

演唱会营收鼓了谁的腰包

进入二季度,演唱会应势密集上新。高居不下的观演需求,让演唱会屡屡陷入一票难求的境地,也使得与其相关联的消费快速升温。一夜欢歌,点燃了歌迷的热情,撑满了黄牛荷包。然而,狂欢背后,最赚钱的究竟是谁?

北京商报热点调查小组调查发现,早在2018年,单场演唱会可为背后的演出商带来超千万的营收。除演出票房这项最常规且显而易见的收入外,演出商与艺人经纪公司联手操盘,通过触达演唱会产业链条上的各个环节,更可将亿元收益揽入怀中。

一场入账可达千万

随着超200场演唱会陆续开票或公布资讯,各地进入属于演唱会的狂欢季。公开资料显示,将于今夏举行的40场演唱会及背后,涉及多达25家演出、经纪公司。与此同时,看似同一位艺人或者乐队的演唱会背后,会因演出场地等因素的不同,暗藏多家公司参与其中。

以五月天本轮巡回演唱会为例,作为主办方回应此前“售票质疑”的北京华乐非凡文化传播有限公司,仅为五月天2023“好好好想见到你”北京演唱会和2023诺亚方舟10周年进化复刻限定版北京演唱会的主办方,而2023“好好好想见到你”深圳演唱会的主办方则为深圳稻草华文化传播有限公司。巡回演唱会的全程主办方为上海华人文化演艺有限公司。

据天眼查,上海华人文化演艺有限公司企业注册资本16667万元,实缴资本15403万元,对外投资了27家企业,其中就包括北京华乐非凡文化传播有限公司、深圳稻草华文化传播有限公司两家公司。此外,五月天演唱会票务平台之一的“纷玩岛App”所关联的上海名辉文化发展有限公司,由该公司100%持股。北京商报记者也注意到,演唱会制作方“必应创造”,为五月天所属的唱片公司相信音乐国际股份有限公司旗下品牌。

与经纪公司和第三方演出公司承办有所不同,部分演唱会由艺人持股公司或工作室主办。

2023王源“客厅狂欢”巡回演唱会—重庆站主办方为重庆碧乔文化产业有限公司,该公司注册资本1000万元,行业分类为广播、电视、电影和录音制作业,王源持股49%。鹿晗2023“π DAY”演唱会—北京站则由鹿晗工作室与上海风华秋实文化传媒有限公司主办,该公司招股书显示,与鹿晗合作形式之一为:



主办大型演唱会,从中获得门票、赞助等收入,2018年,该公司为鹿晗举办三场巡回演唱会“RE:X”,赚入5590万元,场均收入约1863万元。

明白音乐娱乐创始人王毅对此解释道:“通常来讲,大型经纪公司或市场影响力强势的艺人,会直接成为大型演唱会的操盘人,从票务、制作等方面直接参与演唱会的主办事项中。而艺人所属经纪公司本身具备策划演出的资质,有组织演出的经验,也会担纲艺人演唱会主办。这样能够更整体化的去把控项目的推进,增强大型演唱会的可控性。此外,艺人团队也会把巡演中某些城市的演出,以承办的形式,让当地或业内资深的演出公司参与进来,共同推进。”

“对于没有现成的演出团队、舞台、设备或缺乏演出策划资质的经纪公司而言,则会选择演出公司、设备公司等进行合作。”王毅如是说。

而谈及一场演唱会的收益来源,演出经纪人谭越透露:“票房一般仅为演唱会收入的一部分,有些项目收入还包含演唱会广告与艺人周边等相关产品的销售。通常情况下,招商席位以场为计费单元,超一线艺人单场独

家合作报价千万以上,巡回演唱会的独家冠名则更高,一般是艺人代言品牌担当独家冠名。艺人所代言品牌和演唱会的冠名商,会对演出场所售产品的品牌形成排斥。”

据此前报道,一季度举办的2023张杰·LIVE-“曜·北斗”巡演广州站和薛之谦“天外来物”巡回演唱会的三站,票房均突破4000万元。2017年,周杰伦举办的“地表最强”巡回演唱会进行至48场时,已吸金24亿元。

制作成本分摊推高门票

“1.2亿元的演出设备、每场百万元以上的舞台费、奥运会团队操刀的舞美……”高成本造就的强视听表现力作为项目的一环,正在成为演唱会打出市场优势的新宣传点。

1280元、1599元、1990元、2000元、2177元、2580元……将于今年夏天举办的演唱会,最高档档票价多场已突破2000元大关。

“感觉今年演唱会门票不光难买,还贵了不少。”歌迷卡卡告诉北京商报记者,2018年周杰伦巡回青岛站票价在380-1880元之间,如今已上涨至500-2000元,虽然涨价了,卡

