

明星应援服务如何掘金演唱会市场

应援,即通过各种方式为自己的偶像声援助威,大到在月球上置地产,小到在街头买周边,还包括发帖刷话题、打榜送礼物,演唱会统一着装、口号等行为。近年来,随着外来粉丝文化席卷全国,应援经济走势渐猛,逐步形成产业链,甚至出现为偶像应援而生的“一条龙”公司。而探其根本,随粉丝经济初露头角的应援服务公司究竟通过何种方式掘金演唱会市场?



应援服务收益颇高

今年初,Big Bang于上海召开粉丝见面会。当晚,手举官方应援皇冠灯的忠实“迷妹”由于不满头戴廉价山寨皇冠发箍的“伪粉”,双方展开了一场激烈骂战,事件一经发酵还曾“攻占”微博热搜榜前列。几天后,在鹿晗个人演唱会上,粉丝送给他一项“现场1731人头戴官方应援物鹿角”的吉尼斯世界纪录。实际上,少则几十元、多则几百元的周边产品不但是应援市场中最常见的“捞金”利器,也是受众面最广的一种。

以Big Bang为例,不论是举办几千人的歌迷见面会,还是在上万人的体育馆开唱,来自世界各地的粉丝都会手捧官网售价108元的皇冠灯到场应援。但由于国际运送、报关清关等问题,通常国内歌迷不会选择自己购买,而是组团订购或通过应援公司买现货。倒手这样的周边产品虽然成本较高,但庞大的粉丝基础仍能带给应援公司较为可观的收益,再加上各类应援物层出不穷,价格不等,周边市场自然成为一块“掘金”沃土。

纵观当前应援服务公司发展,转卖周边所获得的蝇头小利只是开胃菜,制定应援方案才是重头戏。2016年3月,TFBOYS成员王俊凯的广东粉丝为给偶像造势,自发将筹集到的4252份文具和3万元慈善基金捐赠给贫困山村的孩子。据北京商报记者了解,此次活动并非歌迷会一手操办,深圳一家名为“魔饭生”的应援公司在其中起到至关重要的作用。据悉,该公司主要负责应援策划、媒体公关等工作,还为粉丝提供相关设备支持。公司负责人之一Sam曾透露,这次公益应援项目全程免费赞助,但未来歌迷会如果再做类似活动,公司将收取5%-10%的服务费。一次免费应援虽说亏本,但回顾TFBOYS粉丝的疯狂应援举动:送王源上时代广场LED屏、为易烊千玺在月球置地、给王俊凯包邮轮直升机……疏通了关系、联络了“金主”,魔饭生首次应援所献出的财物就显得物超所值了。

应援链条不断延长

除上述的租“屏幕”、置地产、包邮轮外,TFBOYS的粉丝还曾将摩天轮、公交车、咖啡馆、地铁站、飞机场等能够扩大偶像影响力的场所加入自己的“购物车”,并且不用等到“双11”,她们就纷纷结算一清了,更令人意想不到的是,这些应援还多次“走出”国门,将版图壮大至国外地盘。据了解,易烊千玺的粉丝们曾将偶像的名字放飞在美利坚上空:从纽约到西雅图,乃至洛杉矶,在空中举办了一场飞行巡演。而王源的“迷姐”则在首尔江南区几十家咖啡馆及地铁站内铺满对他的生日祝福。

几年前,当国内粉丝还在纠结见偶像时如何将手写信送给他时,日本歌迷就已经为张艺兴买下一颗麒麟座的星星,并且命名为“EXO Lay”。相比日韩,国内应援公司可谓“小巫见大巫”,从歌词、口号到美食、餐车,从硬广植入到公益活动,甚至将送大米、送树林形成应援传统,真正实现“只有偶像想不到,没有粉丝做不到”。

根据艾瑞今年初发布的《2015中国音乐粉丝白皮书》数据显示,国内音乐粉丝中,“90后”占据将近94%，“学生军”则有80.7%,而在音乐类系分析中,79.8%的歌迷最喜欢韩国音乐。在调查过程中,北京商报记者发现,魔饭生公司在打通国内线下应援服务的同时,也意识到韩国市场的火热。据Sam介绍,Big Bang成员胜利的爸爸曾来到公司,接受粉丝的礼品应援,转交给胜利本人。“除此之外,我们还将入股一家韩国高清图社,未来将会开启‘粉丝送偶像上封面’项目。”简单来说,就是粉丝通过“砸钱”帮偶像上杂志,而公司将提供更为便捷的沟通渠道。

从演唱会市场来看,应援经济链条已经做到事无巨细的程度。据悉,由于“前线粉”的演唱会应援产品收益较大,催生了相机租赁行业的加盟。“现在租一套一天的花费放在一年前,可以租好几天了,”EXO的歌迷曾表示,“而且还有专门针对粉丝追星的相机套餐。”

未来发展喜忧参半

提及如今应援公司频现,一米观察创始人王毅表示:“从内容上讲,粉丝应援正如歌手举办演唱会一样,是一场有组织的大型活动。两者均包括几项内容:一、通知,进行信息交互;二、道具,通过专业团队设计、制作、派发;三、组织,即活动执行;四、招商。基于以上几点的专业化要求,应援领域若想实现可持续发展,的确需要相关公司、人才协助打造。”随着粉丝经济走势向好,应援活动已无法满足于歌迷会自身的“埋头苦干”,更需要与产业进行链接,这也是演出市场不断更新产生的正常现象。

