

革新不只为打击“黄牛”

曾多年从事演出票务倒卖的“黄牛”邹先生告诉北京商报记者：“每当有热门演唱会开票，黄牛’会通过特殊渠道，以低价甚至免费的方式拿到赠票、原价票，炒高票价售出后，票源提供者也能分食一杯羹。为什么这么多年来‘黄牛’难止，说到底它不是一个纯粹的票务问题，而是行业问题，因为票务市场的数据不够透明，暗箱操作的事情比比皆是，才让‘黄牛’有了稳定的生存空间。”

“无纸化之后将会是对‘黄牛’一个很大的打击”，高初进一步表示，通过无纸化技术将纸质票全部转化为电子票后，一旦用户想要转赠演出票，都需要通过账号进行，而后台也会实时追踪票务持有者的变更情况；我们能相比以往更严格地把控到票

房和现场核验两个环节，这就相当于掐住了‘黄牛’获票、售票的出口”。

然而，无纸化的普及远不只是为了维护C端消费者的利益、打击“黄牛”如此简单。

如今，越来越多的主办方开始意识到用户大数据背后的商业价值。而随着无纸化技术的普及，票务平台就可以从现场核验和用户服务的角度切入，帮助主办方通过大数据，更好地完善用户会员服务。

“以草莓音乐节为例，每年一座城市只开一场，以传统的售票方式撒出去后，一是会出现‘黄牛’问题，二是有假票问题，根本无法沉淀足量的用户，也无法做用户的会员运营，根本上是因为无法获取到准确且足量的购票者

信息，因此无法精准定位目标受众群。但是今年，草莓音乐节的主办方更看重数据的价值和用户对用户的服务，最终把草莓音乐节全量的现场核验都交给了大麦网，这样的合作其实是能够大大提高用户的体验”。高初如是说。

除此之外，在一家演出场馆负责人曾女士看来，无纸化还可以从很大程度上节省人力；以工人体育场为例，每当有大型演出，通常都会耗费至少40人的人力去完成验票及入场引导。而演出过程中，还需要有专职人员在进出口留守，一旦有观众中途离场，返回时还需要二次验票，而无纸化一旦普及开来，观众能够通过电子票验证自行通过闸口，则可以在极大程度上减少场馆人力成本的耗损”。

消费升级不破不立

2018年大麦网上架演出项目的销售情况，对比2017年同期数据，增幅达到28%，由此可见，中国观众的现场娱乐消费习惯正在养成，演出市场规模也在不断扩大。

但在消费需求不断攀升的同时，另一个数字也难以回避。据测算，以大麦网现在数千万级的出票量为基础，一年下来为满足纸票的制造，就会砍伐掉大概18万棵树。

大麦网场馆事业部总监胡乐天表示，无纸化之后，包括票务快递费用、信封制作打印费用都会省去，这

些其实全部都会有很好的环保之举，所以如今大麦网在做关于无纸化观演的环保呼吁。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来，无纸化在演出市场中的应用，既可以有效打击“黄牛”，提升消费者的观演体验，还能实现环保，无疑是一次真正意义上的消费升级；但客观而言，这种尝试无疑是在挑战沿袭了数十年的市场规则和消费习惯，因此在未来的普及过程中，仍面临阻碍”。

黄牛张先生对此坦言：“票是

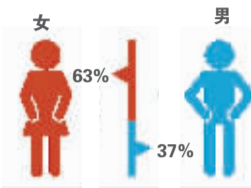
消费者到某一个特定商户固定的场所里，兑换某一个权益的凭证。所以这里面就牵涉到特定的商户和特定个人的利益。不排除一些非法商家和个人为了谋取私利，通过非法渠道倒卖黄牛票，获得超额的利益，或者是通过一些渠道去赠送给有利益关系的，去做一些利益的驱动。那你如果全电子化，全程可追溯，他就担心这个东西是不是很透明，这边利益会受影响。其次就是消费者，不同于电影票，演出票的面值通常较高，因此许多消费者

都会将票面进行收藏，然而从实物到无实物，消费者着实需要一段时间的接受过程”。

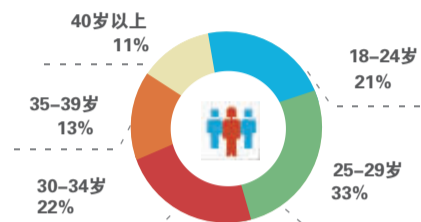
“尽管在无纸化的推进过程中，遇到的困难和挑战比我们想得更多，但对于无纸化的普及我们还是非常乐观的。未来对于产业链上游的B端，我们会通过加强自己的运营，跟他们形成比如数据，或者其他的用户增值服务的合作。此外，通过更加便捷的服务体验，去引导C端消费者使用电子票”。胡乐天如是说。

市场用户特征

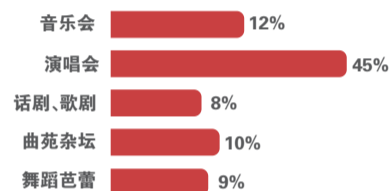
●2018年现场观演人群特征



●2018年现场观演人群年龄分布



●2018年现场观演人群跨城观看演出比例



记者手记

走出舒适区

两年前某个夏天的傍晚，北京工人体育场外熙熙攘攘的人群中，一个女孩正在捂着脸痛哭：因为没有在线抢到自己偶像的演唱会门票，无奈之下的她只能找到了“黄牛”。然而，当验票设备扫过票面的那一刻，她才意识到自己买到了假票，而此时距离演唱会开场仅有半个小时，“黄牛”却早已把她的微信拉进了黑名单……

这样的场景，在过去数年的调查采访过程中我看了太多，也听了太多。“黄牛”屡禁不止难道是我们做得不够吗？答案是否定的。

作为平台方，每当有大型头部演出时，从开票那一刻起，无论技术团队还是客服团队都开始基本进入全面备战状态，信息核对、后台监控、异常检测、票务投递等各个环节都是专人轮班值守。

作为相关监管、执法部门，演出当天则会一早便在场馆周边排兵布阵，潜伏在人群中，身着便衣的执法人员一旦发现“黄牛”正在交易，便立刻人赃俱获将其拿下。

那么，究竟为什么“黄牛”依然如此难治？是时候换个打法了。

在这一次对大麦网幕后技术团队的采访过程中，他们给我的

直观感受如果用一句话去形容，就是“忘掉已有的成果，走出舒适区”。

从首创动态答题购票，到将票纸中植入RFID芯片、水印等十多项技术，大麦网依靠技术上的不断破局，早已达到让“黄牛”无法在票面上以假乱真的地步。但不断筑高的“防火墙”，却只是让“黄牛”的生意越来越难做，终究没有令其销声匿迹。

正如那位曾经的“黄牛”所言：“黄牛”不是票务的问题，而是一个行业的问题。在他们的背后牵扯着太多的利益问题。只有这些问题得

到解决，市场才能迎来“演出无黄牛”的那一天。

这一次，大麦网在无纸化上的尝试，是一次真正意义上打通B端与C端的票务破局，也是一次对沿袭了数十年的行业规则的挑战。它的意义不再只是为了企业自身发展的战略需要，还是企业作为行业、社会发展的原动力，对于身上所肩负的社会责任的履职。

“演出无黄牛”，这不是一句口号，它的实现需要整个产业链条上所有环节从业者的共同坚持和努力。然而，坚持和努力的结果可能会迟到，但一定不会缺席。