



Bigbang

26日,对于身在上海的行星饭(韩国男子组合EXO粉丝名称)来说,本应是幸福的一天。然而当他们的欧巴素颜出现在拼盘演唱会上,并且原本公告演唱8首却只唱了5首歌曲后,他们的幸福转变成了委屈的怒火,一直烧到了演唱会主办方的头上。

据此次将EXO带到上海演出的经纪方陈先生表示,26日的合作并非演唱会,而是歌友见面会的形式。“歌友见面会是为了扩大艺人影响,与歌迷互动,只能唱5至8首歌。而演唱会是商业性质,EXO至少要唱20首以上。显然,上海主办方这次违约在先,他们调换了概念误导了上海歌迷。”据陈先生表示,他们将发律师函向主办方讨说法。此外,主办方将要面临的律师函可能不止这一张,EXO吧也发微博表示,将代表部分受害粉丝提起诉讼。

而28日上午,上海市文广局也公布了处置意见——尽快做好退票的同时,将这类未尽主办方义务的演出公司纳入上海文化市场黑名单。

现在,伴随着“粉丝经济”的火爆,越来越多的主办方看到了韩流演唱会带来的影响力和利润。然而就像此次EXO拼盘演唱会出现的问题一样,在这个市场中也出现了几点非常严重的问题。

一千元票卖到1万2 歌友会变演唱会 粉丝的钱包这么容易掏?



Bigbang

没票+黄牛=天价票

火爆明星的演唱会门票价格一向是居高不下,这里所说的高并非票面价格,而是消费者最终的购买价格。

此前Bigbang的天价票和假票一事也被纷纷报道。20万人抢几千张票,10分钟内票全抢空。作为票务方的大麦网被粉丝骂惨,但也表示票确实全部放出,奈何粉丝基数太大。一张1680元的门票花12000元买下不是个案,1080元的票有人想花7000元购买。除此之外,郑州演唱会还“假票横飞”,郑州警方确认,有多起买演唱会门票被骗的警情,粉丝被骗的金额上千元不等。

买不到票、黄牛总有票、票价翻番不止一倍,这些都是火爆明星演唱会门票的一般现象,人尽皆知,却无法杜绝。虽然说是黄牛有专业的抢票手段,但同时业内也有着主办方与黄牛联手的现象。

而这也形成了演出市场的畸形。韩国艺人来中国的价格越涨越高,主办方压力逐渐增大,若演出顺利则主办方可能盈利,若演出不顺利主办方必然亏损,因此与黄牛的合作看起来几乎是最有效的路径。

中介+中间商=乱七八糟

此前多项数据显示,目前国内的演唱会市场正向良好态势发展,无论是票房还是上座率均稳步提升。因此,随着粉丝经济这个词的火热,越来越多的人看到了其中的商机,急于进入这个市场。

然而因为主办方不专业,给粉丝和艺人造成伤害的例子也不少。比如批文还在审核状态,主办方就提前大肆宣传售票,最终报批没过,只得再歉意地宣布演出无法顺利进行。对于主办方来说,退票就解决了问题,但对于粉丝来说等来的就是失望,对于海外艺人来说则是对中国主办方的不信任。

再看此次EXO拼盘演唱会的主办方,其一是北京海颂世纪文化传媒有限公司(此为工商局注册名,其负责人微博显示该公司名称为“海颂国际传媒”),在澄清采访中,其负责人宫廷海表示公司是受害者,因语言问题无法及时与韩方沟通,甚至连和韩方签的合同是什么都无从知晓。跨国合作,却不请翻译、不确认合同,对于如此“心大”的主办方,我们也不知该作何反应。

另外,宫廷海还表示也因第三方跳票,才使得自己落得尴尬境地。而通过宫廷海的微博可以看出,此前他们在举办神话演唱会的时候,也因中间人出问题导致最终演唱会留下遗憾。既然曾经出现过中间人跳票的情况,为何这家公司还会选择相信中间商呢?

据悉,目前拥有大牌艺人资源的海外公司在国内做演出,几乎不会直接对接演出商,尤其是韩方,多是将艺人资源分配给熟识的公司进行售卖。海颂世纪中间经过了3家公司才与SM公司产生关联,而正是这种由多个中间商经手的项目,使得主办成本升高,可控性降低,最终导致了悲剧。但像这种多方经手的项目,小的主办完全可以拒绝接手,想来这一次是艺人获取成本相对较低才让主办方没能看清对接对象吧。



昔日EXO

如何避免这种情况的发生?

对于新公司来说,各种项目都需要多加考量,不要看到有钱可赚就一股脑地投入。尽管韩方艺人盈利可能性大,但随之而来的压力与责任也大。有业内人士表示,韩流的火是虚火,一般人承受不起。投资粉丝见面会都是亏得多赚的少,真正看懂行业趋势和自身能力才是前行的关键。如果想长久地做演出公司,最好还是打好演出行业的基础。一些国内的小厂牌,从对接国外独立音乐人做起,始终能够自负盈亏,已经逐渐形成了自己的影响力。演出领域虽然能赚快钱,但并不稳妥。只有在拥有了扎实的基础之后,才有可能长期凭借演出盈利。

来源:音乐财经公众微信号



关注三湘都市报微信看E报。