卡仍表示愿意继续支持,“只要能让我抢到票就好,谁让我喜欢周杰伦这么多年呢,都是为了情怀”。卡卡如是说。

北京华乐非凡文化传播有限公司总经理张熠明曾在公开采访中表示,演唱会成本已经较疫情前有所增加,预测今年演唱会整体票价将有可能略微上涨10%-15%,是自然合理的市场行为。毕竟许多电影的票价近些年已经翻倍。

“演唱会作为大型营业性演出,是以盈利为目的的现场文艺表演活动,因此,控制成本、提升收入是永恒的主题。”谭越介绍,演唱会的主办及制作,需要一系列的流程进行配合。演唱会成本基本上包括艺人经纪与作品版权费用、舞美等内容制作、场地租赁与舞台管理、运输费等,这些必须支出都会以不同的比例向下分配,最终由消费者承担。此外,不可售票的存在所产生的隐形成本也在推高票价。

“演出场地档期紧张,物流、人力需求量大幅提升,演唱会市场持续需求旺盛,供需关系之下,成本的提升是毋庸置疑的。同时,此前因演唱会延期而产生的成本,也会转嫁给消费者,体现在票价中。”王毅指出。

有业内人士向北京商报记者透露,部分演唱会存在票价虚高的情况,某些艺人会将最高票价定至与一线歌手同样标准,而最高档门票数量占比一般在10%以下,这样即使票难卖了,也不会对最终收入产生较大影响,还间接炒高了艺人IP的商业价值。如果顺利卖出,则直接有效地提高了整场演唱会收入。

不只是为了回馈粉丝

高居不下的市场需求,让演唱会巡演加场早已成为家常便饭。即便是在歌手体力透支的情况下,为了满足歌迷需求,也会在可控情况下添加场次。

然而,据业内透露,加场增开、巡回演唱亦可可在某种程度上摊薄成本,增加收益,“只要歌手受得了,当然是开得越多越好。”谭越如是说。

王毅进一步解释道,主办方一次性支付酬劳,自负盈亏如今一般出现在中小型演出中。而具备票房号召力和IP影响力的艺人基本以入股形式与主办方共同投资,最后对演唱会收入按照约定比例对票房和商业收益分账,分账比例则取决于演唱会项目筹备阶段,双方各自承担的成本和出资情况,并对艺人的有形、无形价值做衡量,由多方协商而定。

“在保证制作的精良配置之后,每次巡演到新的城市和田地,需要再度承担的基本为运输、装台、设备折旧所涉及的费用,而舞美、设备、曲目等固定的情况下,巡演的模式为主办方和艺人团队摊薄了成本。”王毅介绍。

针对演唱会市场发展现状及未来方向,北京商报记者第一时间联系多家主办方,截至发稿未收到回复。

演出行业分析师高嘉指出,巡回演唱会创造了更多盈利机会,也使得单一的演唱会项目逐渐形成品牌效应。但并不意味着巡回场次越多,项目收入越高,巡演场次和规模是主办方在艺人市场影响力和加场的收支情况预估等多要素之下做出的判断。

“演唱会项目的井喷式上新,主要源于前期积压项目的集中释放,市场需求旺盛之际,演出市场更需要珍惜歌迷的期待,优化演出体验,而非一味消耗多年来积累的影响力。”高嘉进一步指出。

北京商报热点调查小组

Market focus

资本市场落幕 辅仁药业遭遇滑铁卢

*ST辅仁(辅仁药业)成为2023年A股首只退市医药股。5月22日晚,辅仁药业收到被上交所终止上市的决定书,昔日河南首富朱文臣旗下的医药帝国正式在资本市场落幕。一度账上躺有“大量现金”,辅仁药业却无法按时分红牵出财务爆雷。在资金紧张、周转困难、债务逾期等一系列问题之外,辅仁药业的衰退也是国内仿制药企业挣扎的一个缩影。

并购起家

因2021年度财务报告被审计机构出具无法表示意见的审计报告,辅仁药业股票自2022年7月1日起被实施退市风险警示。据了解,2023年4月29日,辅仁药业披露了2022年年度报告,显示经审计的期末净资产为负值,且2022年度财务会计报告被审计机构出具无法表示意见的审计报告。

上述情形属于《上海证券交易所股票上市规则(2023年2月修订)》(以下简称《股票上市规则》)第9.3.11条规定的股票终止上市情形。根据《股票上市规则》第9.3.14条的规定,上交所决定终止辅仁药业股票上市。

