

网络订购电影票业务量爆长,但据称“不赚钱”—— 电影售票网图个啥

看购网总经理丁海玉是最早一批“吃螃蟹”的人之一,据他回忆,2007年,该网站推行了网上订座业务,2010年《阿凡达》上映时在线购票业务一下子火了起来。在线购票业务受影迷欢迎,首先是因为实惠的售价,通常在线购票的价格只有电影院内购票的一半。更何况这几年,网上时不时会掀起电影票“团购大战”,用超级低价吸引人气。

亏本赚人气

但在线购票业务其实并不赚钱。据了解,格瓦拉等在线购票网站拿到的电影票价格,通常是院线定制的最低票价,远低于门店零售价格。通过在线售票终端服务器打印的票面,下方通常会印“服务费3元”的字样。网站收到的这3元服务费中,有1元要缴纳给“火凤凰”“满天星”这些售票软件开发合作公司,再刨去向购票用户发送的信息提示费用等,每张票的固定成本在2.62元左右,如果再扣除系统维护更新等成本,毛利估计在4至5角。这个数字还不包括人工、硬件成本等,算到最后,在线卖票根本赚不到钱。

格瓦拉联席CEO张学静告诉记者,在线购票并不是一个以“售票代理模式”盈利的方式,网站注重的是由电影这个高聚合度的文化产品所汇集的用户的本身价值,说白了就是“人气”。张学静认为,互联网售票在

将影院的售票窗口无限扩大的同时,其所积累的数据资源,也可以协助影院更好地经营和发

探索新模式

那么,如今的网络购票模式,在尚未找到赢利点的前提下,是否会因为用户人数的接近饱和,或者被新的购票方式替代而逐渐淡出,成为类似“开心网”这样的“昙花一现”呢?格瓦拉媒体负责人王小姐很有信心,网络售票讲究的还是规模,用户人数非常重要,“我们现在逐渐开始铺向全国,不断往2、3线城市发展,开拓新的市场。”

与此同时,电影网络购票的商业模式和盈利模式也一直都在探索阶段,不少网站负责人认为,跟上游(院线、影院方面)的紧密合作是未来走向。张学静认为,目前的中国电影院线制度尚不完善,尤其是在近年来银幕数迅速增加的基础上,趋于同质化的放映方式是其亟待解决的问题。类似格瓦拉这样的售票网站的数据可以帮助凸显自己的差异,找到合适的定位。“打个比方,或许在不久的将来,影院会根据我们的数据,选择偏重艺术或是偏重商业,不同的影片在不同的影院将有不同表现和定位。”

本报记者 张艺



本报讯(驻京记者 陶禹舟)日前有港媒报道称,汪峰准备在8月2日的鸟巢演唱会上向章子怡求婚。对此,章子怡微博怒斥该媒体造假并爆粗口,汪峰随后转发并解释“假新闻”是如何产生的。

据港媒22日报道,近日从汪峰好友处获得消息,汪峰打算在8月2日的北京鸟巢演唱会上向章子怡求婚,估计两人最快年底可登记结婚,只是周迅上周三抢先在“ONE NIGHT”公益演唱会上举行婚礼,汪峰担心演唱会求婚被指抄袭,目前正在苦思新花招。

对此,章子怡当天便在微博中晒出自己微信群聊的截图,内容是讨论这则“求婚新闻”,她怒斥该报道“逗比”,并称此港媒为造假机构。汪峰随后也转发并解释说:“姐姐昨天接到来电,问8·2鸟巢到底想干什么?姐说鸟巢就是演唱会,唱歌给大家听。谁想假新闻就这样‘重生’了!”许多亲友与粉丝表示支持章子怡与汪峰,并对刊发假新闻的媒体给予严厉批评。

不过,章子怡的微博也引发了争议,仔细看群聊截图中,章子怡还用了一些极脏的字眼辱骂,不少网友表示:“受到惊吓,不忍直视!”网友“王竹青”叹息:“这让我感到惊愕,感到惋惜。那个清丽个性、秀外慧中的女子去哪儿了?”网友“密云不雨II”认为即使是辟谣,也不该如此没修养:“有关明星结婚、离婚的传闻,网上总是炒来炒去,大家都是淡然处之,唯有章子怡骂来骂去吐脏话。”还有网友认为章子怡如此表现是受汪峰影响,并翻出早年汪峰在机场与工作人员爆发冲突大骂脏话的视频,称:“难道交了个玩摇滚的男友,给激发出来了!”

