

1 周事件

《都挺好》的隐秘生意经 雷军撒钱,马云马化腾忙着数钱

“骂了一个月的苏家三父子，恨不得他们都被老婆抛弃，这三个男人组团生活，千万别再出来祸害人！但没想到，临到头我竟被苏大强感动哭了。”

看完《都挺好》，一位追剧粉发出这样的感叹，想必也是大多数观众的心路历程。

3月25日，《都挺好》迎来收官，虽然剧情转变让人觉得有些猝不及防，但它却是从开播到结束一直霸占话题榜：养老、妈宝男、原生家庭等话题屡屡掀起热议。

据猫眼专业版显示，这个苏家小家庭的生活上线26天，就以9928的实时热度排名第一，累计播放量近80亿，成为2019年开年后的第一个爆款剧。

这与其背后的制作公司——正午阳光密不可分。近年来，正午阳光出品的电视剧《琅琊榜》《伪装者》《欢乐颂》《大江大河》等几乎都被打上了精品标签。

压对《都挺好》这块宝的还有马云、马化腾，他们均通过旗下公司间接拥有正午阳光股权。

1 8个品牌，前27集就植入了15489秒

《都挺好》的剧情不断掀起高潮，也让剧中的各大品牌借势蹭足了热度。苏家人都在用小米手机沟通交流、苏大强想买房通过APP先VR看房……“一般都市题材的剧，都是广告商的宠儿。”今年初《大江大河》编剧袁克平接受记者采访时曾谈到。

据击壤洞察统计，仅在《都挺好》前27集中，就共计植入了小米、博世、农夫山泉、多力、贝壳等8个品牌，覆盖通讯、电器、饮料、食品、互联网等6个行业。记者注意到，这8个品牌合计植入时长15489秒，即258分钟；其中，小米和博世品牌的植入时间最长，分别达到9455秒和3161秒。

围绕苏家人生活工作的点点滴滴，陪伴式、情境式和情节式的广告植入非常讨巧，没有让观众反感。

记者获取的一份《都挺好》招商方案显示，与各品牌的合作模式是阶梯式收费：分为A+、A、B级别，价格为150万元/条、100万元/条和50万元/条。

值得注意的是，《都挺好》中，最大的金主是钻石级别的合作商（限3家）以及白金级别的合作商（限5家），钻石级别每家800万元起，白金级别每家500万元起。按照《都挺好》丰富的广告植入情况来看，这两个级别的招商很可能满额，若果真如此，那么这一项就有高达4900万元的广告收入。

2 马云、马化腾受益“都挺好”

《都挺好》的热播，不仅让广告主乐开花，背后的资本力量也不容小觑。

《都挺好》由东阳正午阳光影视有限公司（以下简称正午阳光）出品。自2011年成立以来，正午阳光被称为是电视剧界的一股清流。不仅拥有一支以孔笙、侯鸿亮、李雪“铁三角”为代表的创作团队，其旗下还拥有靳东、王凯、刘奕君、刘敏涛等一众优秀的签约艺人。2015年的《琅琊榜》《伪装者》，2016年的《欢乐颂》，2017年的《外科风云》，2018年的《大江大河》等一系列火爆热剧均出自正午阳光之手。

能够专注于打磨精品，背后肯定少不了大佬们的资金支持。

据启信宝显示，正午阳光背后的第一、二大股东分别是持股35.00%的苏州志厚投资管理有限公司（以下简称苏州志厚）和持股16.00%的华人文化有限责任公司，而苏州志厚正是黎瑞刚的华人文化所管理的基金。这意味着，华人文化对正午阳光的合计持股比例达到51%。

此外，记者通过股权穿透发现，正午阳光背后还有马云和马化腾两大隐形股东。

其中，马云通过杭州阿里创业投资有限公司持有苏州志厚和华人文化有限责任公司股份，最终持有正午阳光9.44%股份权益，是其第三大最终受益人。

而马化腾则通过深圳市腾讯计算机系统有限公司持有苏州志厚投资管理有限公司和华人文化有限责任公司股份，最终持有正午阳光6.41%股份权益，是公司第六大最终受益人。

抢资源、抢人才、抢发行、抢内容……近些年，阿里巴巴和腾讯两大互联网巨头正凭借强大的渠道和资本优势，进军影视行业的各个环节。去年4月，腾讯影业成立了全资子公司腾影发行公司，进入电影发行业务；阿里巴巴也在同月入股了万达影业。

此前鲜少有重磅作品的阿里巴巴和腾讯，如今正凭借着早些年对影视资源的投资布局而渐有收获。

据《每日经济新闻》

