

女星纷纷当主编 没几个能赚到钱

名利两得型

亲力亲为,广告多多

代表杂志:徐静蕾《开啦》



徐静蕾《开啦》封面

徐静蕾主编的电子杂志《开啦》是今年4月开办的。《开啦》与徐静蕾自己开办的公司“鲜花盛开”一脉相承,如今已经办到第11期,是一本综合性杂志,内容涉及影视娱乐、人文、社会、经济、文学、科技、旅游、养生、星座等各方面。最有特色的是,每期都以一部影视剧作为大专题,比如《与青春有关的日子》《穿Prada的女王》《哈利·波特》,杂志里的所有话题也都围绕这个主题展开。

徐静蕾是个典型的实干派,自从开办杂志,她的工作重心就转移了,没有接戏,没有导戏,一心扑在杂志上。“我有我的理想要实现,我把我喜欢的人和事告诉大家,我的观点要表达,演戏不



徐静蕾

是自己表达。”作为《开啦》的主编,徐静蕾事事亲为,从大方向到小选题,她还变身记者做起采访。杂志里的固定栏目《老徐客厅》,就是由徐静蕾自己采访与当期主题相关的人,比如《与青春有关的日子》剧组、现实里穿Prada的时尚杂志主编、哈利·波特的超级粉丝等。徐主编的这番努力果然没有白费,《开啦》第一期就拥有100万的下载率,如今累积下载率已经突破一亿。

免费下载的杂志就是靠广告赢利,下载率越高,越能赚钱。这让徐静蕾喜上眉梢,“有人问我,办杂志是想自己挣钱还是想做自己的东西?这矛盾么?挣了钱,才能激发我一期一期地做下去,挣了钱才是对这个杂志的肯定。”

据了解,《开啦》第一期就靠广告收回了成本,其实第一期只有三个广告,而到了第二期广告就翻了一倍,除了徐静蕾自己代言的产品外,还有汽车、电脑、手机、数码等产品,之后每一期都有稳定的广告量。虽然现在具体的广告赢利徐静蕾没有透露,但是对于外界猜测的《开啦》一年的广告赢利可达2000万元,徐静蕾早就欣然承认,就等着年底与杂志的作者们分红了。

资源共享型

杂志、节目实现共赢

代表杂志:杨澜《澜》《天下女人》和陈鲁豫《豫约》

杨澜的《澜》《天下女人》和陈鲁豫的《豫约》都是很特殊的电子杂志,即依托名人品牌的个人电子杂志,又给自身的王牌节目《杨澜访谈录》《天下女人》《鲁豫有约》做足了推广。虽然单就电子杂志的盈利来说,这几本杂志只能说是保本经营,但杂志为节目所吸引的商机,达成共赢的经营手段,在所有明星电子杂志中首屈一指。

虽然都是主编,但杨澜、鲁豫都是依靠专门制作团队经营杂志。稍有不同的是,杨澜是杂志的出资人,而鲁豫只是依靠个人品牌经营。

作为成功的电视节目主持人、制作人以及媒体投资人,杨澜在电子杂志领域又一次做了NO.1的尝试,她在明星中最早开办电子杂志,《澜》电子杂志早在2005年12月就上线出版,每隔一周上线,至今已经出版了50多期,累计阅读人次突破1亿大关,并且已经实现运营盈利。据负责《澜》发行的计世资讯互联网产业研究部总监刘冰透露:“杨澜自己有内容、品牌、团队,广告收入就可以实现盈利,在《澜》里还不乏一些国际品牌的广告。”像

《澜》中静态或动态的一页FLASH广告的价格一般都在15万元到20万元之间。另外,还有在线购物的栏目,这又是一大盈利手段。2006年7月上线的《天下女人》也是杨澜的电子杂志团队制作推出的女性电子读物,目前《天下女人》的下载量每天都在50万~60万,虽然没有盈利,但基本收支平衡。

《豫约》电子杂志从鲁豫的视角与品位出发,标榜了为鲁豫为代表的新时代知识女性的品质生活。它温柔中夹藏锋芒,是一本为所有喜欢鲁豫、关注鲁豫,并且追求知性优雅生活的女性度身定做的多媒体杂志。它将坚持鲁豫的风格,以智慧广阔的视角,温和的姿态讲述节目内的故事、节目外的生活,实现《鲁豫有约》的影响力在网络上的二次拓宽。

杨澜和鲁豫都曾表示,办电子杂志是对美国脱口秀女王奥普拉的一个学习。但更重要的是,办个人电子杂志显然能在网络市场更好地推广她们各自的访谈类节目。当然,已经成熟并成为知名品牌的《杨澜访谈录》和《鲁豫有约》也能带动电子杂志更快地实现盈利。

昨天本是赵薇“大喜”的日子,因为她当主编的电子杂志原定于昨天上线。可为了能在众多明星电子杂志中独树一帜,赵薇决定再细致地将内容打磨一下,然后重磅出击,继徐静蕾、杨澜、鲁豫、李湘等人之后,加入明星主编的大军。为何明星竞相当主编推电子杂志,莫非当主编既能往脸上贴金又确实能掘金?记者调查后发现,目前明星电子杂志一大半不盈利,仍处于烧钱阶段。