章子怡此次再度在公众平台爆粗口,不禁让大众感慨其个人素质越来越低,曾经“高大上”的女神“国际章”已跌落神坛。

针对港媒「汪峰向章子怡求婚」传闻 「国际章」微博爆粗口



在一个有“节”的城市里,这是一个特别的节 纪念上海国际少儿文化艺术节成立20年



每三年一届的上海国际少儿文化艺术节,自1994年以来已走过了二十年。上海许多文化节庆活动都产生于上世纪九十年代,有不少在轰轰烈烈一阵之后便烟消云散,而这个艺术节却坚持了下来。试想,二十年前参加过艺术节的孩子今天已长大成人,回想那段童年往事,该有多少留恋。

上海国际少儿文化艺术节最大的创意,就在于它是国内首个以“孩子”为主体的文化节庆活动。上海有电视节、电影节以及综合性的国际艺术节。尽管如此,在这座有“节”的城市里,这个孩子的节日还是独树一帜。世界各国各地区的少儿团队被艺术的纽带连接起来,整个艺术节都有浓浓的“纯”与“真”的氛围,这种氛围恐怕只有在少儿艺术节中才能强烈地感受到。艺术节追求的不是才艺的竞技比拼,而是真正意义上的交流和参与,有的国外团队中甚至还有一些智障儿童,但他们照样登台表演,当中外少儿同台演出、同场联欢,场上台下都擦出友谊的火花时,人们往往会被感动与震撼,包括同来的教师、家长也有一种经心灵洗礼之感。原来“和平、友谊、未来”的主题确实不是一句标语,它能在艺术的感召下化为一种启蒙与熏陶。

这个孩子的节日,同样还注重“趣”与“奇”。就以寻找“全球幸运星”来说,从漂流瓶的“水中游”到和平鸽的“空中飞”,再到因特网的“世界行”,都带上了一抹童话色彩,成年人艺术节中不可能有的构想在这里却可以施展,因为它符合儿童的心理特点。首届“全球幸运星”是个来自于南非的女孩,当时中南两国尚未建交,“漂流瓶”却先把她带到了上海,这份奇遇更凸显了少儿艺术节的魅力。

二十年来,上海国际少儿文化艺术节将“变”与“不变”有机融合了起来。不变的是一些艺术节中的经典环节,比如授予象征打开城市之门的“金钥匙”、中外少儿团队交流演出、各代表团拜访市长等等。全球很多艺术节中都有些保留性的项目,诸如爱丁堡艺术节每年都以军乐表演开场;BBC逍遥音乐节总将“最后一夜”作为压轴演出。这些经典项目往往能彰显一个艺术节的历史传统,上海国际少儿文化艺术节有意识将一些项目放入每届的“菜单”中,这对于它的长期积累是有益的。

当然,这个艺术节更多的是随着时代的变化不断注入新的内容,其常办常新体现的是社会各界的力量越来越多地参与了进来,艺术节的平台功能越发显现。上海国际少儿文化艺术节不由政府包办,因而广泛调动社会的积极性便尤为重要。经过二十年的摸索,区县、机构、企业、社区、场馆乃至上海部分旅游资源,都在其中构建起了适当的参与机制和组织模式,这一点对于一个文化节庆活动来说尤为可贵。

宋庆龄创办的中国福利会拥有多个传承已久的文化品牌,而艺术节也进入到了这一行列。当然,它的品牌价值不仅仅是中福会的,也是上海的,甚至是世界的。

和平·友谊·未来
Peace·Friendship·Future

方军

祝2014上海国际少年儿童文化艺术节圆满成功!

2014.7.26-8.1

主办单位:中国福利会 中国宋庆龄基金会 上海市人民对外友好协会 上海市文化广播影视管理局
上海市教育委员会 共青团上海市委员会 上海广播电视台 上海宋庆龄基金会

协办单位:上海东方明珠广播电视塔有限公司 上海公爵钢琴艺术有限公司 博仕家纺有限公司 育才控股集团
万德游乐设备有限公司 上海国际和平文化实业有限公司 上海颜色影视文化传播有限公司

