

赢了流量没了利润 MCN行业进入存量竞争阶段

证券时报记者 曾剑

依托短视频普及和直播电商崛起,国内MCN(多频道网络)行业在过去十年迎来了爆发式扩张。凭借达人签约、内容创作、广告植入、直播带货这套成熟商业模式,大批MCN机构快速崛起,一度被视作创投赛道的“风口”。

近期,一则股权转让公告,暴露了MCN行业的经营困境。一家曾为直播平台YY第一大公会的MCN机构,即便手握2000万级粉丝头部主播,年亏损仍接近7000万元。这并非个例,记者梳理发现,包括多家新三板公司及上市公司在内,亏损成为国内MCN机构的普遍现状。

有业内人士坦言,行业已经进入存量竞争阶段,受流量成本攀升、商业模式存在短板等问题影响,大小机构的生存路线、转型策略正在出现明显分化。

老牌MCN机构大额亏损

据北京产权交易所信息,广州娱加数字文化传媒有限公司(下称“娱加数字”)3.8383%股权正在挂牌转让,转让底价为902万元。

娱加数字成立于2013年9月,是国内最早成立的MCN机构之一。公司微信号介绍,其为网络主播、娱乐直播、电商直播、电商代运营、新媒体营销等提供全链条价值赋能服务,旗下签约主播超3万人,独家主播超2000人。

娱加数字曾是YY第一大会,孵化出众多超级大V和全网千万级红人。公司是摩登兄弟爆红的背后推手;巅峰期,公司旗下拥有网络歌手饭思思、鱼闪闪,舞蹈主播舞小喵等诸多知名主播。目前,娱加数字旗下主播小阿七的粉丝数量超2000万。

在2014年YY娱乐年度盛典上,娱加数字旗下主播获得15个艺人奖项中的10个冠军、4个亚军。

彼时的娱加数字是投资市场上的宠儿。2015年,公司获得IDG资本的千万级A轮融资。2016年,公司获得君联资本领投,IDG和达晨创投、普思资本等多家机构跟投的B轮融资。2017年10月,公司再次获得芒果文创基金的战略入股。

这样一家一度风光无限的老牌MCN机构,其当前的经营情况却让人大跌眼镜。挂牌信息显示,娱加数字2025年实现营业收入3.71亿元,亏损6992.06万元;今年1月,公司的营收为914.93万元,亏损56.93万元。截至去年末,娱加数字的总资产为3.22亿元,净资产为3亿元。

在此之前,部分资本选择了撤退。其中,芒果文创基金于2022年清仓。此次挂牌转让股权的卖家则是君联资本。

行业亏损成常态

从公开数据来看,网络经济依然处于向上的态势。据第57次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至去年年末,我国网民规模达11.25亿,互联网普及率突破80%;数字经济规模稳步增长,核心产业增加值占GDP比重提升至10.5%。全年,我国互联网广告市场规模达到7930.8亿元,同比增长4.6%。

整体市场仍在扩容,但身处赛道内的MCN机构,却普遍陷入经营难题,诸多业内企业持续亏损、业绩下滑。

新片场2025年营收1.49亿元,同比下滑



图虫创意/供图

18.73%,全年亏损1774.46万元,亏损幅度较往年进一步扩大。微传播2025年亏损3632.09万元,较上一年2824.47万元的亏损继续加深。早期布局网生内容的青藤科技2025年营收1.22亿元,同比下滑40.20%,亏损1153.4万元。

“多重因素下,MCN行业已整体陷入存量竞争困境。”数字内容产业专家张希曼对记者表示,平台流量规则趋于稳定,流量池基本定型,机构无法再靠早期野蛮生长获取免费流量,只能在存量市场内卷竞争。如今单纯依靠优质内容,没有资金投流加持,账号几乎很难出圈,流量采购成本逐年上涨,直接挤压行业利润。

“整个行业的商业模式存在天然硬伤。”张希曼强调,行业属于人力密集型行业,编导、拍摄、剪辑、运营、职能岗人力成本刚性;头部达人分成比例高,叠加持续流支出,三项核心成本难以压缩;大规模批量签约模式成本极高,多数账号亏损,仅少数头部账号单独盈利,无法覆盖整体开支。

在艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅看来,由于很多“甲方”投运了自己的自媒体平台,对第三方机构的需求在下降。同时,品牌营销预算整体收紧,MCN机构大多依靠流量采买开展业务,人力成本居高不下,增收不盈利成为行业普遍现象。

