫌醋酸氟轻松原料药垄断,被天津市市场监管委员会罚款4402.26万元。

天津市市场监管委员会表示,天药股份以协议形式对醋酸氟轻松原料药销售市场进行划分,并变更、固定醋酸氟轻松原料药价格,排除限制了醋酸氟轻松原料药销售领域的竞争,违反了《中华人民共和国反垄断法》相关规定。

领了这一罚单,天药股份随即下修2020年的业绩预告,从原来的净利润“5500万元-7500万元”调整为“3100万元-3700万元”。

无独有偶,今年1月22日,国家市场监督管理总局对港股先声药业滥用市场支配地位案作出行政处罚决定,罚款金额上亿。

根据处罚决定书显示,目前,先声药业是中国市场上唯一可以销售巴曲酶原料药的公司,在中国巴曲酶原料药销售市场的市场份额为100%。

而在去年11月,万邦德也发布公告称,公司全资孙子公司浙江医药销售公司在国内盐酸溴己新原料药市场具有市场支配地位,滥用市场支配地位实施了附加不合理交易条件,被罚247.4万元。

据不完全统计,2016年以来,已有逾10起短缺药品和原料药经营者的价格垄断行为被有关部门处罚。

综合央视新闻、中国证券报