



更多精彩
尽在“娱乐教研室”微信号

杭州市场被韩国公司看好 韩流演唱会下个月扎堆杭城

天王 Rain、摇滚乐团 CNBLUE 和“跑男”金钟国都要来 去年来过的 Bigbang 也要再办粉丝见面会

去年8月的韩国天团 Bigbang 杭州演唱会开启了杭州第一场正儿八经的韩流演唱会,今年3月,Bigbang的粉丝见面会杭州场虽然还未开票,但已成了板上钉钉的事儿。更让人没想到的是,一向保守的杭州演唱会市场,将在3月开启另外三场韩流演唱会——天王 Rain、摇滚乐团 CNBLUE 和韩版“跑男”金钟国,都要来杭州献唱了。

一个月的时间,杭州市场怎么承受三场韩流演唱会和一场粉丝见面会?杭州畅逸演出经纪有限公司总经理陈惠娟说:“最近有个很火的词叫‘粉丝经济’,这在韩流上非常适用。跟普通的演唱会不同,韩流的粉丝很固定,也会抱团来买票,还没开票的时候,就集体开始准备钱,一开票就来买了。”这样的情况下,四场演出虽然都在3月,但“冲突倒是还好,买了 Rain 的不会买 CNBLUE,一般不会三场全买。”

畅逸也是去年接下 Bigbang 杭州演唱会的主办方,韩团有多难搞,“他们有一份接待细则,对酒店、后台、司机着装都有很细的要求。”而韩团粉丝有多疯狂,“就像去年的 Bigbang 粉丝,艺人在进场前,粉丝会集合在场馆门口集体大合唱,一直唱到艺人进场,他们才跟着进场入座,而且整晚守在酒店楼下。”

目前,三场演唱会都没有出现去年 Bigbang 演唱会门票一分钟售罄的夸张状态,可以透露的是“每天的销售都在平稳增长。”记者 顾欣悦



Rain



金钟国



Bigbang



摇滚乐团 CNBLUE 已经出了杭州演唱会的海报

档期——大家都纷纷赶在3月来,其实只是个巧合

近年韩流火爆,杭州的韩流风去年才从 Bigbang 演唱会真实显示出来,机场交通受到影响、黄龙体育中心沿路交通堵塞等,粉丝的疯狂让局外人不可理解。三月的韩流最初有更夸张的安排,今年年初,黄龙体育中心演出部的黑板上列的是“3月5日,Rain;3月19日,金钟国;3月20日,BEAST;3月24日,Bigbang;3月26日,CNBLUE。”另外还有3月27日的场地,有人预订了做 EXO 和 GOT7 的拼盘。

现在,3月20日的 BEAST 和3月27日的拼盘都已经确定不做,演出商家的说法是,档期、经纪公司、合同都有原因,但也不排除演出消息放出后,市场反响并不热烈,演唱会就被撤销的情况。

四场韩流演出,CNBLUE 是最早确定下来的,主办方畅逸还接下了金钟国的盘,并参与了 Rain,因为 Bigbang 的粉丝见面会的制作公司和演唱会公司不同,他们就没有再接 Bigbang。在时间的安排上,陈惠娟说,这是个“巧合”,“去年做了 Bigbang,韩国那边觉得杭州市场不错,再加上杭州要开 G20,还有亚运会,杭州的知名度在外国人眼里提升了。”杭州的演出公司跟韩国的沟通也多了起来,“看哪个艺人有杭州计划,就挑选火爆的来,跟艺人的档期也有关系。”

而在韩流之前,陈奕迅、周杰伦、五月天是杭州场的不败票房,几年下来,杭州的演唱会市场在等待新鲜血液,“以往杭州做港台的比较多,但做完 Bigbang 发现,杭州观众更爱新鲜活力。韩国造星很成功,杭州观众是认可的。”

