



读客文化上市首日暴涨 19 倍，卖书又成了好生意了？



来源：江瀚视野观察

作者：江瀚

最近一段时间，一家 1 元新股公司的上市引发了市场的广泛关注，由于其发行价 1.55 元，中一签仅需要 775 元的超低价被市场冠以了“蚊子腿”上市公司的名号，然而上市第一天暴涨 19 倍创造了新股大涨的奇迹，我们不禁想问，在这个互联网时代靠卖书起家的读客文化真的有戏吗？

一、1 元新股读客文化上市暴涨 19 倍？

最近，蜜雪冰城的一曲洗脑主题曲红遍整个互联网，而这首超级主题曲的操刀者就是大名鼎鼎的华与华公司，正是因为如此，最近华与华旗下的另一家公司读客文化的上市则显得更加引人注目，据其披露的招股书显示，读客文化主营业务为图书的策划与发行及相关文化增值服务，图书策划品种主要集中于文艺、社科、少儿等领域。

7 月 19 日是新股读客文化的上市首日。周一是低价发行的读客文化首个上市交易日，当天涨幅达到 1942%，报收 31.66 元，成为 A 股当日“最靓的仔”，其疯狂表现令市场侧目。再次刷新年内新股上市首日盘中涨幅纪录。

根据媒体报道，目前读客文化已形成了以纸质书业务为核心，包括数字内容业务、版权运营业务和新媒体业务的四大业务板块。在数字内容业务上，读客文化主要分为电子书业务和有声书业务。读客文化属于国内较早

开展数字内容业务的图书公司,截至 2020 年末策划的在售电子书有 1,366 种,与纸质书同步发行的电子书比例超过 80%,已成为国内各大数字阅读平台的战略合作伙伴和重要内容供应商。在有声书方面,读客文化畅销书“教父”系列、“武则天:从三岁到八十二岁”系列等在喜马拉雅、懒人听书、蜻蜓 FM 和微信读书等平台收获了大量听众,《武则天大全集》、《大唐兴亡三百年》及《大江大河》等有声书多次位列喜马拉雅 FM 畅销书排行榜前十。

读客文化的版权运营板块业务增长也十分迅速,公司累计已向海外输出版权 70 余个项目,打造的“清明上河图密码”系列、“大谋小计五十年:诸葛亮传”系列等畅销书,已经或正在被翻拍成影视作品。

新媒体方面,读客文化经营“书单来了”(截至 2020 年末,504.96 万粉丝)、“影单来了”(截至 2020 年末,179.02 万粉丝)等微信公众号以及“读客熊猫君”抖音号等新媒体账号,吸引了大量粉丝,为公司业务推广、品牌建设发挥了巨大的作用,并未其开展文化增值服务提供了基础。

二、互联网时代靠卖书起家的读客真能有戏吗?

说实在,看到读客文化的上市让人有一种感叹,作为在互联网自媒体圈混迹多年的人,读客文化一定是一个绕不过去的名字,无论是在各大机场书店一定能看到的读客文化的系列丛书,还是读客文化从喜马拉雅到懒人听书等等各种平台的数字化内容,再到其新媒体的几个大号,对于读客文化来说,大家可以说是非常熟悉,如此一家让人熟悉的公司上市又是如

此的超低价股票，真心让人想问这样的公司真的能有戏吗？

首先，擅长做营销的确是读客文化最强的优势所在。受益于读客文化的重要相关公司华与华，这家在营销界堪称鬼才的公司操刀了多个营销界的超级案例，所以在读客文化的发展之中，几乎每一次布局都有华与华的影子，虽然我们经常调侃读客文化是和华与华一脉相承的“机场文学”的代表，但是无法否认的是读客文化创造了一系列经典爆款图书，无论是《流血的仕途》还是《藏地密码》都是无可争议的爆款，特别是《藏地密码》让人有一种拿了就完全停不下来的感觉，也正是如此，读客文化在中国大众图书公司中排行第六，2020 年码洋占有率为 0.83%。虽然这个成绩比不上一些老牌的民营图书巨头，但是读客文化强大的营销策动力量是大多数图书出版公司所不具备的，这也让读客文化能够成为图书企业当中独树一帜的一家公司。

其次，大力做数字化和新媒体的确有想象空间。面对着图书市场的相对饱和，读客文化是进军全产业链的少数文化出版公司之一，在形式上电子书、有声书无疑成为了传统图书更多的扩展，对于当前的大多数用户来说，阅读传统纸质书不仅成本较高，而且相对难度较大，对于大多数人只能有碎片时间这个全新的情况，读客文化的确做出了不错的创新。截至 2020 年末，读客文化在售电子书有 1366 种，与纸质书同步发行的电子书比例超过 80%，并在喜马拉雅、懒人听书、蜻蜓 FM 和微信读书等平台收获了大量听众。与此同时，读客文化也是大 V 的创新者，比其书更有影响

力的是其自媒体，由于在新媒体方面做得不错，“熊猫君”、“书单狗”和“影单猫”都有大量的粉丝，自然也能够带动其业务的高速增长。可以说，图书和创新业务构成了驱动读客文化发展的双轮。

第三，读客文化的风险在哪里？说实在作为超低价股票，读客文化刚上市的时候的确风险不大，毕竟低价股本身就把自己放在了一个相对低风险区间之中，不过我们也不能忽视从读客文化业务模式中出现的风险：

一是利润过度依赖于传统图书的风险。从读客文化的招股书来看，2020 年纸质图书实现营收 3.32 亿元，占比 81.29%，从这个数据也能够明显的看出问题，这就是读客文化其实虽然做了很多的业务创新，但是新兴的数字化模式无疑在盈利上给公司的贡献是相对较小的，这实际上也是大多数出版公司的共同问题。

二是毛利润水平的持续下滑的风险。从毛利状况上看，读客文化着实让人大跌眼镜，从 2016 年的 51% 逐年下降到 2020 年的 37%，对于同行业的其他公司来说，读客文化的这种下滑让人有些感觉压力巨大，毕竟其他公司基本保持了持平或者上涨，毛利润水平的下滑放在任何一家公司都

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31954

