

A3 解读《北京遇上西雅图》票房秘籍

《北京遇上西雅图》上映仅6天,票房便已经突破亿元大关。时光网、豆瓣网上出现罕见的“零差评”。北京商报记者独家对话影片制作和发行方安乐影片有限公司总经理姜伟,揭秘影片票房逆袭的秘籍。

A5 高成本电子书背后的利益争夺战

由于版权费用、技术加工费用居高不下,电子书成本日益攀升,致使收支失衡。但即便如此,似乎并没有一家企业有退出计划,反而都在加大投入。一本电子书背后,一场行业利益争夺战正在悄然进行。

A6 一家小影视公司玩转文艺片的诀窍

小影视公司天画画天今年有6部电影同时参展香港电影节,其中一部制作成本还不足40万元的电影更是直接入围竞赛单元。这样一家小公司,如何走出了一条专属于艺术电影的营销之路?

收藏品虚假营销为何屡禁不止

“千足金纪念币只卖9998元,发行999套,有收藏协会鉴定证书,升值空间巨大!”长期以来,这样的收藏品销售广告在电视上此起彼伏。根据中国电子商务市场研究中心的数据,今年我国电视购物市场交易规模将达到683.5亿元。在电视购物市场繁荣的背后,虚假销售,尤其是收藏品的虚假营销被接二连三地曝光,通过电视购物平台销售的收藏品如何分辨真假,为何有些假收藏品会有相关鉴定证书,面对层出不穷的诈骗手段,消费者又该如何应对?

虚拟购物平台监管体系亟待完善

为何这边接二连三有人受骗,那边虚假营销却屡禁不止呢?

据悉,目前我国电视购物节目大致分为两类:一是由各家省级电视台投资建立的专业电视购物频道,如湖南卫视的快乐购频道,这些电视购物频道比较正规,从产品引进、检测、包装、销售到售后都有严格的规范流程,所售卖的产品信息也相对真实;二是在各地地方频道分时段插播的电视购物广告,这些广告通常是厂商先找到制作机构对产品进行包装,再通过购买电视台的广告时段来播出促销,只要投放广告手续齐全且符合相关规定,就可以通过电视台的审核。

有了播出平台后,还要有愿意为之买单的消费者。收藏家皇甫江认为,不法商家之所以能得逞首先是源于很多消费者贪便宜的心理,“为什么会被骗,首先是消费者自己有问题,基本上都因为贪便宜。收藏应该是一件陶冶生活情操的事情,我提倡消费者的购买行为是源于自己喜欢某一类藏品,而不是纯粹因为其有升值空间”。北京文物鉴定委员会委员李宗扬则更直接地表示只要有便宜可贪就会有人上当,要搞收藏应该先做功课,加强这方面的学习。

对此,北京工业大学文化创意产业研究所所长王国华认为中国应该借鉴国外的经验,加强对电话网络销售的监管。在欧美、日本等发达国家,监管部门接到投诉后,一旦查明产品有假,会追究商家法律责任,轻则罚款,重则将商家清除出电视购物行业。美国法律还规定,一旦消费者发现电视台播出虚假广告,不但可以起诉广告商,也可以起诉电视台,电视台不但要播出至少一年、成本不低于原广告1/4的更正广告、公告,还面临被吊销执照的危险。日本《关于特定商业交易的法律》规定,电视购物广告要标明商品价格、邮费、其他费用、支付时间与方法、送货时间、商家名称、地址和电话、法人代表姓名、申请有效期等。

“网络或者电话购物给消费者带来了便利,但同时这种途径远距离、不见面的属性也让不法分子有机可乘。国家应该逐步完善配套的监管体系、法律体系。在美国有网络卫士网络警察,这个可以借鉴到国内的电视购物市场来,成立这种网络监察对虚拟网络电话严格监督,同时面对网络欺诈电话诈骗,取证方式和投诉方式都应该有所改变。”王国华如是说。