韩星——都能入乡随俗,有的还会说《琅琊榜》台词

在 Rain, CNBLUE、金钟国和 Bigbang 里,Rain 从十年前的韩剧《浪漫满屋》开始就已经树立人气,在舞台上“亚洲舞王”之称。现在,Rain 跟中国内地演员开始有积极合作,唐嫣、刘亦菲都是他的搭档。陈惠娟说:“他的粉丝大多是80后,90后也有,从票房反馈来看,粉丝们也都是从《浪漫满屋》开始就喜欢他的,一如既往地支持他。”

至于 CNBLUE 这支摇滚乐队,在韩国被列为第三大天团,主唱郑容和也早就在中国“入乡随俗”——他来参加中国的综艺节目时,甚至可以字正腔圆地用中文说上一段《琅琊榜》的台词,还会发中文微博,跟林俊杰一起上“快乐大本营”,被中国粉丝称为“郑网红”。他的经纪公司 FNC 娱乐发过消息,说郑容和出演了中国湖南卫视综艺节目“快乐大本营”,周末收视率获得第一。

CNBLUE 实则是小鲜肉团体,他们的杭州演唱会票房,目前比 Rain 和金钟国都要火,“90 后为主,还有00后,而金钟国在中国版‘跑男’第一期就作为嘉宾出现,中国观众对他的最初印象就是一身肌肉的‘能力者’。但除了这身肌肉,金钟国其实是歌手出道,“他被称为韩国的刘德华,有很多经典歌曲。”为了让中国粉丝对金钟国的演唱会接受度更高,他的演唱会跟“奔跑吧,兄弟”取了类似的名字“奔跑吧!金钟国”,今年只在杭州开一场,“去年他在中国有好多场,今年因为档期就在杭州开一场,而且会有两个嘉宾。”金钟国的粉丝连小学生都有,但票房是最弱的一个,“比较慢热一点。”

Bigbang 的粉丝见面会还未开票,陈惠娟不确定去年来看过演唱会的还会不会再来一次,毕竟粉丝见面会上唱的歌曲比较少,互动比较多,但这场演出的场地仍然在黄龙体育场,“只能容纳六千人的黄龙体育馆是不够的。”

粉丝细分且忠诚度高,虽然韩流扎堆,演出商们都表示,直接的竞争并不大。

粉丝——90后是购票中坚力量,他们习惯于快速消费

除了 Bigbang 还未开票,其他几场的演出票都在正常售卖中。和去年的 Bigbang 相比,今年的这几场并不需要在原票价上再加四五千才买得到一张内场好票,目前也没有黄牛横行。最高票价是 Rain 场的1680元人民币,主办方透露:“票价是我们跟韩国的经纪公司沟通商量,给到对方一个数字,对方再审和敲定。”

陈惠娟表示,粉丝经济在韩流上非常适用,90后是这次演唱会购买的中坚力量,“根据90后的快速消费习惯,他们是迅速购买,所以 CNBLUE 的票房是最好的。”加上粉丝行动力强,组织性强,往往艺人的贴吧里发出演唱会的消息,粉丝们就会组织来团体购买。

因为上海和南京会有相同的演唱会,所以杭州并不能网罗江浙沪地区的粉丝,杭州的这几场韩流,受众目标落在整个浙江省的粉丝身上。但并非放出了演唱会消息,主办方就能不愁票房,为了聚集起各方粉丝,主办方在宣传上下了一番功夫,广告投放大多都在新媒体、自媒体上,后期还会配上电台宣传,这跟做港台艺人宣传的投放户外和电台不同,“因为90后的主要信息接收渠道就是通过手机,但是这些粉丝说好找就好找,说难找也是难找,我们很难精准去投放到某个 App 或者自媒体上,就能把他们发掘出来。”现在,落地宣传都放在跟商家的合作上,“有电影院、商场、餐厅会来买票赠送顾客。”

韩方的宣传配合并不热情,记者的采访、探班十有八九会被拒绝,主办方光是操心落地接待就头大,去年接待 Bigbang 时,主办方把黄龙体育中心的休息室墙壁重新刷了白漆,地上铺了地毯,搬去冰箱,设下自助餐,连司机也统一着装黑色西装、白色衬衫,并戴上白手套。这一次,Rain、CNBLUE 和金钟国的要求倒是稍微少了几条。