

收购大麦网,阿里大文娱版图再扩张

双方对收购金额守口如瓶,阿里副总裁张宇将出任大麦网CEO

把大麦网娶进门后,阿里终于实现娱乐版块“线上+线下”业务打通

钱有了,人有了,票务渠道有了,阿里今后做演出简直就是自产自销一体化操作啊!



本报记者 陈宇浩

阿里巴巴对中国最大演出票务平台大麦网完成全资收购!

昨天上午,这个消息震惊了整个文化产业圈。

这意味着大麦网正式加入阿里大文娱战略版块,通过线下内容落地与渠道触达服务,助力大文娱各大版块“一起跑起来”。

阿里这艘“娱乐航母”,看起来已经完成了最后一块拼图。

阿里完成收购大麦网,差不多用了近三年时间。
CFP供图

一场持续三年的认真恋爱

“早在2014年7月,在我们大文娱战略还在雏形期,我们就成为大麦网的重要股东。这是一场持续三年的认认真真的恋爱,也是一场实实在在的水到渠成的婚礼。”

阿里在2014年7月以D轮投资人身份进入大麦,持有大麦网32.44%股份。到昨天全资完成收购,差不多用了近三年时间。据知情人士透露,对于向来大刀阔斧土豪作风的阿里来说,这笔收购已经算“观察得很久了”,“毕竟演出和票务行业水太深。”

有小道消息称,因为去年年底王菲演唱会闹出的票务风波,让这笔收购又延缓了一阵子。不过对于业内和消费者来说,这个消息还是比较突然。

按照阿里巴巴文化娱乐集团董事长兼CEO俞永福的说法,随着大麦网的加入,将进一步完善线下基础服务环节的搭建,拥有更丰富的用户触及渠道,使我们得以将优质的内容、“一站式”的服务和独一无二的创新文化娱乐体验带给更广泛的消费者。

据了解,对于具体的收购金额,阿里巴巴和大麦网均守口如瓶。目前已知的情况是,阿里巴巴集团副总裁、阿里文化娱乐集团秘书长张宇将出任大麦网CEO。同时大麦网创始人曹杰担任特别顾问。有网友戏谑,“老曹也算是修成正果,终于可以无忧无虑过下半辈子去了。”

大麦网以演唱会票务起家,是中国最大的覆盖现场演出、体育赛事等领域的演出票务平台,也是该领域最大的系统服务提供商。近两年在粉丝的印象中,就是那个“买什么演出票都得找他家,但又经常抢不到票”的平台。

阿里的大娱乐版块越来越赚钱

之前,无论是虾米音乐、优酷土豆还是阿里星球,阿里旗下的产品,都是线上唱戏为主,总让人感觉“踩不到地面”,那是因为缺乏一个和用户有效落地对接的通道。

而大麦,在恰当的时候成了“最合适的那一个”。在音乐演出层面来说,票务,几乎可以说是目前最重要的“落地器物”。因为,你虾米上的歌手再怎么火,观众也得去现场看啊!

换句话说,作为大文娱版块重要组成部分的阿里音乐,未来将同大麦网实现业务打通。一方面,在线演出票务结合音乐应用,实现用户数据打通;另一方面,以粉丝为核心,联动艺人、票务资源,形成以粉丝、艺人、平台三方联动的“线上+线下”的音乐营销模式。

借力于同大麦的整合,阿里音乐这艘娱乐航母才像是有了稳稳的铁锚,可以放心启航。

就在今年早些时候的3月3日,阿里巴巴文化娱乐集团宣布任命张宇为阿里音乐CEO,提出“继续加速阿里音乐产品和内容生态建设”。

阿里巴巴集团同时表示,VR(虚拟现实)技术将成为未来颠覆线下演出行业的关键。作为“第二现场”的VR演唱会,其市场前景不可估量,无限想象。“我们认为,VR技术将为消费者带来一种更加自如,同时更为经济的全新娱乐体验。”

2017财年阿里季度财报显示,由UCWeb、阿里音乐、优

酷土豆等组成的阿里巴巴大娱乐版块,正在成为继电商业务、云计算之后的新主营业务和核心收入来源。截至2016年12月31日,数娱业务收入达到40.63亿元人民币,同比增长273%。通过生态版图的不断丰富完善,阿里文娱集团正野心勃勃地试图创造更多价值。

据记者了解,随着把大麦网娶进门,阿里的大文娱帝国,内部也在发生着微妙的改变。

接下去,虾米音乐将和大麦网发生更紧密的联系。虾米音乐的主推艺人以及重点合作艺人,做巡演将变得更加容易。还不懂?钱有了,人有了,票务渠道有了,做演出简直就是自产自销一体化操作啊!

有网友调侃,如果马爸爸还能造一座体育场,那就真的360度无死角超级闭环了。

这也让虾米苦心经营多年的独立音乐人们看到了曙光,据说,大麦进来后,虾米为独立音乐人办演出的几率将大大提高。

现在最提心吊胆的恐怕就是演出商了,以大麦这么大的市场占有率,之后演出商想做什么好项目,第一步估计就得看阿里的脸色,“很多好项目,阿里要入股,大家也只好硬着头皮答应。”一位不愿透露姓名的演出商告诉记者,“毕竟票务是命脉,票卖不出去,再好的项目也是白搭。”

这也意味着,挥舞着大麦这柄青龙偃月刀,阿里在演出项目上的选择,也会更加游刃有余。

新闻链接

形势逼人强! 开始奔跑吧!

我很高兴地向大家宣布,我们刚刚完成了对大麦网的全资收购。早在2014年7月,在我们大文娱战略还在雏形期,我们就成为大麦网的重要股东。这是一场持续三年的认认真真的恋爱,也是一场实实在在的水到渠成的婚礼。

经过了过去几年的努力,我们陆续完成了对电影、音乐、视频等内容产业的布局,并形成了结合内容生产、可多屏分发的大文娱平台。随着大麦网的加入,我们将进一步完善线下基础服务环节的搭建,拥有更丰富的用户触及渠道,使我们得以将优质的内容、“一站式”的服务和独一无二的创新文化娱乐体验带给更广泛的消费者。

今天,大麦网在优化其核心产品的同时,将进一步催化阿里生态各大业务之间的协同效应。作为大文娱版块重要组成的阿里音乐,将首先同大麦网实现业务打通。一方面,在线演出票务结合音乐应用,实现用户数据打通;另一方面,以粉丝为核心,联动艺人、票务资源,形成以粉丝、艺人、平台三方联动的“线上+线下”的音乐营销模式,实现阿里音乐的业务升级。

我相信,随着大麦网和阿里音乐版块的深度融合,阿里大文娱音乐战略也将迈上前所未有的新高度。

形势比人强,形势逼人强!让我们用实力、耐力和努力,一起去守望新的麦田!开始奔跑吧!

——摘自俞永福致阿里大文娱和大麦网员工的公开信