

## 179. Запуск краудфандингового сайта

Начиная с 17 числа, когда был арестован Ван Бинь, и заканчивая 20 числом, всего за 3 дня отечественный шоу-бизнес пережил ураган. Многие звёздные артисты были обвинены в соучастии с этой арестованной суперзвездой. Некоторых даже полиция проверяла. Их репутация и планы на будущее были разрушены.

В один миг все звёзды впали в панику и даже практически перестали проводить различную рекламу и раскрутку, чтобы никто о них не вспоминал.

А на блог-платформе Волна царил настоящий разгул тёмных сил. Различные VIP-пользователи и пиар-аккаунты накаляли обстановку, распуская всевозможные слухи и ставя ни в чём не повинных артистов под удар.

Хоть Столичное спутниковое телевидение и не являлось артистом, оно тоже попало под удар.

На самом деле не таким уж необоснованным оказался удар по Столичному телевидению, потому что ещё полмесяца назад руководство телестанции обнародовало новость о приглашении на вечер, посвящённый национальному празднику, таких авторитетных звёзд, как Ван Бинь и Чэнь Фэйр, даже взяло у Ван Биня эксклюзивное интервью в качестве рекламы этого события.

Кто бы мог подумать, что в итоге Ван Бинь доставит такие большие неприятности!

Несмотря на то, что официальный представитель Столичного телевидения опубликовал в блоге сообщение, что все отношения сотрудничества с Ван Бинем были разорваны, а его номер заменили на другой, однако это все равно оказалось бесполезным.

Потому что средства массовой информации опубликовывали сенсационные новости об употреблении Ван Бинем наркотиков не один и не два дня назад, а уже давно начали публиковать подобные новости.

Будучи местным царьком столицы, неужто Столичное телевидение и впрямь ничего не знало о Ван Бине?

Оно знало о положении дел, но все равно пригласило участвовать Ван Биня в таком важном мероприятии. Разве это не способствовало отрицательной атмосфере в шоу-бизнесе?

Некоторые даже упрекали Столичное телевидение за то, что оно забрасывало камнями и так уже лежащего Ван Биня.

Все эти укоры и осуждения по сути не имели твёрдой опоры, но интернет был так устроен, что даже необоснованная критика могла подпортить репутацию. Тем более некоторые целенаправленно накаляли обстановку, ставя в неловкое положение Столичное телевидение.

Но Столичное телевидение было не из робкого десятка. Оно очень быстро ответило на общественное мнение. Прежде всего руководство опровергло в блоге различные неправдивые слухи. Кроме того, оно призвало всех звёзд шоу-бизнеса вести себя добросовестно и сдержанно.

21 сентября в 8 часов вечера, когда вся шумиха вокруг Ван Биня постепенно начала утихать, Столичное телевидение опубликовало на блог-платформе Волна одно видео.

Это было довольно любопытное видео – была снята проходившая 17 числа во второй половине дня репетиция вечера в честь национального праздника в телестудии Столичного телевидения.

А главным действующим лицом в видеоролике являлся Лу Чэнь!

Руководство телестанции обрезало видео, оставив только выступление Лу Чэня с двумя песнями «Люблю тебя, Китай», а также создало в сообщении голосование для всех пользователей блог-платформы Волна.

Суть голосования была проста – какая из двух патриотических произведений с одинаковым названием тебе больше нравится?

А в конце сообщения руководство телестанции заявило, что от выбора зрителей будет зависеть то, какую песню исполнит Лу Чэнь на вечере в честь национального праздника!

Опытные люди понимали, что это сообщение, несомненно, являлось частью пиара Столичного телевидения, чтобы отвлечь общественность от Ван Биня или, по крайней мере, не приплетать к нему Столичное телевидение.

Но этот способ отвлечения внимания вовсе не вызвал ни у кого неприязни, наоборот, показался весьма интересным.

Поэтому оба произведения Лу Чэня привлекли внимание большого числа людей. Количество просмотров и комментариев к видео стремительно росло.

В 20:24 Чэнь Фэйр сделала репост этого сообщения и написала, что проголосовала за вторую песню!

