

电影营销要有底线 艺术质量才是关键

一条借钱短信引发思考

文体社会

日前，不少人向本报记者爆料称收到一条借钱短信，短信中以娱乐圈人士大鹏口吻，谎称公司运转不周，留下电话号码意图借钱（见图）。被不少网友举报后，相关人士才澄清，这个“诈骗短信”是为大鹏主演的电影《父子雄兵》所做的营销手段。

近几年来，随着中国电影产业的持续火热，电影营销也从传统渠道逐渐拓展。从路演、微博转发、整蛊贴片，再到娱乐宝“投资平台”，人们对营销策略和营销方式越来越关注。但是，随着手段的花样百出，营销的底线也越来越低。除了“诈骗”短信之外，“床戏”“吻戏”“壁咚”都成了博人眼球的关键词。不少业内人士冷静指出，营销对电影票房并无决定性作用，关键还要看片子品质。

价格不菲

根据艺恩网的数据，2015年中国电影票房突破440亿元的同时，当年的电影宣发市场规模突破38亿元，较2014年同比增长15.2%，这一数值在2016年达到46亿元。市场整体上涨当中，新媒体营销这一领域成为国产影片宣发的突出增长点，其规模在过去5年间增长了8倍，从2011年的1亿元，增长到2016年的10亿元的量级。

马上评

走出新路

和所有商品的宣传推广一样，电影营销的手段也正随着社会、市场和科技等进步而不断变化、发展。

不难看出，宣发成本的提高只是表象。当前，国产电影的营销更应关注的，是在结合本土观众的实际消费需求上，选择合理的

记者了解到，每部影片的宣发成本中发行花钱最多，其次是做活动（路演、发布会），然后是物料（剧照、海报）。2012年上映的《泰囧》虽然总投资不高，但是宣发成本占比达到总成本的一半，足有3000万；2014年，投资5亿的大片《西游记之大闹天宫》，其宣发费用更是突破了1.4亿元。两部电影的票房为12.7亿和10.46亿人民币。电影市场研究专家蒋勇就认为，营销主要是为了覆盖影片主创主演的知名度、影片的品牌价值、引发话题的热议度和持续性等。

应有底线

“第七”是某网络营销公司负责人，他的团队曾成功打造了《黄金大劫案》《寒战》《少年派的奇幻漂流》《西游降魔篇》等多部影片的官方微博。以他的团队为例，负责创意的

“第七”领衔，将整个营销运作分为两大块。一部分人负责平台运营，他们对整个电影项目进行分析、把控宣传内容和方式；另外一部分人负责物料，他们中有设计师、剪辑师、程序员等等，大部分都是兼职的。

对于如今以夸张的文字表述，追求弹眼落睛的营销效果，“第七”嗤之以鼻。他说：“中国电影的商业化起步较晚，在一些人的印象中，电影营销只是海报和软文，才催生出那些千奇百怪的营销点。”“第七”认为，随着中国电影市场的逐步成熟和新生代产业人的加入，利用观众猎奇心理来追求曝光率的手段终将淘汰，那些富有创意性质的趣味宣传手段，有望成为营销亮点。

质量关键

有资料表明，好莱坞电影产业的总收益，20%来自于银幕营销，

策略和布局。

国外有些营销模式，经历数年嬗变，能从观众的角度出发，有效引导消费需求。而中国电影应该从跟随、模仿中走出自己的新路，助力国产电影获得应有的票房回报，也让国内电影市场的平稳发展多一种动力。

80%来自于非银幕营销。不少院线经理认为，现在的观众都变聪明了，即便电影宣传攻势再强，他们也会通过别的渠道了解后再去观看。所以营销对于影片票房来说，只能是锦上添花，并不能起死回生。

“第七”做过的多部片子都票房大卖，但他仍不敢为影片营销下定论。“我们也算运气好，接触的多为大片，所以还没有足够的案例来证明，新媒体等营销手段一定对票房影响很大。”

事实上，“第七”的团队还曾帮《查无此人》《边境风云》等中小成本电影做过微博营销，其中《查无此人》还做到了当月微博话题榜第一名，但对票房并没起到什么作用。“我觉得关键还在影片质量。依靠营销把前期话题炒热、知名度打响之后，依然要靠观众口碑，才能把票房推上去。”本报记者 张艺

《笑声传奇》让新老笑星同台

本报讯（记者 俞亮鑫）昨天，东方卫视原创大型喜剧竞技秀《笑声传奇》在苏州举行开播发布会，蔡明、常远、大兵、白凯南等笑星亮相现场，他们在节目中与喜剧新人同台飙技并奉献了各自的精彩表演。

《笑声传奇》由《笑傲江湖》金牌团队全新打造。它让喜剧明星面对喜剧新人的挑战，同台飙技，旨在以传承、致敬喜剧经典的方式，以老带新，推动喜剧艺术的发展与创新。蔡明表示，她一开始是拒绝的，最后说服自己的动力是“想跟年轻的喜剧人学习，想挑战自己”。宋小宝表示：“我不敢往下看，我怕我控制不住我自己，感情太澎湃太有冲击力了。”据悉，《笑声传奇》将于16日起开播。

《择天记》定档4.17 燃情开播

本报讯（记者 孙佳音）由腾讯影业、企鹅影业、柠萌影业、柠萌悦心、芒果TV、阅文集团联合出品，鹿晗、娜扎领衔主演的古装青春偶像剧《择天记》，昨天正式曝光“逆天改命”版定档预告及“少年·见影”版定档海报，宣布将于4月17日燃情开播，登陆湖南卫视“青春进行时”周播剧场。

同时曝光的还有“少年·见影”版海报。此次择天记的定档海报邀请到有“摄影诗人”之称的著名摄影师孙郡亲自操刀，风格独树一帜，视觉极具写意美学。

2017

04.08 SAT

20:00

锦江国际 荣誉呈现

水蓝、吴蛮与 SSO

LAN SHUI WU MAN & SSO

上海交响乐团

SHANGHAI SYMPHONY ORCHESTRA

LAN SHUI WU MAN

CONDUCTOR 水蓝 指挥

PIPA 吴蛮 琵琶

SSO SHANGHAI SYMPHONY ORCHESTRA 上海交响乐团

音乐总监：余隆

Music Director: LONG YU

上海交响乐团音乐厅·主厅

SHANGHAI SYMPHONY HALL CONCERT HALL

锦江国际

Season 2016-17

阿纳托尔·利亚多夫

《魔湖》，作品27

ANATOL LIADOV

The Enchanted Lake, Op.62

叶小纲

琵琶协奏曲

YE XIAOGANG

Pipa Concerto

柴可夫斯基

《小调第一交响曲》，作品74「冬日梦幻」

TCHAIKOVSKY

Symphony No.1 in G minor, "Winter Daydreams"