对于应援经济发展空间的问题,王毅认为,这关系到未来粉丝经济的体量将有多大。“据我所知,目前应援经济在国内的占比基数不高,但处于持续增长的态势之中。从当前环境来看,未来中国演艺行业将进入分众市场,因此每个人都会拥有自己喜欢的特定艺人、音乐、歌曲、风格……这是形成粉丝消费导向的前因和基础。可以预见的是,粉丝应援行为将成为一种趋势,结合国外演艺市场经验,现阶段应援经济正处于发展过程当中。也正因此,应援服务公司的崛起必然对演出市场产生一定影响。”

尽管前景明朗,但当下应援事业出现的种种问题也为演出市场敲响警钟。首先,如何保质保量完成应援策划内容,是任何一家应援服务公司都不能忽视的问题,北京商报记者在下载“魔饭生”软件时发现有用用户在评论区写道:夸下海口飞机游轮滑翔伞天上地下都能应援,结果Low得不得了,卸载!再见!

除此之外,打好粉丝与应援服务公司之间的关系,也是影响这类产业发展的必要因素。阿里音乐COO俞晓冬曾说:“粉丝与偶像之间是有黏性的,但粉丝与应援机构之间是无关的。因此,如何使粉丝能够一直在应援平台上维持活跃度,是当下众多应援服务公司需要考虑的问题。”北京商报记者 卢扬 实习记者 张微媠

北京市文艺院团“深入生活、扎根人民” 主题实践创作采风基地挂牌

11月4日,北京市文艺院团“深入生活、扎根人民”主题实践创作采风基地挂牌仪式在延庆区张山营镇举行。

北京市文艺院团“深入生活、扎根人民”主题实践创作采风基地,是北京市文化局旨在引导广大文艺工作者深入火热生活,为人民抒写抒情抒怀,努力打造更多思想性、艺术性、观赏性相统一的优秀文艺精品力作,为群众提供更多更好的精神食粮。

如何引导艺术家深入生活,下得去、蹲得住,一直是市文化局思索的课题。

市文化局计划2017年进一步推动创作采风基地的创建工作,不断丰富主题实践创作采风基地的内容,拓展活动的影响力和实效性。

与选题创作相结合,结合艺

术家自身创作需求和基层文化需求,创编具有时代精神、首都水准、北京特色的优秀剧目。

与下基层公益演出活动相结合,组织文艺院团深入创作采风基地所在地,全年开展不少于10场展演。

与“结对子、种文化”相结合,全年开展不少于10次的艺术培训工作,培养基层文化活动的骨干和带头人。

北京市文艺院团“深入生活、扎根人民”主题实践创作采风基地的设立,对于推进“深入生活、扎根人民”主题实践创作的长期开展,推出更多无愧于民族、无愧于时代的文艺精品,更好地实施文化惠民工程,都将发挥积极作用。

北京商报综合报道

第四届北京剧本推介会开幕 优秀剧作传递中国正能量

以“讲好中国故事、传递正能量”为主题的第四届北京剧本推介会将于11月18日-20日在怀柔区雁栖湖国际会展中心举办。据了解,本届推介会由中共北京市委宣传部、北京市文学艺术界联合会主办,共设网上剧本超市、精品推荐、影视机构、院团机构、电视媒体、出版集团、文学网站与论坛点评8个展区。会上,将有2189部剧本参加推介,集中展现近年来首都文艺创作繁荣发展的最新成果,呈现首都文艺作品从数量型到质量型、效益型转变的新面貌。

据悉,于本届推介会亮相的剧本作品水准较往届将有进一步的提升。活动推介作品

包括国家新闻出版广电总局所属的中国版权保护中心版权鉴定、登记注册的影视作品,以及前三届推介会的优秀剧本,北京剧协、北京曲协等文艺家协会今年新征集的剧本新作。值得注意的是,推介会首日便将有6部作品进行签约。

除此之外,“网上剧本超市”平台也成为本届推介会的亮点之一。截至发稿日,已有2091名作者上传4699部剧本。根据受众需求,“网上剧本超市”平台于今年进行了全新改版与完善,将服务链条扩展至剧本创作孵化的整个产业链,配合各环节作业需要的线上线下联动内容进行了分阶段实施,同时将产业资源聚集

在网上剧本超市,通过信用评估的方法,实现优质资源的互推互荐。在运营模式上,平台实现了新的突破,建立了网上剧本超市的市场化运营机制,搭建网上剧本超市业务运营机构和技术运营机构两大板块。

本届剧本推介会实现与北京电视节目交易会的首次“联姻”,初步进行不同文艺样式的融合发展。活动还将提升编剧在文艺创作中的核心地位,特别增设“向编剧致敬”环节,邀请为人民创作出优秀作品的编剧代表从幕后走到台前与观众零距离接触。

北京商报记者 卢扬
实习记者 张微媠