转型策略分化

在采访中,不少业内人士提到,当前MCN行业存量竞争格局确立,叠加AI对行业的结构性重塑,行业加速出清,中小机构生存压力很大。

“目前仅有10%—15%的公司能够保持利润增长,大多数机构都处在亏损或者盈亏平衡的状态。”张毅表示。

其中,头部机构拥有更强的广告溢价能力,变现渠道多元,盈利状况稳定。中小机构佣金议价能力不足,成本和收益失衡。很多盈利的“小而美”小型工作室主要依靠深耕单一细分赛

道做高复购、高复利业务,成本可控。

据张希曼观察,虽然一些头部机构在亏损,但现金流尚能流转,普遍在收缩规模,放弃广撒网签约,集中资源扶持稳定、具备持续带货接单能力的头部/中部账号。中小MCN机构则在精简团队、缩减人员,聚焦优质红人保障变现再做后续布局。

张毅认为,机构的转型,需要利用沉淀可复制的IP、积累用户资产、搭建素材库,挖掘账号的长期生命周期价值,“粗放的流量玩法已经失效,未来行业洗牌还将持续,只有真正完成精细化运营的机构,才能在存量竞争中站稳脚跟。”

在流量至上的理念下,一些企业内部的转型策略并不一致。

7月中旬,一家老牌MCN机构内部出现意见冲突的消息引发关注。据称,在该公司的一次高层会议上,管理层坦承近年来的转型尝试未达预期。公司内部一部分人主张立即收缩风险业务,避免进一步消耗现有资金;另一部分人则主张引入资源,进行最后一次战略性投入,以争取扭转颓势。

也有一些机构洞察了行业的变化。遥望科技在2025年年报中表示:“互联网营销的核心正从获取流量,升级为以AI(人工智能)赋能和情绪消费为动力,构建深度用户关系与持久品牌资产。”此前,公司已宣布将核心直播电商业务推动从“流量驱动”向“内容与科技驱动”战略转型,并推动业务出海。

AI对于行业的实际影响尚是未知数。有业内人士认为,AI将是MCN机构控制成本、提升效率、打造溢价核心竞争力的关键;但也会让内容制作门槛大幅降低,大量个人创作者涌入赛道,加剧行业内卷,持续压低单报价格。

张希曼认为,行业的核心盈利逻辑依托用户对真人博主的信任完成带货、品牌广告转化;现阶段市场用户不一定愿意为纯虚拟AI内容投入情感与消费,AI暂无法替代真人红人核心变现价值,机构对纯AI内容应保持观望。

年,拿地金额TOP100企业中,74家为央企和地方国资企业,拿地金额占比达85.1%。地方国资企业数量较2025年底增加3家,但拿地金额占比基本保持不变。另一方面,民企拿地整体仍处于偏低水平,杭州、上海等城市部分本地民企在特定区域保持一定的布局节奏。今年上半年,TOP100企业中有15家民营企业,较2025年底增加3家,但拿地金额占比仍保持在10%左右。从民企拿地城市来看,主要是杭州、上海、重庆等城市,民企普遍聚焦深耕优势城市。

中指研究院企业研究总监刘水表示,房地产行业告别规模扩张导向。房企选择避开低能级城市低效地块,土拍市场呈现核心城市局部火热、全国总量冷清的结构性分化。

中指研究院指数研究部总经理曹晶晶预计,不同类型企业的策略选择将分化:央企和大型国企可继续发挥资金与品牌优势,在重点城市核心区保持领先,同时推动产品力升级,将规模优势转化为品质优势;地方国企宜发挥区域深耕优势,积极参与城市更新,在存量盘活中获取优质小体量资源;中小房企和优质民企则可“小而美”地块作为重点方向,建立精细化的投资研判和项目运营体系,通过差异化产品实现突围。

多家A股公司上半年业绩报喜

证券时报记者 孙宪超

7月28日晚,力量钻石、四方科技披露2026年半年度报告,环旭电子发布业绩快报,金山办公披露了半年度业绩预告。

具体来看,力量钻石2026年上半年实现营业收入4.38亿元,同比增长80.94%;归母净利润9008.16万元,同比增长247.61%;基本每股收益0.354元。

力量钻石专注于人造金刚石产品的研发和生产,目前已形成金刚石单晶、金刚石微粉、培育钻石、金刚石功能材料四大核心产品体系。产品结构丰富,协同效应明显,能够快速响应市场需求。

据了解,报告期内力量钻石业绩同比大幅增长,主要是因为公司在超大颗粒金刚石单晶合成、晶体高效生长等关键技术研发取得突破性进展,培育钻石原石出口市场持续向好,带动了公司销售额大幅增长。

