"Звездные войны: Пробуждение силы" позволили китайским кинематографистам увидеть огромный потенциал и бесконечное светлое будущее китайского кинорынка, а также заставили их почувствовать давление и кризис.

Фэн Сяоган, известный режиссер с материка, сказал на благодарственной конференции Ассоциации режиссеров: ""Звездные войны: Пробуждение силы" собрали более 400 миллионов юаней за один день и более 1 миллиарда юаней за три дня. Розенберг действительно не может найти себе соперников, но отечественное кино должно держаться!"

Конечно, на китайском кинорынке, где количество экранов все еще растет, эти рекорды вскоре могут обновляться один за другим, и значение и ценность так называемых "рекордов истории кино" также являются предметом обсуждения.

Но нельзя отрицать, что эти данные могут отражать популярность "Звездных войн: Пробуждение силы" в Китае со стороны, и это также позволяет Дюку продолжать занимать позицию общего чемпиона по кассовым сборам китайских фильмов, которую он занимал со времен "Властелин колец 3: Возвращение короля".

Продвигая результаты на китайском рынке, Дюк также специально попросил Тину Фей найти некоторые результаты анализа из североамериканских СМИ, и разместить их в средствах массовой информации и Интернете здесь и продолжил развивать тему "Звездные войны: Пробуждение силы".

"Можно сказать, что "Звездные войны: Пробуждение силы" устанавливают эталон для всех серий фильмов с точки зрения разнообразия актерского состава. Китайские актеры, такие как Ву, а также латиноамериканские актеры Оскар Айзек. Этот фильм также является сериалом с самой слабой "мужской гегемонией" в блокбастерах того же типа. У актрис также есть хорошая возможность продемонстрировать свое мастерство."

"Это важный урок, который стоит извлечь из Голливуда у них не только разные главные роли, но и в этих ролях есть кровь и дух, и они не будут намеренно угождать им."

В сообщениях по этому поводу, появившихся в китайских СМИ, также специально приводились некоторые североамериканские данные: "49% аудитории "Звездных войн: Пробуждение силы" в Северной Америке составляют женщины, а 37% этнического состава составляют латиноамериканцы, 35% белые и 24% азиаты. Десять процентов имеют африканское происхождение, а также представители других рас."

На самом деле, это также одна из причин, по которой "Звездные войны: Пробуждение силы" хорошо продавались в Северной Америке, где более 70% аудитории не были белыми.

На фоне растущей доли азиатской и латиноамериканской аудитории. Подчеркивание разнообразия - очень экономически выгодное средство.

Каждый, кто идет в кинотеатр, чтобы посмотреть "Звездные войны: Пробуждение силы", может найти на экране определенного персонажа, который дает им ощущение идентичности. Тяжелая работа Дюка в главных ролях помогла фильму привлечь большое количество поклонников в Южной Америке и других частях мира.

Точно так же, если экономика этих чернокожих стран будет достаточно развита, Дюк также возьмет сыграть главную роль афроамериканца. Жаль, что почти все страны, в которых преобладают чернокожие, являются синонимами хаоса и нищеты.

Чтобы привлечь внимание к рекламе, компании и люди, стоящие за фильмом, всегда могут создать множество тем.

"Звездные войны: Пробуждение силы" стали хитом в Китае, и Дюк также был занят рекламными объявлениями в Китае. Темы, которые продолжали сниматься в Северной Америке, также были впервые переданы Warner Bros. на другую сторону Тихого океана, чтобы усилить собственную ауру фильма.

Человеком, который встал на этот раз, был Стэн Ли, то, что он сказал, - старая тема. Такие темы уже давно появлялись у топ-менеджеров Marvel Comics и Duke's desk, но они впервые стали достоянием общественности в средствах массовой информации.

"Кроссовер вселенных "Звездных войн" и "Марвел", можно ли реализовать такие фантастические идеи?"

Это одна из самых горячих тем о взаимосвязи между Северной Америкой и Китаем после начала новой недели.

Теперь Lucasfilm и Marvel Pictures принадлежат Дюку, и многие фанаты гадают, позволит ли Дюк двум кинематографическим вселенным пересечься на экране.

Во время рекламного мероприятия для Marvel североамериканские СМИ спросили Стэна Ли об этом, Стэн Ли настроен оптимистично по этому поводу: "Я не знаю, сколько персонажей можно включить в фильм. Но если Дюк думает, что это сработает, он определенно сможет найти способ скомпоновать две вселенные."

Это также традиция Marvel - позволять нескольким независимым персонажам пересекаться в одном фильме. "Мстители" - один из них. Стэн Ли также сказал: "В "Мстителях" Дюк делает нескольких супергероев одной командой. Мы можем привлечь больше персонажей, чтобы присоединиться к нам. Что, если Люк Скайуокер тоже член Мстителей, как интересно!"

Если два главных IP-адреса уровня вселенной Marvel и "Звездных войн" объединят усилия, действительно трудно предсказать будущее.

Конечно, Стэн Ли сказал это по просьбе Дюка, а также для продвижения "Звездных войн: Пробуждение силы" и "Мстителей 2: Проект Альтрон", которые выйдут в мае. Судя по собственному плану Дюка, даже если этот "кроссовер" удастся реализовать, его придется ждать много лет.

Что касается иррациональности этого поступка, то это вообще не проблема.

Пока прибыль достаточно высока, независимо от того, в какой вселенной он находится, можно добавить в любую другую, так что ему не нужно беспокоиться о том, чтобы испортить чувства фанатов.

Для продвижения и маркетинга "Звездных войн: Пробуждение силы" он занимает почти все основные позиции китайского интернета и традиционных СМИ.

