

“饭圈集资”追星：一场狂热的“氪金”游戏

■ 杨淑馨

“一开始预算是打700元,进了群之后大家接龙加钱,到最后不知不觉就到了2000元。”高中生林晓说,一次“饭圈集资”,让她花掉了两个月的生活费。

记者调查发现,近年来,一些选秀节目诱导以青少年为主体的“粉丝”群体进行“饭圈集资”,节目组、商家设置花样规则牟取商业利益;有的选手后援会节目期间集资十余场,动员的“粉丝”达数万甚至数十万人,集资总额上千万元。

刹不了车的“饭圈集资”

4月的一天,一场没有硝烟的“战争”在“粉丝”间拉开。

记者在一个名为桃叭的“粉丝”社区交易平台上看到,有18名选秀节目选手的后援会开展了集资活动。而这样的集资活动在节目播出期间几乎每天都在进行,随着节目的推进,每场集资的金额也在不断飙升,在今年热播的两档综艺节目《创造营2021》《青春有你3》中,有的选手募资总额高达上千万。

记者了解到,所谓“饭圈集资”,是由明星后援会发起,由“粉丝”参与,为明星募集资金用于打榜投票等行为。“饭圈集资”主要以“限时比拼”的形式开展——在限定时间内,两位或两位以上的明星“粉丝”举行集资比拼,看谁集资的金额较多。

失控的不只是每场“比拼”,还有“马拉松式”的集资场数。“感觉没有尽头,集资的场数一直在增加。”杨悦是《创造营2021》某选手的“粉丝”,比赛期间该选手的后援会已经开展了十余场集资。“这是一场停不下来的竞赛。除非所有人都喊停,不然你比其他入少集一场,就有可能被别人赶超。”有“粉丝”对记者说,“不想他输,就只能不停地加码。”

在网友统计的2018年一档选秀节目的募资表格中,当年排名第一出道的选手集资总额为300多万元。相隔两年,目前高的已达上千万。多位“饭圈”资深“粉丝”反映,“饭圈集

资”已经“内卷”严重,数字只会一路飙升。

除了越炒越高的集资数额,参与集资的人数也不断增加,“粉丝”相继被裹挟着进入圈内狂热的金钱游戏。《青春有你3》一名人气选手的某场集资页面显示,当天限时6小时的集资参与人数有25000余人,总额达到了480多万元,人均金额近200元。

记者在多个选手的微博超级话题中发现,不少“粉丝”今年是第一次参与集资。“之前以为追节目只要投票,没想到还得集资。”据杨悦介绍,一开始参与集资是为了“凑人头”,即增加参与集资的人数,人数越多证明选手的人气越高。“从凑人头开始,后面就会习惯去集资,这已经成为圈子里的常态。”

诱导集资套路多

记者调研发现,“饭圈集资”看似是“粉丝”“为爱发电”,实际上是节目组和商家等资本方在背后推波助澜,在各个环节设下了“氪金”陷阱。

除了登录账号投票,“粉丝”需要购买冠名节目的牛奶产品,通过扫描商品中夹带的奶卡进行投票,节目方将产品与“粉丝”投票捆绑,商家实现了产品销售额的快速提升。购买奶卡后,还需要组织有时间、有精力的“粉丝”进行投票操作。对于一些人力不足的“粉丝”群体,后援会则会花钱雇佣“代投”,节目中“为你喜爱的选手助力”,成了处处要为了喜爱的选手集资“花钱”。

这些选秀节目,除了把出道名额与“粉丝”花钱投票关联,比赛中各种与赞助商相关的榜单也在收割“粉丝”。比如,节目方以让喜爱的选手“直播出镜”、做“广告宣传”等,吸引“粉丝”购买赞助商各类产品的产品。以QQ音乐扑通房间热度榜单为例,“粉丝”需要重复购买绿钻会员账号及虚拟的“电力棒”,才能为选手增加榜单“电力值”。此类“氪金”榜单层出不穷,有不少“粉丝”直呼“心累”。“我们也不希望集资,但不花钱根本行不通。”《青春有你3》某选手的“粉丝”余瑶对记者说。

资本方在规则上诱导集资,而后援会则利



用话术在“粉丝”内部动员“催钱”。“必须全部投入”“我们没有退路,你不努力哥哥就不能出道”“不要再躺了,下家就要追上来”,类似的动员话术常见于明星的微博超级话题中。在后援会的催动号召下,一些低龄“粉丝”极易冲动消费。

