

万达院线 2013 年仅爆米花 就卖了 3.9 亿—— 爆米花“爆赚” 衍生品“冷落”

看电影吃爆米花成为不少人的消遣方式。近日，万达院线官网透露的一则消息让“小伙伴们都惊呆了”：万达院线 2013 年票房收入 31.6 亿，仅爆米花就卖了 3.9 亿元，占卖品总收入 72%。爆米花成为电影院主要收入了吗？爆米花的利润率，真的比电影票还高吗？昨日，本报记者走访上海各大影院，发现小小一桶爆米花的背后藏着不少“秘密”。

超过半数观众爱买爆米花

上海影迷吴丽告诉记者，自己最喜欢的休闲方式就是逛完街看场电影，而看电影时一定会买一桶爆米花和一杯可乐。而在记者随机采访的观众中，有超过 7 成的人表示，自己曾在看电影的时候吃过爆米花。博纳银兴影城经理陈庆安告诉记者，爆米花、可乐的套餐组合在影院所有的食物卖品中占了 6、7 成的比例，“因为爆米花几乎只有在电影院才能买到，它已经成为一种潜在的观影文化。”观众看电影，首先考虑的零食就是爆米花，其次才会考虑其他食品。

制作简单、成本相对低廉、利润相对较高这些因素，让大部分影院把爆米花和可乐套餐作为主推零食产品，大中小份的套餐价格一般为 35、30、25 元左右。某影院的一位清洁工告诉记者，由于两场电影之间的清场时间非常短，有时只有 2、3 分钟时间，所以影院一般会阻止观众外带零食。“爆米花的好处是清洁起来比较容易，哪怕是撒在地上或者座位上，也能很快扫干净。”

爆米花利润率超过票房

记者了解到，一家影院的收入主要由票房和卖品构成，票房收入需要缴税、分账、充基金，因而最后的利润并不高。例如一张 100 元电影票，5 元需上缴电影发展基金，6.4 元归院线公司所有，根据 53% 的分账比例，纳

税后再扣除 3.3 元，影院可获得 45.85 元。如果再去去除放映成本，利润率基本低于 40%。在售票网站上售出的半价电影票，利润率就更低了。而爆米花的平均利润率则在 60% 至 80%，有的甚至高达 90%，远远超过了电影票。计算一下，如果通过票务网站卖出一张 50 元的电影票，电影院获得的利润远低于卖出一份爆米花、可乐大份套餐的利润。

时代今典院线副总吴鹤沪告诉记者，在美国，售卖零食成为影院生意相当重要的一块——好莱坞连锁电影院线某一年 5000 万美元的总收入之中，卖零食的收入高达 2670 万美元，甚至比票房还要多，其中有 2240 万是净利润。不过他同时表示，在中国，爆米花、可乐等食品的收入还不太可能与电影票房相提并论。根据记者对上海多家影院的调查，有多达 3 成的观众表示会自带饮料、食品。而在购买零食的人群当中，人均消费仅在 20 元左右，这与动辄四五十元的电影票差距甚远。

电影衍生品为何卖不动

在爆米花、可乐等食物卖品走俏的同时，电影衍生品的“遇冷”特别引人注目。记者走访沪上十多家电影院后发现，只有一两家影城有电影衍生品柜台，而且大多观众对电影衍生品并不十分“感冒”。在新天地 UME 影城的电影衍生品柜台前，半小时都没有人来询问或者购买。UME 影城的销售工作人员也证实了记者的观察：“像喜羊羊、熊出没的玩偶等，在影片上映时销量是平时的一倍多，其他的产品卖得很一般。”据悉，影片下档后，这些没有销售出去的电影衍生品只好作为会员积分兑换礼品。

在好莱坞，衍生品收入能占到影片总收入的 7 成，远高于电影票房。记者曾在好莱坞环球影城内看到专门的电影衍生品商店，其中《变形金刚》系列、《超人》系列、《小黄人》系



《笑傲江湖》回应网友质疑 模仿为了致敬

东方卫视《笑傲江湖》前晚播出后引发热议。模仿小沈阳的外科大夫韩铭洋与来自台湾的“长方型男”被誉为节目中的“喜感之最”，但也有网友对此质疑，称前者模仿味太重缺乏新意，后者因掺杂了例如“放屁”等不雅言语有损节目格调。对此，《笑傲江湖》项目总监施嘉宁昨天进行了回应。

