

谁在驱动快消式演唱会

2月23日晚，五棵松华熙LIVE凯迪拉克中心分外热闹。一众粉丝早早挤在场馆门外，只为等待火箭少女101北京演唱会开唱。对于一个成团只有244天的女子组合而言，这样的高人气甚至令许多在音乐圈耕耘多年老牌音乐人都望尘莫及。正因与粉丝经济的深度捆绑，让诸如此类成名曲寥寥无几，却靠着翻唱撑满全场的快消式演唱会频频上演，而这背后又是谁在驱动。



代表作寥寥无几

2月23日晚间，位于五棵松的华熙LIVE凯迪拉克中心一片热闹，众多粉丝纷纷为开唱的火箭少女101北京演唱会应援，甚至不同成员的粉丝还上演了一场灯牌大战。而这样的火爆场景，早在2月14日演唱会开票当天也曾在线上上演，演出票一经上线便秒速售罄。

无独有偶，同样是从综艺节目走出的NINE PERCENT，也是当下高人气组合的代表，并自去年4月出道以来，各地巡演门票几乎每场都在几秒售罄。

然而值得注意的是，无论火箭少女101还是NINE PERCENT，自成团以来，成名曲寥寥无几。

以NINE PERCENT为例，距离正式出道仅过去一个月，即去年5月，该组合便在上海举行了巡演首站，但NINE PERCENT的首张音乐专辑则在去年11月才正式推出，整整晚了半年。再看火箭少女101，虽然该组合在去年8月便发行首张迷你专辑《撞》，随后在去年12月举办成都首唱会，但在推出的10余首歌曲中，真正形成较大知名度的只有《卡路里》《撞》，且这两首歌曲也受到不小的争议。

而将以上情况与多位知名歌手的出道经历进行相比，无论是2000年出道的周杰伦在2001年举办首场个人演唱会前，已发行《Jay》《范特西》两张专辑，并在台湾金曲奖上获得多个提名及奖项，还是被视为四大天王之一的张学友，1984年出道后至1987年开第一场个人演唱会期间已发行4张粤语或国语专辑，NINE PERCENT和火箭少女101举办演唱会的进程更像是按了加速键。

谁是幕后推手

从客观层面来看，NINE PERCENT和火箭少女101能在出道后短时间内便举办演唱会也有着特殊条件，即前期通过综艺积累了不小的人气和一定规模的粉丝，随后再凭借偶像养成增强粉丝与选手之间的黏性。

公开资料显示，NINE PERCENT和火箭少女101

的经纪公司分别为爱奇艺旗下的爱豆世纪，以及哇唧唧哇、周天娱乐，因此各种演出的背后以上几家公司均缺一不可。除此以外，每场演出背后还有其他的举办公司。

据北京市文化局公开信息显示，去年11月NINE PERCENT举办首张专辑发布会演出时，举办单位为永稻星娱乐，该公司于2010年成立，隶属于稻草集团旗下，而稻草集团曾代理、策划、执行超过千场演唱会，主办过李宗盛、罗大佑、邓紫棋、刘若英、梁静茹、五月天等一线艺人的大型演唱会，永稻星娱乐则是中国移动、咪咕音乐、中国电信、三星(中国)、华润置地年度演出活动的承办、制作单位。而火箭少女101在去年8月举办的发布会演出，举办单位则是喜乐东方，该公司曾承办过2017《英雄联盟》全球总决赛的最后一战。

无论是NINE PERCENT还是火箭少女101，均会选择具有一定经验的公司作为演出举办方，但出道不久便快速举办各式演出，演出过程却多次被曝出乱象，这似乎或多或少地显露出两个偶像组合的运营有些操之过急，也不免令人联想到NINE PERCENT和火箭少女101“限定团体”的背景。

虽然两个偶像组合的成员均由粉丝从选秀节目中选择而出，但成员却原本属于不同的经纪公司，按照原经纪公司与综艺节目的约定，NINE PERCENT这一组合的有效期只有18个月，火箭少女101则为两年，时间一到，组合便会解散。

虽然时间有限，但目前挖掘出的商业价值却远远未达到天花板。且艾瑞数据曾预测，2020年中国偶像市场总产业规模将达到1000亿元，这也意味着现阶段国内偶像市场仍处于蓝海。与此同时，粉丝经济所带来的商业价值也在近年来愈发凸显。面对越来越短的时间以及现阶段较大规模的粉丝基础，若要挖掘出更大的市场价值，脚步也不免加快。

乐评人王希德表示，实际上这反映出两个偶像组合的本质是粉丝经济，而不是音乐，“现在时代已发生了变化，此前数字音乐尚未铺开，粉丝如果想听一位

歌手的作品，只能去购买实体专辑，这就意味着需要花费一定成本，因此粉丝对于音乐作品的品质有要求，如果歌手不好好唱歌，粉丝便真的会流失，因此大家会把偶像作为事业。但现在不一样，大家把偶像当做工业和商业，你可以不会唱歌、不会跳舞，但只要我捧你就可以红，一旦热度下去我就可以继续捧下一个”。

“短命”魔咒难破

随着NINE PERCENT和火箭少女101的热度居高不下，国内何时才会出现类似H.O.T、少女时代的金牌偶像组合也引发热议，尤其是在过去的23年里，国内共出现超200个女团组合、平均存活年限却只有五年的背景下，人们对于国内金牌偶像组合的期待也越来越高。

对比H.O.T和少女时代的出道经历可以发现，若要打造一个金牌偶像组合并不是一件易事。公开资料显示，H.O.T虽然在1996年正式出道，但其实早在1994年便已成立，中间经历长时间的训练。少女时代同样也是如此，其中少女时代队长金泰妍在SM公司当了四年练习生才正式出道，而出道时也不过十几岁。

韩国练习生的竞争激烈程度已得到广泛认可，不仅每天都会训练，还会有周考核、月考核，承受较大的压力，一般100个练习生中能有一个出道就已算不错。在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来，虽然国内拥有较大市场，但韩国在练习生训练体系层面更加成熟，目前国内也有不少艺人或偶像组合选择前往韩国进行培训。

演出商陈琛指出，虽然部分粉丝喜欢上某位艺人的初始原因不是唱歌技巧，而是外表、性格等方面，但假若演出过程频繁出现问题，迟迟没有代表作品推出，也会逐步损耗粉丝的喜爱度，即使是限定团体，相关团员也并非是两年后便彻底从演艺圈消失，仍需要长久地发展，因此每一步均需要有坚实的基础。

北京商报记者 郑蕊/文 贾丛丛/漫画