四方科技2026年上半年实现营业收入

9.65亿元,同比增长12.05%;归属于上市公司股东的净利润8629.16万元,同比增长24.48%;基本每股收益0.28元。

据介绍,2026年上半年,四方科技的冷链业务收入保持稳健增长。重点新业务自动化立体冷库成套系统集成业务成效明显,为公司冷链业务提升增长动能、丰富产品矩阵、提升盈利水平。

环旭电子半年度业绩快报显示,公司在上半年实现营业总收入273.36亿元,同比增长0.45%;归母净利润8.22亿元,同比增长28.85%;基本每股收益0.35元。环旭电子表示,受部分业务关键物料采购价格上涨较大影响,预计第三季度单季营业收入同比增长15%—20%,第三季度单季营业利润率环比增长0.5个百分点左右。

此外,金山办公预计上半年实现营业收入32.14亿元到34.13亿元,同比增长20.95%到28.43%;归母净利润23.16亿元到27.19亿元,同比增长209.98%到263.89%。

睡眠家居企业净利下滑 产业向智能化方向演进

证券时报记者 康殷

2026年上半年,A股睡眠家居板块交出一份“增收不增利”的成绩单,ST喜临门、梦百合、麒盛科技等头部企业净利润普遍下滑,汇兑损失与费用投入加大成为共性问题。

但透过财务波动,一条清晰的产业主线正在浮现,慕思股份、趣睡科技等传统床垫制造商正加速向AI(人工智能)睡眠服务商转型,行业竞争焦点正从“卖硬件”转向“卖算法、卖数据、卖健康管理服务”。业内共识是,这场转型并非坦途,感知精度、成本控制与大模型可信度等痛点仍待突破。

Wind数据显示,2026年上半年A股睡眠家居板块业绩普遍不佳。ST喜临门预告今年上半年净利润为-4000万元至-3100万元,公司归因于业务结构变化、新零售渠道战略性投入及约4900万元汇兑损失,但同时强调整体经营基本面保持稳定。

梦百合预告今年上半年净利润仅0至800万元,同比降幅达93%以上,一季度受汇率波动影响,汇兑损失同比增加导致净利润同比下降,不过二季度经营已环比改善。

智能电动床制造商麒盛科技预告今年上半年净利润2580万元到3490万元,同比下降67%至76%,主因系美元汇率波动导致汇兑损失增加。

业内共识是,在物联网、人工智能、大数据等新一代信息技术驱动下,家居产品向智能化、场景化方向演进,与此同时,消费者需求已从基础功能满足转向对高品质、智能交互与个性化体验的进阶追求。在家居产品智能化升级与消费观念转变的双重驱动下,智能家居产品的迭代速度与

市场渗透进程加快,预计2027年中国智能家居市场规模有望突破万亿元。

作为小米生态链战略合作伙伴的趣睡科技早前接受机构调研时表示,2025年智能家居产品营收占比已提升至44%。

梦百合的智能化转身同样呈现结构性亮点。财报显示,公司2025年电动床业务收入6.47亿元,是公司仅次于床垫、沙发的第三大产品品类。

上市睡眠家居企业纷纷进入AI智能睡眠赛道。趣睡科技、梦百合等企业以单点产品切入,慕思股份选择产业整合路径。

7月27日,慕思在东莞牵头成立“数字人体与智慧睡眠创新联合体”,联合华中科技大学工业技术研究院、多家高校及北京大学第三医院等三甲医疗机构、思谷智能等产业链企业共同参与。

针对AI智能睡眠产品的产业化落地面临的多重现实难题,思谷智能董事长王瑜辉表示,市场需求快速迭代,需同时兼顾“无感”体验与医疗级监测精度;产品可靠性要求趋近车规级标准;成本控制压力大,仍依赖新工艺和规模化量产来摊薄高新技术成本。慕思集团CTO陈文泽认为,大模型在医疗场景下的可信度问题,即避免“幻觉”,这是技术落地的关键瓶颈,行业还需统一上下游协议与服务标准。

从行业数据看,转型的市场空间足够广阔。据艾媒咨询《2026年中国智能床行业发展趋势报告》,国内睡眠经济整体市场规模预计2030年可达7904.3亿元,为智能床等高附加值睡眠硬件提供广阔需求底盘。细分赛道层面,2025年国内智能床市场规模达49.3亿元,行业长期增速维持在20%以上,但当前智能床家庭渗透率对标北美成熟市场仍处于低位。