辅仁药业以并购起家。2001-2009年间,辅仁药业并购了河南怀庆堂制药有限公司、信阳天康制药厂(现河南同源制药有限

公司),且相继重组了河南著名医药生产企业开封制药厂、北京远策药业。在此期间,朱文臣带领着辅仁药业借壳ST民丰,实现了“曲线”上市,成为河南省最大的药企。2005年的福布斯中国富豪榜上,朱文臣及其家族以近9亿元的财富上榜。

在鼎盛时期,辅仁药业市值曾超过百亿,退市前,其市值在5亿元徘徊。

北中医战研院岐黄法商研究中心主任、医药卫生法教授邓勇在接受北京商报记者采访时表示,公司退市对中小股东而言通常都是坏消息,无论是重组、破产、到三板,通常都要面临恐慌式抛售,导致股权断崖式下跌,造成财产损失且维权索赔困难,当然,这同时也为部分投机行为提供了空间;对公司而言,意味着商誉的严重受损,但同时退市也降低了合规成本与风控成本,并通过股权集中减少代理成本。

资金爆雷

“分红爽约”事件牵出辅仁药业的爆雷。2019年一季度末,辅仁药业合并报表上有18.16亿元的货币资金,但在发布《2018年年度权益分派实施公告》的三天后,辅仁药业方面称,因资金安排原因,未按有关规定完成现金分红款项划转,无法按照原定计划发放现金红利。

上交所对此也多次下发问询函,要求辅仁药业核实目前的货币资金情况,并说明是否存在流动性困难。随后,经上交所查明,朱文臣存在违规占用公司资金、要求公司提供担保等侵占上市公司利益的情况,在信息披露、规范运作等方面,辅仁药业有关责任人在履职尽责方面存在六大违规行为。

在上述事件发生后,曾连续14年盈利的辅仁药业于2020年首亏。最新2022年财报显示,公司实现营业收入14.69亿元,同比下降2.9%;亏损28.09亿元,上年同期亏损31.99亿元。辅仁药业对此解释称,公司全年营业收入变化主要由于公司资金周转紧张,部分产品生产销售受到影响。

“辅仁药业退市的直接原因是出现了《上海证券交易所股票上市规则》当中财务

类退市风险的情形,而造成辅仁药业营收低的原因,除了公司管理层的问题还有很多”,邓勇表示,激进的扩张战略是业绩衰败的原因之一。2022年财报显示,辅仁药业年末负债高达83.37亿元,而从辅仁集团“蛇吞象式”收购宋河酒厂、开封制药,以及焦作怀庆堂、开封制药厂、原信阳制药厂等“品种扩张”的历史来看,辅仁集团的扩张战略严重依赖杠杆,而过度扩张被其反噬的案例已不鲜见。

业务之困

在创新驱动下,我国医药行业正加速从仿制到创新演变。对于仿制药占大头的辅仁药业而言,也面临转型的挑战。有数据显示,2020年医药健康领域超过5亿元的融资中,对仿制药(含原料药和制剂)的投资仅有4%。

仿制药一致性评价是《国家药品安全“十二五”规划》中的一项药品质量要求,即国家要求仿制药品要与原研药品质量和疗效一致。2012年初,国务院提出了仿制药与原研药品质量和疗效一致的原则,国家随后颁布了一系列关于仿制药一致性评价工作的相关文件和指南。根据文件内容,2007年10月1日前批准上市的化学药品须重新进行一致性评价,并于2018年底前完成,这

包含289种仿制药。

尽管后来一致性评价时限不再统一要求,化学仿制药逾期未完成可适当延期,但从2015-2018年的年报来看,辅仁药业的仿制药大多数没能通过一致性评价。邓勇认为,这直接导致了“重数量、轻质量”的辅仁药业没有过硬的竞争优势,只能依靠各地的销售网络支撑营收,随着“两票制”与集中采购制度的推进,辅仁药业面临销售困局。

邓勇认为,无效的创新投入是导致辅仁药业营收不佳的又一原因。2010年前后,辅仁药业在郑州、北京、美国等地都设立了研究中心,并与远策药业进行基因药物开发及生产等生物制药合作,2016年还推出中药材大宗商品的交易平台“药素网”,在郑州新建“辅仁新药科技园”。但由于创新药项目投资高、周期长,医药互联网发展受挫,这部分投入最终没有产生实际的成果,分散了用于改进仿制药的资源。

“对仿制药行业药企来讲,要么转型创新,要么专注仿制药,但该行业长期以来存在的‘重销售、轻研发’现象,以及医药行业集中度的进一步提高,将导致部分药企走两条路都存在一定的困难,所以类似辅仁药业这样的案例还将在未来继续出现。”邓勇说道。 北京商报记者 姚倩