“哎呀妈呀，又跑偏了”这句小沈阳的经典台词被韩铭洋模仿了三次。网友还提出，韩铭洋的神态、动作和声音都与小沈阳相似，“既然如此相似，那我还不如去看小沈阳演的小品呢！”有观众将其与首期节目中模仿宋丹丹、赵本山的小品归为一类，称没有新意，“完全就是东北小品演员的模仿秀。”对此，施嘉宁表示，小品演员对宋丹丹、赵本山、小沈阳等人的模仿是一种“致敬”，“对经典形象的模仿拿捏很考验表演者的水平；更重要的是，观众也在这些再现的形象中获得了精神上的愉悦。”

另外，施嘉宁坦言，“长方型男”是一对稚气未脱的大男孩，他们将“放屁”与“香蕉先生”、“超级玛丽”等元素放在一起演绎，削弱了不雅，突出的是童真童趣。

本报记者 俞亮鑫



■ 韩铭洋模仿小沈阳 图 TP

里奇演唱会传递挚爱告白



■ 莱昂纳尔·里奇 图 TP

你可能没听过莱昂纳尔·里奇，但是你一定听过《Say You, Say Me》《Endless Love》这些陪伴了几代中国歌迷的经典情歌——“情歌王子”莱昂纳尔·里奇将于 4 月 8 日在奔驰文化中心举办其在中国内地的首场演唱会。

一亿张唱片销量、10 座全美音乐奖、5 座格莱美奖，作为以爱为歌的“情歌王子”，莱昂纳尔·里奇凭着深情的嗓音留下了无数金曲。

莱昂纳尔·里奇的情歌不仅吟唱着永恒的爱情，同样也传递着天下一家的大爱——迈克尔·杰克逊与莱昂纳尔·里奇为救援非洲饥民而共同谱写了《We are the World》，两人花费了四天的时间写曲，里奇先完成一部分，杰克逊听后灵感大发，一夜之间谱完全曲。之后，他们号召了 45 位歌星联合演唱，呼吁世界帮助非洲饥荒人民。

本报记者 王剑虹

《中国梦想秀》上海招募本周末开启

本报讯（记者 孙佳音）第七季《中国梦想秀》上海站将于本周末于杨浦区五角场万达广场开启，即日起至本周末每天 10:00—22:00，“追梦人”可到万达广场三楼万达大歌

星报名。节目组透露，本周末的招募现场，将有三位神秘的梦想观察员将莅临现场，主赞助商金龙鱼及活泉也将与追梦人及现场观众亲密互动。

屈臣氏会员卡五周年 缤Fun乐享幸福季

屈臣氏会员卡五周年啦！作为“贴心小棉袄”
屈臣氏邀请各位姐妹齐欢乐！

积分5倍Upgrade，幸福感直线上升

即日起至4月29日，会员单笔买满5件产品或以上，就能获得5倍积分！屈臣氏幸福季就这么简单？不可能！屈臣氏告诉你，活动期间体验会员的5种便利好处，还能获得额外积分，其中包括：

1. 门店购物时使用会员积分；
2. 于会员网站更新个人信息并同意接收优惠推荐；
3. 把会员卡关联屈臣氏微信服务号即时查阅会员积分；
4. 于会员网站提出对“吃喝玩乐”额外优惠的意见；
5. 在屈臣氏指定网购平台进行消费。每完成一项都能对活动期间总消费额外再增加1倍积分，加上门店消费5倍积分，最高可获取10倍积分。轻轻松松，幸福翻10倍！

幸福随身携带，小屈服务号助阵

幸福2014，屈臣氏推出了“屈臣氏服务助手”微信账号，提供更为贴心便捷的会员服务。“会员专区”提供更贴心积分

查询、修改密码等服务，只需简单绑定即可使用，更为会员奉上最新尊享优惠信息。“越玩越美”提供美容导购，美容达人等专业实用的美容贴士，还会不定期上线有奖惊喜活动。“小屈资讯”为您送上精选屈臣氏促销信息及实用门店、专柜定位查询功能。随身携带的服务助手，小屈随时随地为您服务，幸福生活在身边。

即日起至4月9日，关注屈臣氏服务助手，即可参加“幸运奖上奖”。点击底部自定义菜单进入“幸运奖上奖”活动页面，屈臣氏会员选择【会员抽奖】入口，输入会员卡号即可抽奖，iPad Air 16G WIFI，价值2000元携程旅游券，哈根达斯100元现金券以及丰厚屈臣氏积分等你拿！低调的屈臣氏粉丝同样可在“幸运奖上奖”活动页面，进入【粉丝抽奖】入口，输入手机号码参与并赢取哈根达斯100元现金券、Eastpak优惠券及屈臣氏5元优惠券等。机会多多，心动不如行动，轻轻松松将大礼包抱回家！

关于积分增值详情，请登陆屈臣氏会员网站查询。如需了解或参与幸运奖上奖，请关注屈臣氏微信服务助手。

屈臣氏服务助手