

二级票务市场成诈骗重灾区

以每张加价20元的价格购买了4张280元的门票,在交付了1200元后却被黄牛拉黑,这是广东一位消费者近来购买演唱会门票时的遭遇。进入4月,演唱会数量逐渐增多,而因购票引发的纠纷也随之而来。北京商报记者调查发现,演唱会等演出开票后,便有大量的票流入二级市场,但由于售票系统不统一、票源难追踪,以及二级票务代理商与黄牛之间存在“灰色交易”等情形,让二级票务市场已然成为诈骗重灾区。

利益共生链暗藏

据大麦网公布的数据显示,2016年全国演出票房收入规模达到120亿元,增长率超过17%。然而,演出市场在拥有亮眼票房成绩的同时,也滋生出多种问题,尤其是黄牛炒票、诈骗等现象,已然破坏了演出行业的规范秩序。

北京商报记者调查得知,按照体量、使用人数、销售总价、利润率、市场前景等多个维度的标准,目前的票务市场可以被分为一级票务市场与二级票务市场。一级票务市场承载量大、票务营收范围广、售票系统完善,目前国内主要以大麦网和永乐票务为主;其他规模较小的分销票务平台则为二级票务市场,但由于平台混杂,缺乏有效管理,二级票务市场已然成黄牛诈骗重灾区。

有票务商向北京商报记者透露,每当有热门演出开票,至少会有2-3成的票进入二级市场,通常而言,二级票务市场并不能比较规范地为这些票提供出路,例

如一些赞助赠票等,让这些票最终都流到了黄牛手中。因而为了获取更多的利润,一些二级票务代理、演出商会与黄牛形成一条利益共生链,黄牛能有票源供给,炒高票价后,其他参与者也能分食一杯羹,但是黄牛的行为难以获得有效监管,导致诈骗现象时有发生。

借溢价票增营收

“目前演唱会市场中的二八现象非常明显,也就是说有80%的演唱会盈利都不太乐观。”行业评论人王毅表示,现如今很多演唱会都属于全国巡演,但是有些演唱会主办方并没有能力承办所有的巡演,因而有时会把这些演唱会的主办权卖给当地的承办方。举例来说,假如制作一场演唱会要花费700万元,那么卖价可能会达到800万元或者850万元,这样主办方不但可以将演唱会的风险转嫁给承办方,也能从中赚取差价获利。

在此情形下,承办方如果没有售卖直播版权、冠名赞助等其他收入渠道,线下

票务合作便是最为便捷的获利方式。一线票务平台虽然通常为演出票务总代理,但是并不掌握票仓,因而在当地承办方的协助下,黄牛获取演出票的成本将大大降低,而这些票在黄牛手中往往会翻几番变成溢价票,虽然给多方带来可观收益,但最终却需要消费者买单。

在一些黄牛看来,溢价票虽然能增加营收,但是黄牛真正从中的获利并不多。因为能够直接与当地承办方进行合作,黄牛也需进行打点才能获取票源,冒着风险售卖之后,还要进行分成,而承办方为了赢得市场信任必须“抵制”黄牛,黄牛替他人赚钱还需承担骂名,“能获取票源的只是少数黄牛,更多的都是借机诈骗,反正票务这滩水已经很浑浊了”。

从源头控制成本

“演出票务市场之所以乱象频出,主要是因为演出成本太高。”王毅指出,就如同影视行业一样,在演唱会行业,大牌歌星也会分走相当可观的酬劳,而且目前的

演唱会越来越追求视觉效果,舞美、背景四面台等效果的花费,低则四五十万元,高则上百万元不止。与此同时,演出场馆的报价也会因为演出明星的级别不同而产生变化。多种高昂的花费堆砌出一台演唱会,必然会有极大的盈利风险,因而只能拿主要收入渠道票务做文章。但是演唱会成本的把控不能仅靠主办方一人之力,演唱会产业链上的各个环节都应该有所动作,才能有效从源头削减成本。

此外,演出售票系统不统一也给黄牛提供了可乘之机。目前,无论是票务总代理还是票务分销商,使用的都是自己的系统,每个平台都不一样,二级票务市场平台众多,售票系统更是差异巨大。如果全国统一演出售票系统,将会极大压缩黄牛的生存空间,因为只要有一个演出票务平台锁死一张票,其他有共通权限的演出票务平台是无法再卖这张票的,这样票务系统就会很规范,即使出现问题,也能很快发现,有效避免票务纠纷。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏

TME开启“聚·星公社”新规划

继周笔畅与QQ音乐发布数字专辑《翻白眼》后,双方又开始了新一轮的合作。3月29日,周笔畅加盟腾讯音乐娱乐集团(以下简称“TME”)“MUSIC+”计划,成为TME成立后加盟该计划的首位明星员工。未来TME将为周笔畅提供新作品独家首发、数字专辑发行、专属音乐会、专属粉丝部落、周边衍生品开发等全方位支持。此外,TME表示将在“MUSIC+”基础上升级,开启“聚·星公社”新规划,专注于音乐人IP运营。

资料显示,“MUSIC+”于2016年1月启动,除周笔畅外,TME合作的歌手包括鹿晗、李宇春以及Adele、Rihanna、Taylor Swift等几十位音乐人。从销售成绩来看,此前李宇春《野蛮生长》数字专辑销量超650万张,销售额超3200万元。鹿晗的数字专辑历时一年半分不同章节发行,借助线上推广与线下活动,最后在酷我音乐、酷狗音乐、QQ音乐三大平台创下千万张的销量。对于歌手来说,在数字专辑付费成为潮流的当下,TME拥有的用户、宣发渠道等资源优势也将给歌手带来更多可能。

对于TME自身而言,“聚·星公社”只是开始,随着近几年音乐平台竞争加剧,网易云音乐等音乐平台在争夺版权的同时,也在不断挖掘新的音乐人,以此为核心进行线上线下的全方位布局。TME坐拥QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐三大音乐平台,在版权、用户以及运营上拥有其他音乐平台难以企及的优势。近几年TME也注重于头部音乐人的IP打造,并借旗下5sing、酷狗直播等产品平台,推出针对原创音乐人或者主播歌手的扶植计划,周笔畅的加盟,也将进一步完善TME的音乐版图。

北京商报记者 卢扬 邓杏子

唱工委音乐奖欲打造本土“格莱美”

3月28日,中国音像与数字出版协会唱片工作委员会(以下简称“唱工委”)主任委员宋柯表示唱工委音乐奖(以下简称“CMA”)正式成立,并将于2017年4月启动第一届,即2016年度奖项评选。前不久辞任索尼音乐娱乐大中华区主席兼CEO的徐毅担任第一届CMA评委会主席。

随着CMA的启动,目前已有超过20家海内外华语音乐机构加入唱工委的会员阵营,其中既有环球、索尼、华纳、BMG、迪斯尼等国际公司,也有滚石、太合、摩登天空、天娱等华语知名厂牌,同时还有李宇春工作室、张杰工作室、黑金工作室等新型艺人及音乐机构。

据宋柯介绍,CMA所有提名将由业内会员单位一家一票选出,获奖者将由评委会主席提名的十人会员终审团评出;评选方式以格莱美方式进行,提名与获奖者将代表行业的最高标准和尊严;为保证奖项公平性,CMA永远

不允许冠名;奖项不强求艺人参加,颁奖礼将邀请被提名者或行业新锐参与表演环节。此外,入选、提名及获奖作品将在各大数字平台展示推广。

纵观内地音乐奖项的发展,不论是传统电台和电视媒体的颁奖礼,还是互联网、音乐平台的排行榜,大多是由媒体主导的对音乐行业的评判,并以唱片销量、受欢迎程度等媒体和市场指标作为评判依据,缺乏词曲作者、音乐制作人、乐评人等音乐行业人士对音乐内容的工业标准和艺术标准的考量。此外,受赞助方以及典礼上座率等外界的商业力量限制,音乐奖也会出现“分猪肉”等行业乱象,使奖项公信力大打折扣。

近几年随着国家版权局发布的《关于责令网络音乐服务停止未经授权传播音乐的通知》,数字音乐行业逐渐走向正版化,国内音乐产业开始好转,在线数字音乐平台已形成腾讯音乐、阿里音乐、网易云音乐、百度音乐四家割据的态势,音乐

细分市场逐渐形成,原创音乐内容的质量也成为音乐产业发展的焦点,但至今内地音乐奖仍然缺少行业标杆。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来,成熟的音乐奖首先要具备权威性和公正性,得到行业的认可。这需要大量的数据支持,也需要更多音乐权威人士的评判。其次是奖项的影响力,这一方面需要权威和公信力的支撑,另一方面也需要借助互联网、电视等渠道加强对奖项的宣传。

格莱美等国际音乐大奖经过长期发展,已经形成较为专业、完整的评审模式,加上成熟的唱片工业体系以及传统电视等渠道对奖项的推动作用,奖项也具备了国际影响力。“CMA尽管有行业、资源等优势,但国内音乐产业本身的发展仍然不完善,国内也缺乏成熟的奖项得以借鉴,这让CMA未来的发展面临难题。”陈少峰说道。

北京商报记者 卢扬 邓杏子