极端天气来袭 两家上市公司启动应急预案

证券时报记者 孙宪超

两家上市公司披露受极端天气影响情况及应对措施。

亚盛集团(600108)7月28日晚公告,7月26日,甘肃省部分地区出现冰雹、强降雨等极端天气,致使公司位于兰州新区、平凉市的农业生产受到不同程度的影响,部分农作物及农田基础设施受损。

灾害发生后,亚盛集团立即启动灾害应急预案,组织力量全力进行抗灾减灾,开展各种形式的生产自救及相应的补救措施,以最大限度降低灾害对公司经营造成的损失。亚盛集团表示,本次受灾造成的经济损失,公司还在进一步核实、认定和统计当中。本次灾害预计对公司2026年度经营业绩产生一定的影响。

贝因美(002570)7月27日晚公告,近日,受超强台风“巴威”带来的极端强降雨影响,控股子公司吉林贝因美乳业有限公司(下称“吉林贝因美”)位于吉林省敦化经济开发区的生产厂区受此次暴雨引发的内涝影响,厂区内生产车间、仓储库房及办公区域等出现进水受淹的情况,导致部分资产损失,未发生人员伤亡。

根据现场初步排查情况,厂区内生产车间、仓储库房等配套设施出现损毁,生产

区域积水严重,受损金额尚待进一步确定。公司初步预计本次灾害造成的财产损失金额可能超过公司2025年度经审计净利润的10%。相关受灾资产前期已购买财产保险,实际损失金额需根据受损财产排查、保险理赔情况进一步确定。吉林贝因美2025年度营业收入1.54亿元,净利润2936万元。目前,吉林贝因美生产经营活动暂停,恢复生产时间尚无法确定。本次灾害造成的具体财产损失金额及对公司2026年度经营业绩的影响,最终以公司年度审计结果为准。

贝因美表示,公司其他生产基地运营正常,整体生产经营体系稳定,公司已积极调度吉林贝因美在手订单的转产工作,初步预计本次灾害不会对公司长期发展战略及整体经营造成重大不利影响。灾情发生后,公司立即启动灾害应急预案,抓紧开展灾后排查、保险理赔勘查和生产调度,力争以最短时间内恢复生产,将灾害造成的损失降至最低。



一线城市土拍频现高溢价率

证券时报记者 吴家明

今年以来,一线城市土拍市场维持高热度。7月28日,北上广同日拍地,几处地块成交价均出现高溢价率。

7月28日,上海迎来今年第六批次集中供地,共出让3宗涉宅用地,起始总价178.72亿元。其中,杨浦区八埭头地块起始价最高,达到118.68亿元,其余地块分别位于奉贤新城板块、徐汇康健街道板块,总成交总金额约235.14亿元。

杨浦区八埭头地块吸引了4家竞买企业参与现场竞价。经过219轮竞价,最终保利发展、华润置地联合体以161.2亿元的价格竞得该地块,成交综合楼面价达到每平方米102023元,溢价率35.83%。徐汇康健地块由上海汇成房产经营有限公司联合上海保利城市发展有限公司以70.6亿元摘得,成交楼面价约每平方米79072元,溢价率24.51%。

7月28日,北京1宗朝阳区酒仙桥宅地出让,规划建设面积57750平方米,起始价37.2亿元,起始楼面价64416元/平方米。该地块开拍前已获6轮线上报价,共6家房企参与现场竞价,经过248轮线下竞价,最终中海以总价

46.814亿元竞得该地块,成交楼面价81063元/平方米,溢价率25.84%。

在广州,荔湾区花地大道以东AF021637地块也在28日出让,吸引了保利发展、越秀、珠实、中海、绿城5家房企参与竞拍。经过50轮出价后,绿城中国旗下广州绿晟房地产开发有限公司以总价约16.86亿元竞得地块,溢价率40.97%。

在深圳,光明区年内首宗宅地也在近日进行竞拍。最终,经过46轮竞价,深圳市招汇置业有限公司以总价15.05亿元、溢价率约18.88%夺得该宗地,折合楼面地价每平方米22872.34元。市场资料显示,深圳市招汇置业有限公司为招商蛇口全资子公司。

中指研究院数据显示,今年上半年300城住宅用地成交面积、土地出让金同比分别下降23.7%、31.2%,平均溢价率为9.1%,但一线城市平均溢价率达19.8%、为各线城市最高。核心城市优质地块土拍热度持续,上海、杭州、深圳表现明显。上半年,全国TOP20城市宅地出让金占全国总量的约62%,上海、杭州、北京出让金位居全国前三。

对于房企而言,中指研究院的数据显示,央企国企仍是土地市场拿地的主力军。今年上半