

文化娱乐现象 述评

中国广告“漂洋过海”
植入美剧“回到家来”

防止虚假产品宣传“外流”愈显重要

继中国品牌的服装、牛奶、电脑等在《变形金刚2》《变形金刚3》中集体亮相之后,在全球热播的美剧《生活大爆炸》中,近日也出现了中国的广告。在该剧第五季第17集中,“科学天才”谢耳朵和他的朋友们继续“卖萌”,而他们面前茶几上则摆着“漂洋过海”而来的中国品牌的牛奶广告。由此,中国广告植入外国影视剧成了人们热议的话题……

“出口”意在“内销”

在《生活大爆炸》中,中国的牛奶产品广告出现在谢耳朵家中的茶几上,这一镜头持续了约三分钟,没有台词点明,甚至连个特写也没有,这与去年好莱坞电影《变形金刚3》中出现的中国牛奶广告不仅有特写镜头,甚至有演员台词吆喝相比,显然还不够给力,但这个镜头立刻在微博上引发了热议。不少眼尖的剧迷们还发现其他美剧也有类似中国产品植入广告,比

如在军事题材的《反击》第4集中,在美军的大本营中就出现了来自中国的电脑品牌。

中国广告为何青睐美剧?如这是想“借船出海”进军国际市场,恐怕是自欺欺人。实际上,这些美剧虽然没有在中国的电视荧屏上公开播映过,但却在国内各大视频网站上被引进并热播。美剧在中国网民中影响不小,这使得中国企业不再把眼光只放在国产电视剧上,而是把大笔广告费砸在了美国片商身上,干脆来个“出口转内销”。有消息说,该牛奶品牌与美剧《生活大爆炸》的合作还将持续半年时间。

瞄准更多目标

中国品牌广告热衷于进入美剧,显然看中的是美剧在中国网民中的影响力。喜欢看美剧的大多是年轻白领,拥有一定的消费能力。其次,中国广告喜欢植入美剧,还有其成本低的优势。据促成这些中国品牌和美国影视剧结缘的幕后推手——北京影工场公司总裁刘思汝说,中国企业进军国外影视剧是整个植入广告市场的新机会。随着国内视频网站纷纷购买美剧版权,美剧收视正在国内合法化,它们的植入成本也比大片更低,广告投入费

用不高,但回报不错。广告植入美剧比植入好莱坞电影更加实惠。据悉,该公司瞄准的植入目标还有《特种部队2》《敢死队2》《钢铁侠5》等16部海外大片及热门美剧。其中,一家中国服装品牌已被植入最新一季的美剧《绯闻女孩》中。

质量把关重要

据业内人士介绍,植入式广告在欧美影视片中非常普遍,随着中国经济不断崛起,中国元素进入乃是大势所趋。细心的网友发现,如今美剧中的中国元素已变得层出不穷,不仅有中国菜、中国功夫等“经

典元素”,连开口说中文的美剧明星也越来越多,如《生活大爆炸》中的主人公们极爱说普通话,第一季首集就有霍华德说的“洗个痛快澡”,笑料令人捧腹。在最新一季中,谢耳朵除了喝中国牛奶,还戴上耳机学起了普通话。如今,接连在美国影视剧中出现中国广告,让中国元素变得更加丰富多彩。据推算,中国植入广告市场现在每年以40%至50%的速度猛增,这种爆发式增长已催生了一大批专门从事品牌营销的传播公司。可见,中国元素在美剧中已渐成一种时髦。

眼下,这些中国广告的海外植入都靠“出口转内销”来争夺国内市场,随着时间推移,进入国际市场的中国品牌会越来越多,世界各国对中国品牌的关注度也会越来越高。但鉴于国内一些品牌时常闹出质量风波,一些明星频频闹出为虚假广告代言的丑闻,谁来为这些“漂洋过海”的中国广告进行质量把关就显得十分重要了。否则,一旦出现染色馒头、地沟油、瘦肉精、毒牛奶、霉大米等事件,脸就丢大了。

首席记者 俞亮鑫

用明星吸引年轻人

电影《钱学森》座谈会昨举行

本报讯(记者 张艺 实习生 李思娜)昨天,在上海电影家协会主办的电影《钱学森》观摩座谈会上,导演张建亚以及20余位影协的电影工作者,就该片进行了探讨。

会上有专家指出,主旋律是作品的主旨,而非作品的艺术性,并非因为主旋律题材,就有了成功的保险单,这就是那些平庸劣劣的所谓主旋律电影被忽视被抛弃的原因。导演张建亚表示,自己在准备之初就与监制黄建新商量,一定要用明星来吸引年轻人,于是,就有了陈坤版最帅的钱学森以及张雨绮版的蒋英,这两位年轻演员的表演得到了与会专家的肯定。专家们认为,有演技的明星能够跳出最表面的形似,用心去演绎主旋律影片,与人物的神似比形似更能吸引观众入戏,通过明星演出引导年轻观众了解主流文化。



