



文化|滋养|民族

新闻|启迪|财智

首都演艺周刊

Beijing Performing Arts Weekly

总第235期 今日4版 每周五出版
联合主办 北京市文化局 北京商报社
主编 卢扬

B1-B4

2019.3.29

演出众筹 曾经那么火如今这么凉

众筹,一个从互联网金融领域火起来的概念,曾一度火爆市场。一时间,无论是京剧、话剧、音乐剧还是音乐人纷纷投身其中。但浮于市场表面的波涛汹涌,待风止雨停过后,却让深藏在演出众筹这一池“春水”之下的诸多弊端暴露出来。诚信问题、平台监管、市场变化使演出众筹最终更多成为了营销工具。但曾经让大量本不能成型的文艺项目得以展示在观众面前的演出众筹,又该如何在这个分秒必争的市场中获得应有的位置?



三年减少2/3

当演出众筹自“众筹”的概念中剥离后,从最初的唱片制作、音乐周边,到一场演出所需的硬件设备,再到音乐人开始以众筹的方式完成一场演出,市场一度在“俯身”观察着这个新兴模式所带来的利与弊。

据音乐众筹平台乐童显示,自2012年7月31日首个有关音乐的众筹项目发起后,在近七年的时间里,共有364个现场演出项目在该平台被发起,最高一笔获得了23.25万元的众筹金额。

而对比年发起数量,却可以看到犹如“过山车”般的变化。2012-2013年22个、2014年67个、2015年60个、2016年118个,逐渐递增的数字在2017年戛然而止,截至目前,近三年的时间中只有97个项目被发起,还不敌2016年单年。

在演出众筹备受关注的情况下,也的确有人以这种方式收获了超乎想象的收获。2013年,一曲遍地“开花”的董小姐让宋冬野继而走红,并且以众筹的方式在当年便完成了全国百城巡演。2014年,超级女生刘力扬决定将新歌试听派对以众筹的方式推进,观众的目光再次聚焦到这个才艺俱佳的唱作歌手身上。

2015年演出众筹终于迎来“高光时刻”,英国国宝级话剧《战马》中国巡演项目在京东众筹上线,仅隔数日便打破了平台纪录,并创造了当时互联网文化类众筹项目历史。据报道,《战马》中文版上线3小时便收获了50万元,5小时后突破

100万元,8小时内筹集超过200万元支持资金,总完成度达400%以上。同年9月,民谣组合好妹妹乐队也通过99元超低票价、随机座位玩法,以众筹的方式将近4万观众引流到工人体育馆当中。

“演出众筹能够火起来首先是因为大部分项目单笔筹措金额不大,即便是不了解演出内容的观众也有能力轻易购买,其次演出众筹多以门票作为回报,在一定程度上进行了‘保底’。最重要的是,演出众筹带有一定的随机性和情怀,最终真正成型后能让观众有‘这场演出有我一份力量’的认同感。”音文化传媒有限公司创始人王宇申向北京商报记者这样说道。

弊端凸显

引起市场关注的演出众筹项目愈发多了起来,但与之匹配的平台监管规则却迟迟未曾跟上,平台方仍停留在“发布”的起点上。

以一场名为“黄■荒岛音乐会”的项目为例,2013年9月发起众筹,11月4日,官方发布项目进展称,黄■荒岛音乐会广州站及深圳站暂缓,并表示将会于当周之内完成各位支持者的退款事宜。但直到12月9日,长达一个月的时间里,不断有支持者在评论中表示所买项目一直没有收到退款,甚至还有支持三次但只收到两份退款的消费者并未收到官方回复。

据盈灿咨询《2017年中国众筹行业年报》显示,截至2017年12月底,国内正

常运营众筹平台共209家,相较于2016年底的427家,跌幅达到了51.05%,几乎“腰斩”,众筹行业的整体环境正在面临瓶颈期。

长期混迹于北京各个现场演出场地的李女士向北京商报记者表示:“不是不愿意支持,是最后有些寒心了,我也遇到过好心帮别人众筹演出费用最后没有消息的结果。记得是2013年,微博上一个刚开始发歌的小音乐人希望筹集5000元办一场自己的演出,当时他都没有在平台上发起,只是留了一个账号说会陆续公布每位支持者的详细金额,包括最终用途。”

“我和几个朋友打了1000元钱左右,甚至还想过帮他协调场地,但最后连个演出的影子都没有看到,微博也被清空了,后来我就很少支持这类项目,就算要支持也是在平台上先考虑演出阵容。”李女士说。

中国行业演出协会秘书长潘燕指出,目前行业内的众筹多是民间发起,并没有政府和行业指导。这种完全的民间市场行为考验了平台和发起人的诚信,一旦项目发起不成功涉及到钱物退还,随机性就会比较大。

摸索前行

“从演出行业的角度来说,类似众筹的全新尝试是值得鼓励的,并且演出众筹的特性与目前国内演出的经营形态也具有一定契合度。但归根结底,这种模式目前还处于摸索期,数量上的逐

步减少可以看作市场自发挤压泡沫的行为。”潘燕如是说。

潘燕也强调,同样是众筹,但演出本身与专辑、周边等实物的可控成本原则不同,演出筹备过程中需要涉及到多方资源,不可抗力过强又没有硬性规定约束;如果是众筹一个耳机的制作,那么达到数量就可以进行生产,这是一个固定的生产流程。但一场演出的成功举行却要涉及到演员阵容、场地协调以及设备租赁等不可预计的多个因素”。

据乐童数据显示,目前平台上共发起了众筹项目2094个,其中唱片制作项目1160个,占比五成。对比现场演出的项目发起数量不到两成,成功完成率在25%左右的数据,在成本和能力的驱使下,唱片制作显然依旧是目前音乐人更青睐的途径。

“我很看好众筹这个形式,现阶段的年轻人需要用这种随机的事情表达自己对生活、对爱好的态度,但搭载在演出之上,未来还是需要跟场地、平台这种固定音乐进行磨合,”王宇申强调,如果能让演出众筹重新进入一个良性循环的体系内,至少应该先将阵容、场地之类的硬性条件确定下来才能发起。

“做一场演出是非常耗费精力的事情,报批、海报、宣传、邀请嘉宾无不费心,但无论如何,发起人应该尊重自己所面对的支持者,这才是身为一个创作者的态度。”王宇申如是说。

北京商报记者 卢扬 穆慕/文
贾丛丛/漫画