

明星周边的冰与火

像做“风险投资”

蔡徐坤事件的影响仍在发酵。北京商报沸点调查小组日前注意到,在二手交易平台上,频频出现粉丝留言脱粉,低价抛售蔡徐坤周边产品的帖子。

“杂志、专辑、明信片和部分饭制(粉丝自制)周边全部低价出,单件低至九块九,我的追星青春打包出售,全部周边总价100元包邮。”粉了蔡徐坤多年的孙沐(化名)于日前在微博超话挂出这样一则帖子。

据她透露,自己的定价基本是购买时的2折,“最近我身边同样粉蔡徐坤的人也在频频出售自己手上的周边,这些都是已经下定决心想要脱粉的。我的帖子挂了三天了,目前基本是问价的多、买的少”。

“蔡徐坤出事前,我手上的这个周边礼盒曾溢价三倍要卖到上千元。黄牛还问我出不出,可以高价收,我都坚定的拒绝了,如今这礼盒百元以下也难卖。”粉丝黄女士如是说。

事实上,如今的明星周边玩法早已不再只限于写真、签名照、海报等快消类衍生品的简单售卖。

据某明星站姐李女士透露,“像有些明星会通过将含有明星签名、或者尚未公布的独家拍立得,通过盲盒、定量售卖专辑获取机会等方式,在粉丝市场进行流通售卖”。

沉迷某女团周边收集已经三年的粉丝蔡蔡告诉北京商报:“这个就像买彩票,有时候运气好,买一张专辑就能抽中,有一次我为了抽一张拍立得,花费上万块买专辑,最后什么都没抽到。”

有着同样经历的大四学生严爱说:“我曾经花2万元买偶像的新专辑,就为了拿到一张拍立得和见面会的名额,幸运的是最后还是拿到了。如今想想当时的自己真是脑袋一热,好在脱粉前,我把拍立得卖了个不错的价格,由于是张珍

歌手蔡徐坤的情感风波尚未完全平歇,宣告“从此是路人”的粉丝聚集在微博超话与二手交易平台,物品类型从杂志到签名照,再到戒指和主题项链,大批粉丝开出低至9.9元的价格甩卖相关周边。而对比其他顶流明星的周边,以作为购买专辑赠品的“小卡”(由照片印制的卡片,含签名)为例,每次推出,便瞬间在粉丝市场遭到哄抢,而单张价格飙至3万元仍“一卡难求”的现象更是屡见不鲜。事实上,明星周边作为粉丝情感的具象化符号,是一种不能以实用性和材料成本来衡量价值的特殊商品。恰恰是明星周边与明星自身热度、口碑的紧密关联,也让粉丝在“豪掷万金只为周边”的过程中风险不断。



藏版还有签名,最后没有什么损失。”

粉丝赚粉丝钱

随着明星周边玩法的不断迭代,如今粉丝想要获得一个稀有周边的成本也在与日俱增。

再加上一旦被冠以“独家”“亲笔签名”“限量”等标签,此时粉丝群体的消费欲望瞬间膨胀,不计成本也要收入囊中。

“然而真正让明星周边一卡数万都难求的关键,明星周边违背市场规则的身价暴涨,在于后续的二次交易过程中。”李女士强调,“事实上,许多拍立得最初都是经纪公司为了

销售专辑免费赠送的产品。通过不断地营销,让粉丝对这个东西产生兴趣,从而实现专辑销售额的增长。”

据悉,当这些“免费赠送的产品”被开出后,粉丝通常会在自己的社交平台上晒,想要得到它的粉丝则会开始不惜高价去抢。

“最开始只是粉丝的个人行为,后来也会有粉丝开始以此为生。说到底,幕后逻辑就是粉丝赚粉丝钱。”李女士补充道。

北京商报沸点调查小组调查发现,以某L男明星的拍立得为例,截至目前,售出3万元高价,仍有粉丝发帖表示愿以高价回收;二手交易平台中,D女歌手签名拍立得开出6.8万元,卖方透露,目前已有多人询价,价高者得。

某女团粉丝李婷谈道:“有人愿意花10万买我手里的几张拍立得,已经高于买价了,但是我不着急出手,马上就进入这个女团的活跃周期了,话题度上去了,价格还能再涨。”

各类周边在倒卖市场流转着,粉丝群体也在交易间逐渐建立起相应的“出物规则”。现阶段,这类交易规则往往由卖方在买方下单前以图文形式发送,付款则默认知晓规则。

规则内容通常包括,售出后不退不换,高价周边需要预付20%费用作为定金,如果中途反悔定金不退还。买方则可以要求卖方发送视频核实周边产品的品相和质量,并要求快递邮寄需要做好包装,防止运输中产生损伤。