北京商报记者 肖湘女

收藏品市场成虚假销售案件高发区

山东淄博的张先生收入并不高。去年10月,他看到电视上播出有收藏价值和升值空间的旧版人民币的购物广告后,一时心动就打电话购买了一套。拿到藏品后,张先生到银行去查验,证明人民币都是真的,张先生也卸下了对电视电话购物的戒备心理。此后张先生就接二连三地接到推销“纪念金币”的电话,销售人员声称所有金币都是“千足金”,由中国人民银行发行,还有鉴定证书和收藏报告。禁不住诱惑的张先生陆续买了九套金币,一共花费了3万多元。最近,张先生听说很多人买了假金币,于是赶紧拿着自己的金币去找专业人士鉴定,结果他手里的金币根本不是黄金做的,只是在表面镀了一层金。他又找到中国人民银行淄博支行,结果被告知中国人民银行从未发行过此类金币。

甘肃省金银珠宝质检站透露,今年以来至2月底的两个月时间里,在该质检站检测的近百套贵金属纪念币中,就有20多套贗品,涉及金额高达百万元。

在百度上输入“电视购物被骗”的字样进行搜索,相关的新闻报道就有近千条,其中涉及到收藏品的案例占到了很大一部分。受害者姓名从“张先生”、“王女士”变成了“李先生”、“彭女士”,受骗的金额少则三四千,多则八十万,受害者购买的贗品更是五花八门,纪念币、玉玺、银元什么都有。北京商报记者在致电中国收藏家协会和北京收藏家协会时也了解到,两个协会经常接到消费者的咨询或者投诉电话。

收藏家协会鉴定证书多为假冒

2001年,中国的电视购物销售规模不过6亿多元。而到了2006年,这个数字就已经突破了300亿元,到2011年,全国电视购物的规模更是达到了455亿元。去年全国电影票房总共才达到170亿元,对比之下,足见这个市场的规模有多大。根据中国电子商务市场研究中心的数据,今年我国电视购物市场交易规



模将达到683.5亿元。

“3·15”期间,各地消费者协会公布了投诉的数据,从消费者投诉的情况来看,电视购物是投诉的重灾区。在一项调查中发现,有62%的消费者认为电视购物广告存在虚假成分或夸大效果的宣传,收藏品市场因为涉案金额大,往往上万元,也受到了更多的关注。

通过对比不同的案例不难发现,这些电视购物的虚假销售有一些普遍的规律。首先受害者在有过电视购物之后往往会接到后续的推销电话。出现在电视上的藏品质量尚难保证,在这些线下通过电话推销的藏品就更是鱼龙混杂。至于消费者的电话等个人信息是如何泄露的?北京商报记者了解到,在电视购物的百度贴吧以及一些论坛上都能搜索到大批贩卖、求购电视购物客户资料的信息。一般最新、基本上没卖过的客户信息可以卖到5毛一条,据报道,这些数据是通过这些人在电视购物公司工作的朋友处转卖得来。

对此,古董鉴定专家、收藏家周震在接受北京商报记者采访时表示,通过电视电话销售的都是现代工艺品,通过偷换概念攀附名品概念欺骗消费者,而

真正的艺术品一般是通过正规拍卖渠道交流的。

另外,这些通过电视或者电话销售的藏品往往会出具某某协会的鉴定证书来博得消费者的信任。为此,北京商报记者致电北京收藏家协会咨询如何鉴别证书真伪时,北京收藏家协会负责人向北京商报记者大吐苦水:“有很多人打电话到协会说买了我们鉴定的艺术品或者工艺品,我们协会是民间的社团,向来不从事商业经营活动,平日就是在内部开展一些交流以及讲座供会员和收藏爱好者研讨收藏方面的事。我们从来不对社会搞鉴定活动,即便有时候有一些咨询活动,也是不开证明不收钱,因而所有市面上北京收藏家协会的证书都是假的。”中国收藏家协会也已经有一年时间没有开具过鉴定证明,如果鉴定的时间是在近一年时间内则肯定是假的,至于一年以前开具的鉴定证明,中国收藏家协会表示留有案底,消费者可以随时联系中国收藏家协会做确认,同时中国收藏家协会还表示很多地方的协会同样不属于商业机构,如果消费者看到收藏家协会的证书就要多留心了。