

终于,王菲12月30日的“幻乐一场”演唱会票价降价。

二级票务网站上的天价票已悄然消失,牛魔王上5800元和7800元的票量充足且止于票面价格。不仅如此,票牛和西十区上的部分售价还略低于票面价格。

从60万天价跌至白菜价 王菲演唱会瞬间崩盘?



现状

黄牛们亏惨了,王菲赚翻了

炒到60万元天价的门票,大概从未真正成交。黄牛们手里“奇货可居”的高价票,正在跌至白菜价的路上奔跑。

崩塌是什么时候开始的?早在12月5日,演唱会唯一官方售票渠道大麦网于压力下少量公开售票。瞬间售罄后不久,关于大量囤积在黄牛手中的票有价无市的消息就开始流传。

12月19日,主持人杨槩在微博及朋友圈连发消息,称“王菲的演唱会还有10天,目前大部分票还压在腾讯微票、白玉兰和罗盘手里”。

12月20日晚,中国网发文称从相关部门获得内部消息,政府介入王菲天价门票事件。“票务网站牛魔王和票牛被上海市公安局立案调查,或面临被关停的处罚,主要原因是参与倒卖王菲演唱会等热门演出门票。”

谁输谁赢,如今看来也比较清楚了。

平常的演唱会,制作成本为几百万至上千万元,且多为巡演。王菲的“幻乐一场”号称至少五千万元的成本,且只唱一场。按照上海梅赛德斯-奔驰文化中心约8000个座位,平均5000元一张的票价,票房收入至多为4000万。尽管尚未算上视频直播的收入,已能看出主办方很难覆盖成本乃至盈利。

更何况,所有的收入加起来,可能都抵不上王菲的“唱酬”。

今年7月曾传,新崛起的阿里星球以1亿元的价格拿到演唱会的网络直播权。尽管最后直播权花落腾讯,可想而知这1亿元中的大部分落入了谁的口袋。

难怪坊间戏言,陈家瑛(王菲经纪人)捞到这一笔之后终于可以安心退休。



关注三湘都市报微信看E报。

探因

对市场评估失误
炒票泡沫被戳破

演唱会的利益分配大致有两种做法:一种是主办方给歌手固定的唱酬,另一种是把票房按比例分成,或者两种兼有。

惯常做法是,主办方压低票价,通过合作的方式把大量票给到二级票务平台以保本及赚取差价。

炒票能制造票房紧俏的现象哄抬价格,让二级票务平台及黄牛买断又能降低自身的风险。如果炒作成功,还能赚上一笔又不用给歌手分成,何乐不为?

但是王菲的门票炒到60万元天价,这也太夸张了,稍微成熟点的歌迷不会买账也不会相信。

腾讯、罗盘、白玉兰三家公司作为联合主办方,具体到哪家囤了多少票,哪家放给黄牛多少票,哪家流出多少票用作人情最终又落入黄牛市场,各中的权益职责如何分配难以查证。但作为利益共同体的这三家共同主办方,可以视作共进退,单方面决定的可能性不大。

此时,如果把囤票炒价又跌价坍塌的责任统统转嫁给黄牛,觉得泡沫破灭是黄牛对市场的评估失误所致,显然是有失偏颇的。

当然,这一次大黄牛们确实失算了。无论这些“老司机”们当初以何种方式和价格收入门票,如今他们都面临票砸在手中的风险。

人心就是这样,追涨不追跌。梦幻的泡沫一旦被戳破,即使黄牛手中只有小几千张门票,市场需求原本是大于这个数目的,但如今除了抱有捡漏心理的忠实歌迷,还有谁愿意做这个“冲头”?

现在的局面就是,一部分忠粉和至少是喜欢王菲、对她的演唱会好奇的人宁愿在家观看直播,更小的一部分才会去捡漏。

人心向背,就是这样迅速而残酷。

回望

王菲演唱会
“牛市”“崩盘”是套路

至今还能在网上找到2010年王菲演唱会天价票“牛市”崩盘之后的相关媒体报道。

回望一下,其实2010年的王菲巡回演唱会也是同样的套路。一次少量吞吞吐吐地放消息、捂票、惜售,炒价,最终场馆外现了原形的黄牛价昭告了这场局的破灭。

只是因为当时的媒介不似如今发达,也可能是黄牛比较健忘,又或者真的错估了形势,以为六年后的“独此一场”会带来井喷的票房,才导致了这场重蹈覆辙的闹剧。

尽管从效益来看,输赢已经分明。但是站在金字塔巅峰“开张吃三年”的王菲,真的赚到了吗?

她与团队的整个炒作过程经媒体的放大镜全盘呈现在公众面前。最终公众情绪反弹,政府出手干预,竭泽而渔导致的一片唱衰并不让人同情。

鉴于在国内开演唱会是高风险行业,局面复杂,因此对于主办方和黄牛间的交易,只要不太过分,情理上也能过得去。

但譬如王菲这样,开出远高于陈奕迅、张学友、周杰伦等一线艺人的价格,以信息不对称哄抬票价,羊毛出在羊身上狠斩歌迷一刀的,也实在应该被撕下神婆的面纱。

撕面纱只是治标,更重要的是长久以来的无法可依,即便关掉所有黄牛网站,如果风险太大,主办方还是一样会想尽办法寻找转移风险的渠道。结果就是,普通歌迷依然只能提心吊胆地守候黄牛票而已。

来源:澎湃新闻