真假混卖

倒卖周边的高利润,让越来越多的不法分子看到了背后的“钱景”。

多位粉丝向北京商报沸点调查小组表示,曾遇到过有人装作自己偶像的粉丝在社交平台上发帖,或者主动联系自己,说限量版明星拍立得,但是付款后收到货,却货不对板。

“拍立得贵就贵在它的唯一性,当时我以7000元的价格买下,到手一个星期发现,一模一样的拍立得又挂在了二手网站,以同样的价格对外销售。”粉丝崔熙谈道。

据某彩印店职员透露,“这种拍立得只要拿到原片,制作起来成本很低”。

此外,仅以“明星小卡”在电商平台检索,提供印制业务的商家不计其数。低至12.5元的价格即可打印25张“小卡”,相当于单张成本仅0.5元。

售出不退不换、网络空间交易,让如同崔熙一样收货后发现商品为假货的粉丝损失严重,但多位粉丝均向北京商报表示,只有极少一部分人能协商收到退款,部分卖家会在收到打款后失联,如果是从海外商家手中买到假货,则根本维权无门。

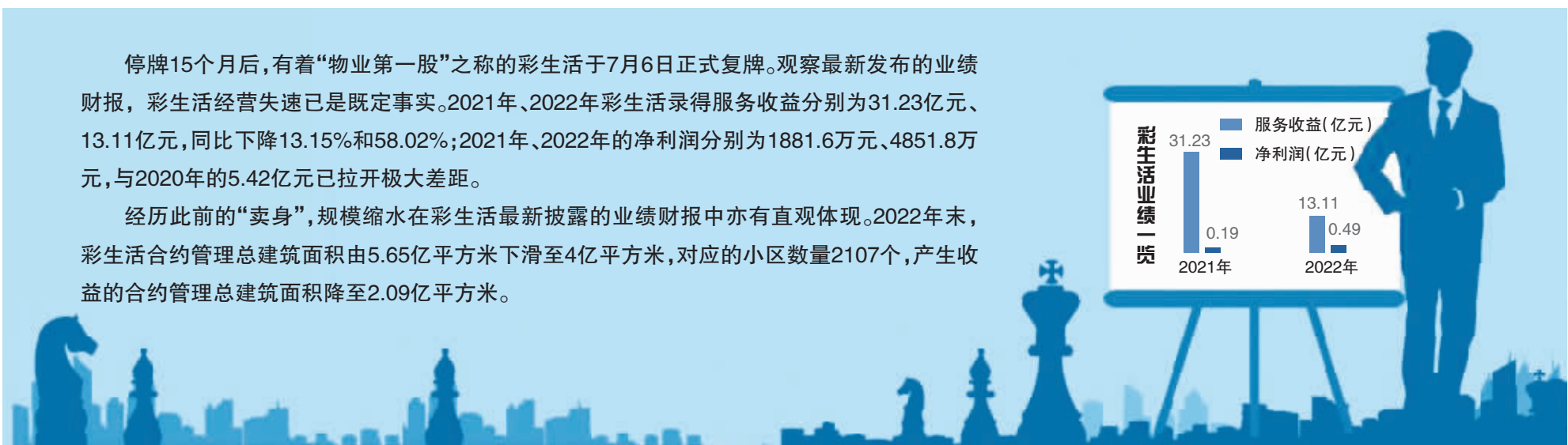
中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举指出,明星周边作为特殊商品,构成了情感导向的消费,其价格与本身的物质成本关系不大。明星的热度与口碑,存在上升期、平稳发展期、下滑期,也增加了市场的不确定性,导致周边产品的价格弹性较大。

北京市中闻律师事务所律师赵虎此前在接受北京商报记者采访时指出,一旦发现存在质量问题,对方不退不换,可以通过法律手段解决。但起诉至法院成本较高,还是建议消费者尽量通过正规的途径来购买这类商品。

北京商报沸点调查小组

Market focus

物业第一股彩生活缩水复牌



停牌15个月,有着“物业第一股”之称的彩生活于7月6日正式复牌。观察最新发布的业绩财报,彩生活经营失速已是既定事实。2021年、2022年彩生活录得服务收益分别为31.23亿元、13.11亿元,同比下降13.15%和58.02%;2021年、2022年的净利润分别为1881.6万元、4851.8万元,与2020年的5.42亿元已拉开极大差距。

经历此前的“卖身”,规模缩水在彩生活最新披露的业绩财报中亦有直观体现。2022年末,彩生活合约管理总建筑面积由5.65亿平方米下滑至4亿平方米,对应的小区数量2107个,产生收益的合约管理总建筑面积降至2.09亿平方米。

管理面积打折

7月5日晚间,彩生活刊发发来的2021年度、2022年中期、2022年度业绩财报。在此之前,因财报“难产”,彩生活自2022年4月1日起停牌,至今已超15个月,摘牌危机迫在眉睫。