一些后援会在集资活动前为不同预算的“粉丝”开设了不同的QQ群。记者进入其中一个“0-50元”预算群后发现,群内还会通过接龙的方式让“粉丝”增加“额外预算”。“每个群里还要设目标,大家就像是跟组织冲业绩一样,为了达成集体目标就会不停加码。”林晓说。

这种催钱套路不限于后援会和“粉头”,普通“粉丝”间也在自发地比赛集资,集资记录成了“圈子”的准入证。“互相关注需要有集资记录”“只约集资超过500元的”,群体的集资“内卷”也让更多人为为了入“圈”而付款。

“饭圈集资”隐藏诸多风险

集资活动日渐增多,集资金额巨大,许多青少年参与其中,暴露出诸多风险。

西南政法大学民商法学院教授张力表示,失去控制的“饭圈集资”,除了会扭曲未成年人

的理性消费观外,没有经济能力的未成年人可能通过借贷的方式进行集资,甚至可能为还贷而实施违法犯罪行为。

除了集资的参与者,资金去向也成为不可控的一环。北京星权律师事务所律师朱晓磊指出,理想情况下,“饭圈集资”的发起人应当对账目、具体去向进行公示。但事实上,有些后援会不愿公开明细,有些集资发起人甚至存在中饱私囊、卷款而逃的犯罪行为。

曾是某明星后援会成员的冯潇潇告诉记者,即使后援会公布明细,也只是粗略的凭证。在刚结束的《创造营2021》节目中,某个未出道选手后援会公布的集资明细引发争论。明细显示用于该选手“数据维护”的费用达20万元,有“粉丝”质疑数字与实际花费不匹配,后援会无法提供相关证明,此事最后以后援会全体卸任而草草收尾。

与此同时,一些“粉丝”社区交易平台对集资款项缺乏监管。在当前常见的几款具有集资功能的“粉丝”社区交易平台中,桃叭声明对项目风险不承担责任,仅配合维权;Owhat则表示平台不收取任何服务费,亦无法承担资金监管或其他保证责任。

据了解,桃叭目前对集资项目发起人、款项提现等设置了一定的门槛。一旦发生发起人

“卷款跑路”的情况,桃叭的风控小组将启动事后追责的程序,但介入形式并非平台直接负责资金的追回,而是为“粉丝”提供相关证据链,协助“粉丝”维权。

砸钱“买奶”会成为过去式吗?

日前,北京市广播电视局责令爱奇艺暂停《青春有你3》后续节目录制,爱奇艺对其节目规则设置不合理处做出致歉声明。5月8日,国家网信办部署开展2021年“清明”系列专项行动,将重点规范明星及其背后机构、官方“粉丝”团的网上行为,严厉打击引发网络“粉丝”群体非理性发声、应援等行为。

实际上,2020年,国家广播电视总局网络司指导、中国网络视听节目服务协会发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》已规定,选秀和偶像节目不得设置“花钱买投票”环节。专家认为,有关部门应当大力整治刻意引导“粉丝”大额集资的节目。

“如果节目中都是‘氪金’追星、诱导消费的内容,由此形成的文化消费习惯对于青少年而言是危险的。”制片人汪海林接受采访时表示,近年来,网络选秀类综艺节目密集播出,有关部门应该对节目进行常态化监管,严格把握事前的报备和事后的违规惩罚。

除了对节目方的监管以外,明星和经纪公司也不能对“粉丝”的付出与奉献一味接受,适时主动拒绝是更负责任的态度。

暨南大学新闻与传播学院教授张潇潇认为,学校要加强对青少年的引导,增强学生对“饭圈集资”风险的了解,教育引导学理性追星,避免学生养成“氪金”追星的习惯。

目前,法律法规对于此类专注“饭圈”交易的平台应负的责任和义务并未有明确规定。业内人士认为,有集资功能的“粉丝”社区交易平台,除了在事前、事中、事后都应负起监管责任外,还应当严格限制集资发起人、集资参与人的年龄门槛。“尤其应当禁止未成年人参与‘饭圈’的大额集资,可通过技术手段设置金额上限、开启身份验证和限定未成年人使用时长。”朱晓磊说。(据新华社)

“阴阳合同”为何屡禁不止? 天价片酬背后有哪些内幕

当下,一些影视工作者和企业放弃了艺术的超功利性,一味追逐市场的逐利性,纷纷涉足股市、楼市,把本该从股市融资(手段)投入影视作品扩大再生产(目的)的资金用于支付天价片酬和房地产开发,把影视作品当作追逐利益的摇钱树。

相关管理部门需要从防范化解金融风险和文化资本的意识形态管控高度,就文化类上市公司建立“内容+资本+税收”的监管格局,严查影视类上市公司虚假陈述、欺诈发行等违法行为,防范股权质押风险,严控影视地产等“高杠杆”项目,有效引导资本运作,让文艺工作者回归创作本源。

文艺小事!

