

你认为电影院的检票制度需要调整吗？本文作者对此进行了分析，探究了电影院坚持纸质票+人工检票的深层原因，与大家分享。



得益于支付宝和微信的持续努力，在线扫码付款成了日常生活消费的标准，即使路边的流动烧烤摊也不例外

但偏偏有一个地方例外：电影院

电影院其实支持网络购票，但购票后必须去影院柜台或自助取票机兑换纸质票券，然后凭票券经过人工检票口入闸

请记住两个关键词：纸质票券、人工检票

正常来说，我们理想中的流程应该是“在线购票——扫码入闸”

但就是如此简单且常规的动作硬是被电影院拉长到了“购票—兑票—人工检票—入闸”了

按理说电影院的主流群体都是年轻一族，电影院在各方面上更应该与时俱进，为何会出现这样反常规的动作呢？

下面一起来探讨揭秘...

01

笔者在网上整理了几条较为受认可的解释：

直接扫码入闸会让消费者淡化提前到场的习惯，错过精彩内容 直接扫码入闸会缩短消费者在影院大厅的时间，不利于商业导流 直接扫码的闸机成本高、且多平台购票核销技术复杂 照顾不会使用手机的小孩/老人群体 国家政策有规定必须持打印的电影票入场 ...

其中，第 1、4 项为从用户体验感角度出发；第 2、3 条从企业商业角度出发；第 5 条为硬性规定（暂未经证实故不考虑）

02

首先，我们要认清两个现实：

电影院是以盈利为目的的商业性机构 所有电影院都需要兑纸质票 + 人工检票

能看清这两点，就大致能肯定这样的操作与用户体验感无关

试想用户错过电影开头剧情、老人/小孩扫码过闸耽搁时间会造成什么影响呢？

可能会影响观众的观影心情，可能会影响观众对影院的评价，可能会...，但绝不会影响影院的正常收入，为什么？

因为线下所有影院都是这样做的，在兑票-检票环节没有任何差异，用户对不同影院间并不存在体验感好坏之分，更不必谈影响影院的正常收入了

抱怨归抱怨，该去电影院的终究还是会去电影院，抱怨也没用，因为换一家电影院还是要面对同样的“兑票+检票”流程

如若非要扯上用户体验：

扫码过闸其实更符合当前大多数年轻人的正常逻辑，即方便又高效

况且电影院也没必要为老人/小孩（小群体）的利益而放弃年轻族（主力军）的利益

03

所以，我们现在能够确定：电影院这样做的一定是有商业利益存在

第 2、4 条分别是提高收益和降低成本两方面考虑的

但显然第 4 条不太靠谱

闸机的成本真不高，有兴趣可以参考香港地铁近期的损失维修估计的报道

多平台购票核销技术也不是太复杂，我们在不同 app 买高铁票，刷身份证都能直接进站
况且采用扫码入闸影院还可以节省“取票机 + 纸质票 + 检票员”三大块人力、物力成本

04

最后的焦点其实都落在了第 2 条上，为电影院商业导流

来看一组国外机构的研究数据：电影票房和后电影产品的比例应该为 2 : 8，即电影院的收入更多来自于贩卖电影周边产品

如果我们从电影院的实际消费场景入手，这个问题会很好理解，想想生活中看电影的主要场景是什么？

情侣约会看电影 闺蜜逛街看电影 兄弟相聚看电影 家庭节假日休息看电影 一个人独自去看电影，很少见吧

这些场景有一个共通点：温馨、和谐、美好，而这类场景往往是最容易刺激产生消费的

因为电影院里，用户的焦点都集中在维系感情方面（爱情、亲情、友情），只要是有助于增进相互间感情的行为，花钱是很正常的

例如：情侣一起买两杯网红奶茶；闺蜜一起去迷你唱吧嗨一曲；兄弟一起躺按摩椅上享受 5 分钟；全家买一大桶爆米花

如果我们能再用心一点，还可以发现：

电影院除了卖电影票，更多的是奶茶/爆米花、电影同款/纪念品、按摩椅、娃娃机、迷你 ktv、书吧...

是不是也都倾向于轻松、温馨、愉悦的用户体验，与电影院本身的消费场景相吻合

并且这些周边产品相比电影院外的同类产品来说利润更高，例如电影院内外的爆米花价格可能相差 10 倍，但更重要的是用户并不介意价格

这些周边消费品都是为了匹配电影消费场景而生的，也只有电影院场景才更利于消费这类产品

电影院与这些周边产品共同构建了电影院内独有的消费场景

我们即使把地铁站与电影院布置得完全一样也很难带来附属收入，为什么？

场景不一样

地铁站里都是匆匆忙忙的上班族，想到都是早点到家到公司，任何额外的消费都会干扰行程，完全没有消费欲望、驱动力

05

完美匹配的消费场景 + 利润高 + 用户不介意消费

既然如此，电影院肯定要好好利用这样一个聚宝盆，毕竟影院 80% 的利润都来源于此

电影院的空间主要分为观影厅区域和售票大厅区域两块

观影厅区域光线较暗且不能高分贝广告宣传，可利用空间不大

而售票大厅却恰恰相反，所以，前面提到的所有影院周边商品几乎都集中在售票大厅

我们再来仔细看下两种检票动作下的流程

人工检票：抵达影院—取票—等待—验票—观影 电子扫码：抵达影院—验票—观影

如果采用扫码入闸，观影用户大多会选择踩点到场，直接扫码入闸观影，停留在售票大厅的时间极短

甚至对年轻用户来说，售票大厅只是一个通道，何来附加消费之说

如果换作人工检票模式呢？

首先：正如前面所说，人工检票时，用户担心取票检票过程耗时，往往会提前到达电影院，这就增加了用户呆在售票大厅（即影院特有的消费场景）的时间，提高了消费概率

其次：我们如果仔细研究这两种过程，会发觉“扫码取纸质票—人工检票”这两个阶段的仪式感十足

纸质票：这不正是周末打卡拍照的必备吗，如果换作扫码入闸，难道将自己的电子码截图发朋友圈？

人工检票：检票时会莫名产生一种期待、兴奋的感觉（想想高铁车门、飞机闸门的人工检票），另外工作人员亲切的语音指引也会带来备受尊重的体验

不管是纸质票券还是人工检票，都与前面提到的电影院温馨、愉悦、美好的独有消费场景十分契合，对刺激用户消费有益

而反观扫码入闸，简单粗暴的机械化动作，与整个影院的消费场景格格不入

这个时候再谈提升过闸效率则更是无趣，你有见过电影院检票闸门需要排几分钟的队？

06

OK，简单总结下笔者观点

影院采用“纸质票+人工检票”模式是为了商业导流 影院的绝大部分收入来源于电影周边产品 电影院和周边商品相互匹配，共同构建了影院独特消费场景 “纸质票+人工检票”能延长用户在影院消费场景中的停留时间，且与消费场景极度契合

以上内容仅为笔者愚见，欢迎不同意见者交流

作者：浊水溪边；公众号：运营砖家（ID：yyzj19）

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议