高圆圆看重个人宣传



杨澜是杂志的出资人



《豫约》有着典型的鲁豫风格



秦岚是女主编中最轻松的

个人杂志型

没有广告,只卖给粉丝

代表杂志:高圆圆《缘来是你》、周笔畅《明星志》

今年的情人节,高圆圆推出了电子杂志《缘来是你》。但与其说是一本“杂志”,不如称其为高圆圆的“个人宣传册”,因为里面一大半内容是高圆圆的个人采访、精美图片,还有观众对她的评价、精美的短剧视频等。就连杂志中的小游戏、小测试都是专门为高圆圆量身定做的。比如设有与高圆圆合照功能,读者只要点击自己的照片再上传,就能看到自己和高圆圆的合成照片。

周笔畅的电子杂志很有笔笔的风格,实际上也是投笔迷所好,里面有许多周笔畅的爆料,透露了房祖名和陈柏霖吃不了辣、老板对同门师姐很苛刻、自己第一次改口叫邓婕阿姨为“干妈”,都是尴尬又搞笑的小故事。杂志的内容自然都是围绕周笔畅,其中有周笔畅的视频、设计的赛车游戏,更有她的漫画。这本杂志看上去也仅仅是笔迷们的“娱乐八卦”。由此看来,高圆

圆和周笔畅的杂志是很针对性地做给粉丝看的。

记者了解到,这两本杂志出自同一家公司——zbox北京鹏泰文化传播有限公司。该公司明星出版中心总监于小姐告诉记者,高圆圆、周笔畅在杂志中其实与“MODEL”(模特)无异,供摄影师拍得美美的。作为“主编”,她们只负责写序言,其他全部由公司的团队搞定。一期杂志需要投入成本5万到6万元。

记者发现,已出了两期的《缘来是你》,至今没有任何广告投放。对此,于小姐说,高圆圆本人对广告品牌十分慎重和挑剔,曾有广告商来谈过,但因为不是国际大品牌或适合的品牌,都被高圆圆拒绝了。目前,高圆圆和周笔畅的杂志都是靠网上付费下载来维持,下载一本5元钱。能收回杂志成本?于小姐委婉地说:“基本能回来。但要说有多大的利润空间,不是很多。”

烧钱保本型

先赚吆喝,再谈广告

代表杂志:李湘《相信》

李湘日前高调宣布自己主要主编一本名叫《相信》的杂志,在2008年1月1日推出。消息一传出,质疑声明显多过了期待声,因为李湘不止一次因文字出丑。李湘倒也很坦白,直接告诉大家,在这本杂志里,她作为主编需要把握的就是大方向,选题的具体执行是交给执行主编和各个部门的工作人员去做。据悉,李湘背后的团队目前已有近70人。此外,李湘还打算广约“牛人”写稿,比如王小峰、任达华、郭敬明、安妮宝贝。

从内容上来看,李湘的《相信》和徐静蕾的《开啦》比较相似,都是综合性的,融合了娱乐、时尚、美食、文化、

动漫、游戏等内容,不过娱乐新闻会是重头戏,封面也会以明星图片为主。

目前杂志正处于稿件修改、风格制定阶段,广告情况如何呢?李湘的经纪人在接受采访时说,第一期将不考虑采访的问题,虽然已经有广告商来接洽广告,但是他们不会在第一期中放广告,“以内容为主,一期一期做下去,点击率上来,广告自然就多了”。看起来,前几期他们是准备好赔本赚吆喝了。至于未来的发展,作为杂志出品人的李湘也很保守,她想得更多的也不是赚钱,而是“保本”,“如果一年可以保本,那我就继续做下去”。

粉丝帮忙,不想赚钱

代表杂志:秦岚《岚岚细语》

秦岚可以算是电子杂志明星女主编中最轻松、最洒脱的一位了,因为她的电子杂志由一大帮粉丝负责运作。更重要的是,她的《岚岚细语》不商业,也就是她不想着用这个来赚钱!

最初办这本杂志的想法并不是秦岚自己提出来的,而是一个铁杆影迷提出并主动承担下来的。杂志所设置的“岚岚档案”“夜岚人静”专栏,以及“声音”“跟踪岚岚”“岚岚在法国”等板块,都是对秦岚的贴身“跟踪”,是最详细真实的内容。秦岚要做的只是提供素材,比如自己的照片、一段话或者一段视频,然后交给公司的专人和影迷去具体实施。

一本杂志的运作肯定要考虑到盈利问题,可是对这本

《岚岚细语》,秦岚却表示她不会考虑是否盈利,因为它完全不会商业化。翻阅这本杂志,读者也不会看到其间穿插任何广告。秦岚说:“我以后可能会在杂志里面穿插一些与公益事业有关的内容,但暂时还没有放广告的念头。办杂志其实是一件很私人的事情,所以暂时不会让它往商业方向发展,而且杂志的投入也并不大,所以目前还是在把它当成一种兴趣在做。”

管理和出版一本杂志的确不能回避资金问题,不想着盈利,但每个月制作杂志的成本肯定不可忽视。秦岚的助理吕小姐告诉记者,目前杂志的资金都是由秦岚公司和粉丝合作承担的。实习生王凡

链接

“男主编”也来凑热闹

目前以传媒名人身份办电子杂志的,主要是杨澜、鲁豫、徐静蕾、李湘等女主编。不过,再过不久,这种“阴盛阳衰”的局面就会被打破。记者了解到,莫少聪、阿牛、陈冠

希、潘玮柏、任泉等帅哥也将推出自己的电子杂志。看来,虽然目前电子杂志大多不赚钱,但商家都瞄准了这块商机,毕竟它带给明星的无形价值是巨大的。