继2018年演员范冰冰因“阴阳合同”、“天价片酬”等涉税问题被处罚金8.84亿元后,近日有网民实名举报演员郑爽“获取1.6亿元畸高片酬并借‘阴阳合同’对某公司增资1.12亿元涉嫌偷漏税”,再次引发舆论热议。

多年来,“阴阳合同”在一些影视行业企业和从业人员中较为普遍地存在,不仅助长“天价片酬”,而且涉嫌偷逃税款、洗钱等,不仅有碍影视行业健康发展,而且对国家经济秩序、社会价值观等多方面造成恶劣影响,亟待进一步加大打击力度。

“阴阳合同”致影视作品生产沦为资本的奴隶

作为业内潜规则的“阴阳合同”之所以屡禁不止,从社会心理学角度分析,源于一些影视从业者“目标置换效应”的内化。所谓“目标置换效应”,就是在达成目标的过程中,由于“对工作如何完成”过度关切,以致渐渐让方法、技巧、程序等问题占据一个人的心思,反而忘记了对终极目标的追求。换言之,把手段当成目的,让“工作如何完成”代替了“工作完成了没有”。

以电影为例,它的终极目标是艺术创作(目的),而非市场逐利的工具(手段),通过进入电影市场获得票房的目的反哺艺术创作;就电影属性而言,它兼具事业的社会属性和产业的经济属性,但社会属性(目的)为先,即满足人民日益增长的美好生活需要,而经济属性(手段)次之,保障事业的可持续发展;对于电影人,踏入艺术殿堂的初心和梦想(目的),是创作出叫得响、传得开、留得住的艺术经典,而非以牟利赚钱(手段)为终极目标。

遗憾的是,当下,一些影视工作者和企业放弃了艺术的超功利性,一味追逐市场的逐利性,纷纷涉足股市、楼市,把本该从股市融资(手段)投入影视作品扩大再生产(目的)的资金用于支付天价片酬和房地产开发,把影视作品当作追逐利益的摇钱树。更有甚者,将本作为目的的影视作品生产变身炒收视率、票房等噱头的手段,以达推高股价甚至涉嫌操纵股市牟取暴利的目的。这种以“玩资本、炒地

皮、做概念”代替专注影视生产本身的“目标置换效应”的倒挂怪象,极易导致影视作品生产沦为资本的奴隶,助长文艺浮躁之风,不少影视工作者无法回归心向于静的作品创作本源。一些影视作品的水准不要说“有‘高原’缺‘高峰’”,很多依然在“海平面以下”。

在大量走访调查中可以发现,为获取巨额利润,“阴阳合同”或是冰山一角,而“目标置换”的手段可谓五花八门,主要体现在以下几大“洗”钱的“招数”之中:

一是化整为零、伪造合同、巧立名目“消化”巨额片酬。比如,一部电影只需100名群众演员,但账目显示1000名,拍戏几个月下来,这笔费用就非常多了。一些剧组有很多从未露面的“演职人员”,却领取大量薪酬。这些人中,不乏某位导演或明星演员的亲戚朋友。演职人员中的群众演员等拍摄期间容易大量造假,难以核实的人员、职务等往往成为资金“出口”,积累的大量“空响”最终成为明星的巨额薪资。

二是以“资本运作”等方式变相转化高额薪酬。近十年来,多家上市影视公司巨额并购一些明星演员持有较多股权的小公司的现象屡见不鲜,这些“明星公司”在被并购时往往成立时间不长,但估值均高得离谱。

