

深水区

玩票的多 广告难找

明星电子杂志只是赚吆喝

本报记者 任磊磊

从2005年杨澜创办第一期电子杂志《澜LAN》开始,众多明星纷纷跟风开办电子杂志,时至今日,除了徐静蕾的《开啦》仍在运行外,其他杂志均已沦为“炮灰”。近日,记者经过采访发现,明星办电子杂志还是以玩票的居多,而像杨澜这样静心办杂志的也因为广告等方面的原因而逐渐退市。

办电子杂志纯属“玩票”

赵薇2008年在推出专辑《天使旅行箱》的时候,其唱片公司专门为其推出了同名电子杂志《天使旅行箱》,但是这份电子杂志只推出了创刊号就再无动静,可见电子杂志不过是唱片公司宣传专辑的一种营销手段。“玉女掌门人”高圆圆2007年2月14日情人节这天志的内容几乎全跟高圆圆有关,有她的个人专访、精美图片,还有观众对她的评价,有她的短剧视频以及为高圆圆定做的小游戏,小测试。这本电子杂志也是只推出了一期就销声匿迹了。周笔畅、秦岚等人的情况均差不多,她们的电子杂志只不过是宣传明星本人或者某部影视、音乐作品,缺乏办杂志的诚意。

据一位目前在做电子杂志的业内人士介绍,有些杂志其实只是某些明星的宣传工具,这些杂志与真正意义上的杂志有差距,长期下去内容不够吸引人,肯定会流失大批读者。除了粉丝,谁也不愿意整天只盯着一个明星,早晚得看腻了。

阅读收费网友难以接受

陈鲁豫的《豫约》在2009年58期时开始收费阅读,下载一期杂志要2元,结果导致阅读量锐减,在67期时就难以以为继了。以赵薇的名义创办的另一本杂志《薇亮》后来也开始收费,下载一本竟要4元钱,最终导致了下载量

锐减而关停。不过,后来赵薇曾矢口否认《薇亮》杂志收费跟自己有关,她从头到尾都没有参与过任何工作。

很多人都认为《豫约》和《薇亮》的收费,都有一点自救的味道,按一本杂志收费2元计算,如果有一万个网友下载,那就是2万元的收入,基本上可以抵消杂志的部分成本,再加上一点广告收入,完全可以自支。不过,对吃惯了“免费午餐”的网友来说,很少有人愿意花钱去买这样的杂志看。就像有的网友说的:“免费的杂志都不一定有时间看,何况收费的呢?”

广告商不愿投资无以为继

2008年10月,李湘曾为创办电子杂志《相信》举行了盛大的启动仪式,但是此后却一直没有上线。该杂志之所以迟迟未面世,是因为《相信》的幕后老板“快乐星”公司一直没有拿出启动资金来,才让该杂志胎死腹中。“快乐星”撤离《相信》的理由是公司高层对电子杂志的营利模式还很模糊,不敢投入大量资金。可见明星办杂志并不是想办就能办成的,赞助商是非常重要的环节。

另外,广告更是不容忽视。陈鲁豫的《豫约》收费之后导致阅读量锐减,广告更是少得可怜。杨澜的《澜LAN》虽然一直都是免费的,但广告也很少,有很多介绍世界名牌服饰的广告,也基本上是不收费的。

据业内人士介绍,《豫约》、《澜LAN》之所以关闭,与广告赞助有很大的关系,电子杂志虽然不比纸质杂志社运营成本高,但是要办一期杂志的成本从几万元到十几万元不等。广告商并不愿意把钱投在电子杂志上。杨澜的《澜LAN》虽然封面的Flash曾经传出卖到了15万~20万元的天价,但是有价无市。

《开啦》缘何一枝独秀

作为目前唯一还在正常出刊的电子杂志,徐静蕾的《开啦》的成功有诸多借鉴意义。为此,记者专门采访了《开啦》杂志的运营负责人卢先生,了解了《开啦》持续运营的秘诀以及其他电子杂志退市的缘由。