■陈坤版钱学森和张雨绮版蒋英

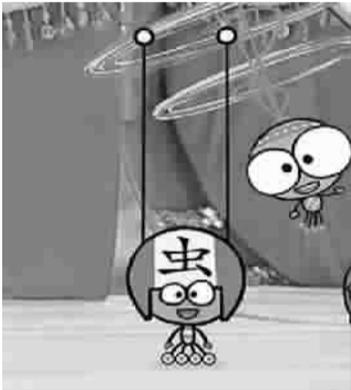
《孔子》亮相日本荧屏

儒家精神抚慰震后伤痛

本报讯(记者 俞亮鑫)中国大型连续剧《孔子》前晚起在日本卫视进行全球首播。今年恰逢中日邦交正常化40周年,《孔子》首播得到了日本各界广泛关注。

35集《孔子》在日本卫视每逢周一和周二傍晚六点至七点播出,覆盖全日本4200万户家庭。《孔子》DVD也同步发行,5月份还将安排在日本最大有线电视公司J.com旗下的银河频道播出。

日本卫视编成部主管樋口佑子表示,去年大地震给日本人民带来了很大的心理冲击,现在人们越来越重视彼此之间的纽带关系。而孔子主张“恕”,即为他人着想的思想,恰好是当下日本社会最需要的价值观念。



■教汉语的卡通小蜜蜂

图 TP

“小蜜蜂老师”唱歌做游戏
BBC将播动画教汉语

本报讯(记者 罗震光)英国广播公司BBC日前宣布,将在电视上以动画片的形式播出汉语教学动画节目,教授英国4到6岁的孩子学习汉语。

在动画片中,一个名叫“伟”的小蜜蜂动画形象将通过唱歌和游戏来教授孩子们简单的汉语单词和数学,包括从1数到10的计数,“你好”“谢谢”“猫狗”“船”和

各种色彩之类的单词。

近年来,英国一直在热议将汉语当作必修的语言之一,利兹大学中文学讲师威特曼博士表示,汉语学习对孩子来说不是那么困难的事情,因为“汉语是讲究音律的,很容易被模仿和用童谣、唱歌来学习,虽然有人一直在诟病中国教育是死记硬背,但是对孩子来说,加强重复还是很有

效果的”。美国著名投资银行高盛认为中国将在2027年取代美国成为世界经济的主导,这也使得能说一口流利的汉语成为英国工人渴望拥有的一项技能。现在英国已经有很多学校在开设传统法语、德语和西班牙语课程时,也开始在中学毕业考试中提供汉语考试。

由于汉语教师的数量,因此针对低龄儿童的启蒙教育中,动画片教学将在很长时间内扮演重要角色。有市场分析人士认为,这对中国动画企业而言,将形成一个全新的市场。



■姜焯

《浮城谜事》主演昨在京亮相

姜焯“秘密武器”
带来阳刚之气

本报讯(记者 张艺 孙佳音)昨日,导演姜焯携新片《浮城谜事》(原名《谜》)主演朱亚文、郝蕾、秦昊等人在北京亮相,为尤伦斯艺术中心举行的姜焯影展揭幕。这也是姜焯新片《浮城谜事》首次公布阵容班底,由于朱亚文是影片中的“解谜人”,此前一直作为“秘密武器”被藏于幕后。曾以《春风沉醉的夜晚》《紫蝴蝶》《苏州河》确立自己第六代导演领军人物地位的青年导演姜焯,自2006年因电影《颐和园》“违规参赛”被禁以来,在国内几乎“销声匿迹”。

时至今日回归国内影坛,此次发布会是他5年来首次在国内正式亮相。

从影展的影片来看,姜焯此前起用的男主角贾宏声、郭晓冬、刘烨、秦昊等人都以气质颓废阴柔为主,新片主角朱亚文却是姜焯的影片带来了罕见的阳刚之气。朱亚文因电视剧《闯关东》中血气方刚的朱传武一角走红,随后又在《高粱红了》《情系北大荒》《我的娜塔莎》一系列的电视剧中树立了硬朗的形象。姜焯表示,朱亚文的形象特别适合剧中的角色,在表演中展现了

多种可能性。

《浮城谜事》原暂定名为《谜》,讲述了由一桩牵涉小三事件的离奇车祸命案引发的现代都市情爱事件,探讨“男人为什么会出轨”这个话题,朱亚文饰演的角色深度介入这桩离奇命案,并成为最后的解谜人,在影片中起相当关键的作用。朱亚文介绍,他这个角色的具体身份仍没有确定,还需由导演来做最后定夺,但在影片中,通过他抽丝剥茧的调查和探讨,这桩“浮城谜事”将会慢慢展现其清晰的脉络,呈现最终的答案。



■朱亚文

图 TP



■《夫妻那些事》剧照

图 TP

稳居卫视收视冠军宝座

《夫妻那些事》观众有共鸣

本报讯(记者 俞亮鑫)由陈数、黄磊、梁静、闫汉彪联袂主演的连续剧《夫妻那些事》开播后,收视率一路飙升,最新单集已达2.41%,稳居全国卫视收视冠军,在腾讯、优酷、搜狐等视频网站上,该剧均居热播电视剧榜首,全网总播放量超7.5亿次。今晚,该剧在湖南卫视温情收官,明天将在央视八套黄金档接力开播。

《夫妻那些事》讲述唐鹏、林君

这对本来坚定的“丁克”夫妻,在漫漫“造人”之路上的悲喜轶事。剧中将婚姻和生活中的难题:如丁克家庭、中年危机、空巢老人、婆媳矛盾、女强男弱、婚外恋情、离婚再婚等社会现象一网打尽,引发了众多观众的共鸣。剧中的故事、人物和台词迅速燃遍微博和各大论坛,一场关于“生不生?何时生?跟谁生?”的婚孕话题大讨论风起云涌。观众看《夫妻那些事》,聊夫妻那些事,已成一大热点。