三是利用一些地方税收优惠政策或文化产业保护政策等降低税收成本。

上述这些手段主要发生于市场化程度较高的商业影片运作过程中。然而,一些重大题材的主旋律影视作品的创作过程,也亟须从立项伊始就严格把关、加强监督。

“天价片酬”背后 隐匿的深层资本运作内幕

“天价片酬”背后隐匿的深层资本运作内幕值得高度警惕:与金融业和资本市场“去杠杆”大方向不同,部分知名影视上市公司近年来纷纷放大杠杆、以小博大,通过“明星证券化→标的公司‘空壳’化→保底发行、票房造假哄抬股价→自买自卖、减持质押疯狂套现”的资本运作潜规则套路,掏空中小投资者,使遏制“天价片酬”举措大打折扣,引发资本市场巨大争议,甚至涉嫌操纵股价、扰乱金融秩序。通过资本运作实现“天价片酬”的具体步骤详解如下:

第一步,“明星证券化”。多年来,不少影视公司上市并购及增资扩股频繁涉及演艺明星,不少一线艺人不看剧本玩资本,纷纷扎堆入股当老板,在影视界掀起“明星股东”旋风,以致不少网民讽刺称“看八卦,也能炒股票”。具有“明星股东”背景的新三板影视公司扎堆挂牌,在转道IPO登陆A股市场后,可采取股权质押、发行债券、定向增发股票等低成本手段融资。通过“明星证券化”,上市影视公司不仅可与一线艺人形成利益绑定以求长期合作,而且可通过多种手段套现中小股民资金,以冲抵有关部门遏制“天价片酬”造成的收益损失。

随着“明星证券化”趋势显著,不少影视公



司与知名艺人利用“粉丝效应”误导市场,抬升股价造富,背离了上市融资寻求转型与业务扩展的初衷,无论是并购,还是登陆新三板、IPO等,影视资产的资本化并未以合理估值、定价为核心。对此,相关证券监管部门频频发出警示:“明星证券化”对上市公司经营及财务报表有重大影响,很可能对投资者造成误导。

第二步,“标的公司空壳化”,也就是“‘双高’并购+业绩对赌”推升资本高收益。通过对一些影视公司并购交易案例的观察发现,明星先成立空壳公司,操纵估值,几天后便通过借壳上市、被高价并购等手段使市值暴涨数百倍,这是影视公司并购存在的最大猫腻。这种洗劫式资本游戏在影视行业屡有发生,乱象丛生,且呈现高杠杆、高估值的“双高”特征。

所谓高杠杆,即一些空壳公司在注册资金未实缴到位的情况下,以借款、拟收购上市公司股份向金融机构质押融资,从而实现“空手套白狼”;所谓高估值,即一些上市公司以十几亿元甚至几十亿元的天价收购由少数明星掌控、刚成立不久且净资产为负值的空壳小公司。这一做法屡屡引发投资者的广泛质疑,普遍认为存在为影视明星巨额利益输送并由中小股东买单之嫌。

值得关注的是,被收购标的公司的高利润承诺暗藏玄机,一些影视类上市公司经常以与“明星股东”未来的对赌利润作为承诺业绩忽悠股民。这些公司通过董事会、股东大会等“合法”程序,把目标并购空壳公司估值抬高,而后“明星股东”高位套现,变相兑现“天价片酬”,最终让中小股民买单。当下,“‘双高’并购+业绩对赌”屡遭质疑,这种以推升资本高收益为目的的手法存在关联交易、利益输送等较大风险,或致并购公司财务状况恶化。

第三步,哄抬股价,即通过“保底发行”、票房造假、“基金参与”等手段推高股价。保底发行在带给电影市场新活力的同时,也衍生出诸多新问题:比如与二级市场联动,利用“买票房”、“幽灵场”、“高价票”等票房造假(偷漏瞒虚)手段哄抬上市公司股价,或通过基金参与放大资金杠杆。一部电影上映带动某个影视上市公司几个涨停、一个二十多人的影视小公司动辄估值数亿元等情况并非稀罕。更危险的

是,票房造假背后很可能牵涉P2P、众筹、收益认购、操纵股价、洗钱等金融资本链的不正当交易,值得高度警惕。

第四步,疯狂套现。实际上,不少影视明星真正的收入,不在出场费,而在其背后的资本市场套现。除在收购、借壳等环节放大杠杆外,部分影视上市公司大股东通过自买自卖、高位减持、股权质押等手段获得大量高杠杆资金。可以说,股市,才是他们真正的“提款机”。

