

## 汤国创作 · 榜单 ·

## IP榜



《极限烧脑之最后的真相》  
作者:梦似叶  
推荐理由:挑战的就是你的智商,对自己的智商进行一次深度的检验!



《迷雾追踪者》  
作者:顾九珩  
推荐理由:被自己的亲爸拐进特案组,追踪之旅就此开始。



《陛下咱们生猴子》  
作者:时小年  
推荐理由:善于压榨皇帝、不挖空国库就绝不罢休的非人类皇后。



《Fighting少女天团》  
作者:孟婆  
推荐理由:在为梦想而战的过程中,她们收获了友情,留下最美好的时光。



《废柴道士爆笑升官记》  
作者:双辰记  
推荐理由:小道士升官发财,实现儿时梦想,却又面临着新的选择。

## 文学榜



《如果岁月不悲伤》  
作者:曦沫  
推荐理由:12年的陪伴,换来的是绝望,换来的是对不起。



《拐个萌妃带回家》  
作者:柒柏  
推荐理由:卖萌是事业,打滚是本事,但为什么还是被他给拐走?



《遇上你是我的小确幸》  
作者:枫一  
推荐理由:女追男,隔层纱?怎么前面那只帅男对她小萌毫无反应。



《叫你一声苏夫人你敢答应吗》  
作者:冬冬肖  
推荐理由:苏夫人,这个女人贪得无厌,他却依然给她无尽纵容!



《妖精事务所》  
作者:Zero零凌  
推荐理由:修炼几千几万年的妖精,创建了一个事务所,开始为人民服务。

## 对话

## 创作青春校园作品需有社会责任感

作品:《国民校草宠翻天》作者:伊朵 姓名:许蓉

青春校园类作品与其他题材有一些不同,作者年龄层较小,因此在创作过程中需要注重对青少年读者的引导,帮助他们树立正确的人生观、价值观,内容不能过于成人化或存在不好的内容,导致小读者们盲目模仿,需要具备一定的社会责任感和担当精神。如果书写较虐的内容,也不是为虐而虐,而是把社会真实的一面传递给读者。当然,内容情节也要有趣,贴近读者的生活,能使其产生共鸣。目前青春校园类作品数量众多,质量的好坏则在于作者是否用心,若是带着功利、凑字数的心态,写出来的效果与用心去写的效果肯定会存在不同。我在创作一部新作品时,会在搭好大纲后向读者征求意见,经过读者的反馈和对大纲反复打磨,才会开始动笔创作。

技术型影厅凭借高端的影厅设备配置带来的绝佳观影效果,逐渐成为当下电影市场新的消费热点,其票价设定也成为人们关注的对象。北京商报记者在为期一周的实地采访及大量消费者调查中发现,同样一种技术规格下放映同样一部影片,不同的影院之间却往往存在着高差价。“同片高差价”的背后,究竟是谁在主导?



## 影院“同片高差价”的背后

市场调查  
巨幕类影片最常见

北京商报记者在调查过程中发现,众多类型的技术型影厅中,由于巨幕类影厅所占市场份额较大,加之受众认知度最高,因此此类影厅的“同片高差价”现象最为明显。以《奇异博士》为例,同样是巨幕版本,电影票价差却达40元以上,其中IMAX版最低售价70元,中国巨幕最低售价30元。更有甚者,同一部IMAX 3D版本电影,在不同的影院也有不同的价位。《奇异博士》IMAX 3D版在卢米埃长楹天街IMAX影城黄金时段售价仅74元,但在万达影城天通苑店却最高可达114元。

“价钱虽然是买票时需要考虑的因素之一,但影院之间的差价还是让人难以抉择,选便宜的担心质量不好,选贵的又觉得亏。最后还是选了一家价格适中的影院,可是观影效果却常常不尽如人意。”一位常在网上购票的消费者杨女士告诉北京商报记者。而据各影院工作人员透露,对于其他影院的定价他们并不清楚,但自家影院的电影票价是依据市场因素以及自身定位而设定,除场次安排、活动优惠等造成的价位变化之外,一般情况下影院票价不会出现较高的价钱波动。

现象探因  
造价成本是差异主因

“技术类影厅同片放映高差价

的现象,主要与影厅的造价有关。”据北京某影院负责人曾先生介绍,以IMAX影厅为例,通常情况下造价在700万元左右,而中国巨幕影厅的造价不到300万元。除此之外,相比IMAX版本而言,中国巨幕后期的维护费用也不及前者,这使得IMAX版本电影票价普遍偏高。