Если человек открыл различные приложения на этой неделе, он может быть удивлен тем, что плакаты "Звездных войн: Пробуждение силы" заняли свои первые рекламные позиции, от "Вы голодны", "Чернильная погода", до qq space, Sina Weibo, до такси Диди и Куайди, почти никого из них не пощадили.

На улицах вы также можете увидеть множество элементов "Звездных войн".

От планировки торгового центра до товаров в магазине, если вам случится проходить мимо Royal Le Méridien Shanghai Shimaо в последние два дня, вы все еще можете увидеть два световых меча, стоящих на верхнем этаже и направленных прямо в небо.

Теперь на любой фильм, выпущенный в Китае, голливудские производственные и дистрибьюторские компании должны возлагать большие надежды. Каждый год вводится не так много квот. Поскольку они так усердно работали над тем, чтобы привезти фильм в Китай, Дюк и Лукасфильм, естественно, надеются, что смогут продать его по хорошей цене.

Когда "Звездные войны" были выпущены в первый раз, китайский кинорынок был еще очень мал. Кроме того, сам сериал "Звездные войны" существует уже несколько лет, и научно-фантастические элементы и грандиозное мировоззрение в нем не имеют почвы для развития в Китае, поэтому "Звездные войны" стали киносериалом в Китае вообще без аудитории.

Несколько лет назад, казалось бы, широко распространенный лозунг "Да пребудет с вами Сила" не имел практического значения для большинства китайских зрителей.

Какая аудитория сейчас смотрит фильмы в Китае? В последние несколько лет Дюк позволяет профессиональным компаниям собирать соответствующие данные. Молодые люди рожденные в 80-х и 90-х годах, которые никогда не пережили эпоху "Звездных войн", приносят 77% кассовых сборов для китайских фильмов.

Пять лет назад, несомненно, существовал огромный разрыв между основной аудиторией Китая и "Звездными войнами".

Подумайте о начале, которое герцог подарил Кэтрин? Самая большая задача для Кеннеди и Lucasfilm - использовать различные маркетинговые ресурсы, чтобы восполнить этот пробел в сотрудничестве с Time Warner.

По крайней мере, такие виды маркетинга должны быть способны пробудить у людей любопытство и заставить их пойти в кинотеатр, чтобы почувствовать крещение силой.

Поэтому стратегия Lucasfilm состоит в том, чтобы позволить элементам "Звездных войн" занять все внимание общественности с помощью различной пропаганды и производных, а также использовать различные поводы и фанатов для запуска тем.

Короче говоря, насколько могут видеть глаза и слышать уши, это все звездные войны.

Можно сказать, что все это планировалось давно, начиная с покупки Дюком Lucasfilm.

И долгосрочные неустанные усилия также являются одним из основных условий для того, чтобы "Звездные войны: Пробуждение силы" взорвались в китайском прокате.

Кроме того, успех фильма в Китае также неотделим от продвижения партнеров. Среди многих партнеров Дюка и Lucasfilm есть транснациональные компании, которые имеют долгосрочные отношения сотрудничества с Дюком. Например, Lego, которая производит игрушки, всегда была крупным производителем и продавцом фильмов Дюка. Из Китая Yili был одним из главных спонсоров с тех пор, как он снял и спродюсировал "Трансформеры".

Будь то Lego или Yili, у всех них есть общая черта, то есть у всех у них есть сильные каналы розничной торговли, и у них есть средства и возможности для проведения высокоинтенсивного

и плотного маркетинга, который может оказать некоторую помощь "Звездным войнам: Пробуждение силы".

Поэтому нетрудно представить, какая грандиозная сцена будет, когда "Звездные войны: Пробуждение силы" выйдет в Китае, и все предприятия будут сотрудничать с заранее установленными датами выхода Lucasfilm и Warner Greater China, чтобы начать его продвижение.

Среди всех кооперативных производителей, возможно, крупнейшим, кто набрал обороты для выпуска "Звездных войн" в Китае, является Yili. Эта компания напечатала изображения Штурмовика и bb-8 на своих рекламных плакатах и разместила их почти во всех рекламных местах, которые можно представить, от станций метро, автобусных станций, газет, супермаркетов, торговых центров, круглосуточных магазинов до различных мобильных приложений и кругов друзей.

Yili даже нашла танцоров на Weibo и многих китайских знаменитостей для размещения рекламы.

Конечно, это также хорошая возможность для продвижения Yili.

С точки зрения каналов это наиболее полное исследование, проведенное Yili. За исключением того, что Вэй Кези не уложился в график, все категории Yili также участвовали в этом сотрудничестве, и реклама получила более чем в десять раз больше обычного внимания.

В последующие несколько дней "Звездные войны: Пробуждение силы" продолжали стремительно продвигаться в Китае, и кассовые сборы за один день никогда не опускались ниже 100 миллионов юаней. Когда он был выпущен в течение целой недели, совокупный китайский кассовый сбор превысил 1,5 миллиарда юаней.

Это также самый быстрый кассовый сбор в истории китайского кино, побивший рекорд в 1,5 миллиарда.

Столкнувшись с такими сверхвысокими кассовыми сборами, местные создатели фильмов тоже зашли в кинотеатр, чтобы посмотреть, но многие из них были в цветных очках.

Например, Фэн Кэннон публично заявил в интервью, что "Звездные войны: Пробуждение силы" были очень уродливыми. Через 20 минут после открытия он не выдержал и решил покинуть шоу пораньше.

Такая критика тоже в чем-то хороша, в конце концов, никакая пропаганда не может долго раздувать одну и ту же тему.

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1841472>