以自买自卖为例,在随意定价提升资产价值后,一些影视公司通过“关联方卖公司→上市公司高价自买收购→关联方套现或获得股份”的方式最终完成“资本盛宴”自循环。部分影视公司几乎做成了风险投资企业,主要运营手段是,将之前购买的其他资产高溢价装入上市公司,实现投资升值。这种“自我融资、自我投资、自我收购”的模式无疑放大了资本市场的杠杆,扰乱了金融秩序。

以高位减持为例,上市公司公告显示,一些知名影视公司在历经参股、收购、投资等一系列“神操作”后,其股价一路飙升,发行后市盈率很高,“明星股东”纷纷减持套现。比如,范冰冰“阴阳合同”事件后,某知名上市影视公司暴跌数十亿元,很多接盘的“韭菜”散户当了炮灰,亏得血本无归,让人不寒而栗。

大量影视资本“文化圈地”致泡沫膨胀

影视公司从股市圈来的钱(手段),到底流向何方?是不是主要反哺用于创作投拍影视作品的主业呢(目的)?调研发现,继通过放大杠杆等资本运作潜规则套路疯狂套现后,部分知名影视上市公司并未将所融资金主要投入影视作品扩大再生产的主营业务,并未以更雄厚的资金生产出更优质的影视作品,而是以“打造影视衍生品”为名行“文化地产”之实,在全国掀起以“特色实景小镇”为代表的“文化圈地”热潮,甚至违规销售各类商品房,在实现高毛利润率的同时却负债高企,形成“融资骤增与扣非净利润(影视业绩)下滑”的“目标置换”倒挂怪象。这极易误导中小投资者、助推地产泡沫膨胀。

通过深入研读历年财报、公开资料及投资性房地产数据发现,随着股市融资手段越来越多,所融金额越来越大,一些知名影视上市公司通过并购、业绩对赌等“割韭菜”式的资本运作方式实现了表面光鲜的“净利润业绩”并增加商誉以抬升股价,套现后将股市所融资金大量用于房地产投资领域,掀起一场狂飙突进的“文化圈地”运动:有的在全国投建多个电影主题公园和特色小镇,包括影视产业园、文化旅游城、度假酒店群等多个重点项目;有的新增“实景娱乐”业务,在全国多地投资数百亿元建设“电影乐园综合体”等项目;有的以股权转让等方式引入战略投资者,不惜动用大量银行借款谋求地产布局,与知名地产商联手在全国十余个省投资逾千亿元建设所谓“电影公社”、“文化城”等实景小镇娱乐项目,储备逾万亩土地。其中,多个项目公开对外销售商铺、公寓、别墅等各种商品房,涉嫌变身地产项目的问题频频引发舆论关注。来自权威部门的信息显示,一些知名影视上市公司的旗下公司经营范围均包含“房地产开发或园区开发”业务。

整治“阴阳合同”乱象

以“阴阳合同”为代表的潜规则以及由此衍生出的影视行业种种乱象,已经成为我国经济、政治、文化等多个领域的隐患。习近平总书记曾在文艺工作座谈会上的讲话中一针见血地指出,当前文艺最突出的问题是浮躁。文艺不能当市场的奴隶,不要沾满了铜臭气。

对于“阴阳合同”、“天价片酬”,我们一定要清醒认识,一定要站在党、国家和人民的立场上看待问题,切忌打着“保护中国电影”的幌子回避问题,甚至任其恶化。

令人欣慰的是,范冰冰“阴阳合同”事件后,中央和国家有关部门曾联合印发《通知》,要求加强对影视行业偷逃税、“天价片酬”等问题的治理。国家广播电视总局2020年出台《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》,对演员片酬作出明确规定;当前的“郑爽‘阴阳合同’事件”再次给广大文艺工作者敲响警钟。国税总局、广电总局、中国视协等相关管理部门和社会团体纷纷表示,依法依规严查通过“阴阳合同”等方式偷逃税行为,责成相关单位对相关电视剧制作机构涉嫌违反制作成本配置比例有关规定启动调查,不为无德艺人提供发声露脸机会。

为进一步有效遏制“阴阳合同”、“天价片酬”等问题,相关管理部门需要从防范化解金融风险和文化资本的意识形态管控高度,就文化类上市公司建立“内容+资本+税收”的监管格局,严查影视类上市公司虚假陈述、欺诈发行等违法行为,防范股权质押风险,严控影视地产等“高杠杆”项目,有效引导资本运作,让文艺工作者回归创作本源。

(来源:经济参考报)