老徐苦心经营《开啦》

卢先生告诉记者,徐静蕾最初创办《开啦》的时候,几乎所有的东西都亲力亲为,大小事宜全部过问,连稿子都是亲自审,非常认真。后来随着《开啦》运营逐渐步入轨道,徐静蕾也因工作非常繁忙,对杂志的关注就不像以前那样事无巨细了。不过她本人还是会经常给杂志出主意,比如如果有朋友说了个很好的创意,她会立刻打电话让《开啦》参考。目前,杂志的日常运营基本上由《开啦》团队承担,徐静蕾的希望是把电子杂志办成媒体,目前《开啦》的运行流程已经跟普通纸媒杂志没有多大差别,只是呈现的载体不一样,另外没有正规刊号而已。

运营模式随时调整

曾经有一段时间,《开啦》是收费的,网上订阅一年48元,但没持续多长时间就被取消了。卢先生说:“我们之前尝试过收费,是为了抵消部分杂志的制作成本,但是后来发现,收费对杂志的阅读量还是有一定影响的,而且收费有收费的运营模式,免费有免费的运营模式,不太一样。比如,如果我们要做收费的杂志,最好能做成周刊,一周一期,这样才能保证内容的连贯性和新鲜感;但如果是免费内容的,则可以做成月刊,虽然会影响发行量,但成本降下来了。我们还曾经打算过,做一份收费,一份免费的两本杂志,

但考虑到市场效果,最终放弃了。现在,《开啦》的主要精力放在做大发行量上,这样才能有足够的筹码得到广告客户的认同。”

坚持也是硬道理

目前,《开啦》杂志社有《开啦》和《开啦街拍》两份杂志,以前的《开啦职场》已经跟《开啦街拍》合并。《开啦》一期的下载量是800万次,《开啦街拍》一期的下载量也有四五百万。整个杂志社有20多名员工,但大部分员工是广告业务员。电子杂志的营利能力,不像有些媒体传说得那么高,动辄几百万、几千万,能够达到几十万其实就很不错了。卢先生说:“老徐拍一部电影、一个广告的收入,比办杂志要多得多,只不过她本人喜欢这个事情,才愿意一直做下去。”

定位准广告商才投入

众多电子杂志关停,到底是什么原因呢?

卢先生对此的认识是,收入!投入没有得到的多就关了。他说:“有的杂志没有得到的好的定位,仅仅是作为个人的宣传媒介。《开啦》杂志虽然是以老徐的名义创办,但内容跟她本人已经没有太大关系,只不过杂志的定位跟老徐的气质很符合。以前我们仅仅把杂志定位为文艺方面,现在我们的定位既有文艺,也有休闲娱乐、职场、潮流时尚等内容,很容易满足读者各方面的需求。广告商舍得花钱投在杂志上,也主要是看重杂志的内容和发行量。比如我们现在正在为重《开啦》的发行量,读者群的特性也是其中的重要原因。”

广告商冷落电子杂志

为什么广告商对电子杂志的受不太热衷呢?这与电子杂志的受众面太窄不无关系。一份电子杂志的广告投放成本并不低,业内人士告诉记者,有的销量好的电子杂志,一次广告在几万到几十万元不等,而与报纸、杂志等纸质媒体相比较,这些钱也能争取到好版面,而且纸质媒体的阅读量比较稳定,拥有较大的阅读人群,因此很多广告商不愿意把广告投在电子杂志上。

一家化妆品公司的宣传人告诉记者,电子杂志虽然已经诞生了好几年,但是对普通大众来说仍然很陌生,一开始这些杂志刚火的时候,他们也曾考虑过做一些广告,但是随着时间的推移,他们发现很多杂志根本没有生存下来,这些杂志的阅读人群很不稳定,很多有消费能力的人也没有时间去看,所以后来就放弃了投放广告的计划。