在保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰看来,同种技术规格的影片,不同影院却出现不同价格的现象与影院自身的定位以及未来的发展规划相关,“有的影院定位中低端消费市场,因而价格会比较接地气。有的影院从发展之初就定位中高端市场,并在发展过程中有了一定的品牌影响力,使得价格设定相对较高”。

“从目前的国内电影市场来看,配有高端设备的技术影厅并不多。即便是当下相当受欢迎的IMAX版本电影,国内拥有IMAX系统影厅的影院数量仍然相对较少,120帧、杜比视界则更是稀有,这些因素也会造成价格的波动。”刘建峰进一步强调。

消费建议  
视听质量与价格成正比

在当前国内影院发展参差不齐的情况下,对于消费者而言,面对技术影厅“同片高差价”现象,购票过程中不能仅仅关注电影票价,仍需要综合考量影院的多方面条件。就追求视觉效果而言,巨幕、4K、RealD

6FL等拥有大屏视觉效果以及高清晰度、高亮度的技术影厅是最佳选择。而在巨幕类电影中,IMAX 3D版本的视觉音效又要出色得多。但考虑到性价比,poly max、中国巨幕、LUXE巨幕也不失为一种选择。

从音效效果来看,杜比全景声实现了适应性回放,能够确保在任何环境和不同的扬声器配置下,尽可能播放出最接近原创者设想的效果。加上杜比全景声自然逼真的声场,观众将真正被立体声环绕,从而更好地融入到影片故事中去。目前北京市内具备有杜比全景声的影院有13家,不少影院的影厅甚至同时拥有杜比全景声、4K、巨幕、RealD 6FL四类技术,可以满足追求高品质视听效果的消费者的需求。

影院的配套服务、地理位置也是消费者需要考量的主要因素,如影院周边的餐饮服务、停车服务、娱乐设施,影院内的整体环境、客户服务质量以及影院所在地的交通便捷性。

对于大部分消费者而言,看电影只是娱乐休闲活动的一部分,在影片开映前以及放映结束后,需要有个不错的地方满足购物、娱乐、就餐等多元化需求。此外,影院内的配套设施直接关乎观影体验,消费者在选择影院之前可先在网站多看网友评价,从中选择一家最为合适的影厅观看电影。

北京商报记者 卢扬  
实习记者 邓杏子

## 儿童文学成童书市场销售主力

中国上海国际童书展于11月18日正式开幕,其中第一次亮相中国上海国际童书展的京东图书在“2016年全球儿童图书市场数据解读”会上发布了2016年童书市场分析报告,报告显示,少儿文学、绘本和科普/百科占据了70%童书市场。

据京东图书文娱业务部总经理杨海峰介绍,通过京东图书大数据可以看出,儿童文学最受欢迎,销售码洋占比最高,达到30.8%;其次是绘本,占比20.2%;第三名是科普/百科,占比19%。这三个分类占比之和达到70%,说明孩子的阅读选择主要集中在这三个分类。而从销售码洋看,这三个品类同比增幅都超过60%,甚至达到75%,越来越多的优秀出版资源集中到这三个品类中,

虽然出版竞争激烈,但带动了市场良性发展。值得一提的是,少儿英语类图书销售码洋同比增长133%,说明家长越来越重视孩子的英语阅读和学习。

随着家长对于孩子的教育愈发重视,目前童书在出版市场占据较大的市场规模,大多数出版社均已涉足童书的出版发行,同时童书的销售也保持较高水平,其中京东今年的童书销售也继续保持快速增长,销售码洋同比增长70%。自营童书依旧占据绝对的主导地位,占比达70%。但第三方童书销售码洋增幅超过自营,达122%。

在此次童书市场数据发布中,京东图书还专门针对北上广深这四个经济实力最强的城市进行了分

析。杨海峰表示,按童书购买读者数量从多至少排列,依次是北京、上海、广州、深圳。其中,北京童书读者数量遥遥领先,是上海的2.5倍。四个城市中,深圳童书读者同比去年增长最多,达到90%;其次是广州,增幅达80.5%。上海童书读者和北京的同比增长差不多,在63%左右。从购买少儿图书的金额看,北京读者购买力最强,消费金额占比也最高,占四个城市总和的50%。其次是上海,占比20%。广州排名第三,占比15%。但如果具体到人均购买金额,深圳读者最舍得在童书上花钱,今年人均花费了191元,其次是广州读者人均182元,上海用户购买童书人均花费178.6元,北京是178元。

北京商报记者 卢扬 郑蕊