赶在“大限”之前,彩生活加强了对复牌指引的跟进,其中也包括董事会成员的人事调整。今年6月,彩生活进行了多项人事变动,杨澜获委任为执行董事,李恩辉获委任为独立非执行董事、董事会审核委员会主席以及董事会薪酬委员会成员,朱武祥调任为董事会薪酬委员会主席。彼时就有市场分析指出“为未来复牌做准备”。

一晚上补齐三份财报,彩生活为复牌扫清了最后障碍,观察最新发布的业绩财报,其经营失速已是既定事实。

2021年、2022年彩生活录得服务收益

分别为31.23亿元、13.11亿元,同比分别下降13.15%和58.02%;2021年、2022年的净利润分别为1881.6万元、4851.8万元,与2020年的5.42亿元已拉开极大差距。

对于物业服务企业来说,规模的大小代表着“护城河”的厚度。在管面积方面,2021年上半年,彩生活合约管理总建筑面积最高达到5.65亿平方米,到2021年末,彩生活合约管理总建筑面积下滑至4.23亿平方米,对应的小区数量2220个,产生收益的合约管理总建筑面积降至2.3亿平方米。

而到了2022年末,彩生活合约管理总建筑面积进一步下滑至4亿平方米,对应的小区数量2107个,产生收益的合约管理总建筑面积再次降至2.09亿平方米。

退市风险犹在

7月6日,彩生活于港交所正式恢复买

卖,盘初一度涨超30%,报0.83港元/股,此后股价经历震荡回落。截至午间收盘,彩生活报0.58港元/股,已跌破开盘价。

地产分析师严跃进表示,复牌后尽快恢复正常经营是彩生活下一阶段的首要任务,同时也要警惕退市风险。一旦退市,不但会失去融资渠道,对企业的运营甚至生存也会产生较大影响。

根据港交所规定,若公司股票在连续30个交易日内的每天的收盘价均低于0.25港元,交易所所有权要求公司退市;若公司连续三个财政年度出现经审计的累计亏损,并且公司股东权益低于公司初始上市时的50%,交易所所有权要求公司退市。

从股价表现来看,彩生活距离警戒线已不远了。而业绩层面,彩生活并没有出现亏损的情况。

截至2022年末,彩生活资产负债率约为23.8%,与2021年资产负债率水平约23.2%持平;银行结余及现金约7.57亿

元,较2021年12月31日约6亿元增长26.2%;其他应收款项及预付款约17.56亿元,较2021年12月31日增加约1.56亿元,增加主要为应收股权处置款及支付车位业务押金。

中指研究院企业研究总监刘水指出,债务规模方面,彩生活无有息负债,公司主动减债策略成效明显,这是利好影响。但同时也要看到,市场对于复牌企业仍存有疑虑,股价修复将会是一个长期过程。

彩生活内部人士表示,在充满不确定性的宏观背景下,债务结构的优化,将有效降低企业的财务成本,并为业务发展提供良好稳定的资金环境。

“第一股”光环褪去

“在2014年把一个大家都不看好的行业——物业管理送上市了,这是最令人得

意的事情。”离彩生活董事局主席潘军发表上述这番话还不到两年时间,彩生活和其母公司花样年皆遭遇巨变。

与彩生活一样,花样年也因为没能按时披露业绩财报于2022年4月1日起停牌,至今停牌已15个月。根据港交所规定,若股票停牌超过18个月,将会被摘牌,花样年尚未跳出“保壳”风险期。

2014年,物管行业还不被资本市场所看好,更没有2021年那种前赴后继的上市潮。当年6月,彩生活在港交所挂牌上市,成为内地在港上市的第一家物管企业,因此也收获了“物业第一股”之称。

市场给出“物业第一股”的评价,并不仅是彩生活第一个在资本市场亮相,在物管行业没有被主流房企发掘之前,彩生活也曾是并购大户。2015年,彩生活斥资3.3亿元全盘收购深圳市开元国际物业管理有限公司;2016年,花样年物业联合体以20亿元价格收购万达旗下的万达物业,也就是万象美物业……据统计,自2014年上市后,彩生活大小并购物管企业达百余家。

地产行业子公司比母公司市值还高的奇特现象,就是从彩生活开始的。但谁也没想到,2021年9月的一纸公告,彩生活会以另外的形象走入大众视野。

为帮助母公司花样年脱困,2021年9月彩生活以33亿元出售核心资产予碧桂园服务,包括万象美物业、长白山旅游度假区物业、开元国际、际商业、万象美住宅、花霄物业及北京万象美等。虽然获得了资金流入,但彩生活曾经的规模优势已不复存在。

从物管龙头变成了追赶者,掉队的彩生活正在褪去“物业第一股”的光环。

北京商报记者 王寅浩