Помимо Чэнь Фэйр, немало и других людей из шоу-бизнеса и деловых кругов сделали репост и оставили комментарий. Вдобавок руководство Столичного телевидения тоже подгоняло волны, поэтому вскоре эта тема разговора стало популярной.

К 10 часам вечера в голосовании уже приняли участие более 200 тысяч человек!

Самыми взбудораженными всё-таки были фанаты Лу Чэня.

На блог-платформе Волна всю группу поддержки Лу Чэня- VIP-сообщество Войско Лу – зафлудили недавней новостью.

Абсолютно все фанаты, поддерживавшие Лу Чэня, полностью одобрили опубликованный Столичным телевидением видеоролик!

«Дяденька Лу Чэнь могуч!»

«Наш малыш Чэнь становится всё круче и круче. Обе песни хороши. Не ожидал, что он способен написать патриотическое произведение!»

«Разве первая песня – патриотическое произведение? Она явно больше к поп-музыке имеет отношение. А насчёт второй песни у меня просто нет слов. Преклоняюсь перед ней!»

«Чэнь Фэйр сказала, что ей вторая песня понравилась. Мне тоже она нравится».

«Неужто Лу Чэнь вместо Ван Биня выступит? Надо непременно посмотреть национальный вечер Столичного телевидения!»

«Надо непременно посмотреть +1!»

«Столичное телевидение – это сущий пустяк. Лу Чэнь обязательно в будущем попадёт на новогоднюю передачу на Центральном телевидении!»

«Будем ждать новогодней передачи на Центральном телевидении».

По сравнению с обычными фанатами, многие люди из деловых кругов давали более профессиональную оценку.

Чэнь Гудун, который ради альбома Лу Чэня «Ты мой сосед по парте» опубликовал впечатляющий пост «Молчаливое большинство», восхищался: «Лу Чэнь уже прославился своими оригинальными народными песнями, а теперь ещё неожиданно написал такие яркие патриотические произведения, музыкальным богатством которых я очень восторгаюсь».

«Что касается голосования Столичного телевидения, то я действительно нахожусь в большом затруднении и после долгих размышлений так и не принял окончательного решения».

«Если говорить только об отличительных особенностях, присущих патриотическому произведению, то вторая песня, вне всякого сомнения, выигрывает. Но первая песня умело сочетает в себе жанры патриотического произведения и поп-музыки, она насыщена смелым духом новаторства!»

Он сообщил: «Мне обе песни Лу Чэня понравились, даже очень сильно понравились. Если бы я мог принимать решение, то я бы разрешил обеим песням зазвучать на сцене, но, очевидно, это невозможно, поэтому я не стал принимать участия в голосовании».

Чэнь Гудун не принял участия в голосовании, зато великое множество остальных людей проголосовало за одну из песен Лу Чэня.

В итоге вторая песня «Люблю тебя, Китай», которую Лу Чэнь исполнил без аккомпанемента, после двух дней голосования с решительным результатом в 72,89% одолела первую песню «Люблю тебя, Китай», получившую всего 27,11% голосов.

Огромное количество людей оценило одарённость и способности Лу Чэня. Благодаря такой раскрутке, выполненной Столичным телевидением, число подписавшихся на блог Лу Чэня увеличилось до 6,5 миллионов!

Известность Лу Чэня в кругах шоу-бизнеса и за их пределами живо перешла на новый уровень!

На этой волне успеха Лу Чэнь, наконец, торжественно презентовал в своём блоге ранее отложенный на полмесяца краудфандинговый проект, с помощью которого намеревался собрать средства на выпуск своего альбома на CD.

Одновременно с этим в интернете запустился краудфандинговый сайт!

Не считая небольшого числа людей, для остальных слово “краудфандинг” было незнакомым, поэтому Лу Чэнь специально вкратце описал в своём объявлении, что из себя представляет краудфандинг. Также он прикрепил ссылку на сайт.

Кликнув на ссылку, можно было сразу перейти на краудфандинговый сайт.

Но фанатов Лу Чэня совершенно не интересовало, что такое краудфандинг, что значило это

слово, какой смысл от краудфандинговой модели и какую ценность она представляет.

По-настоящему фанатов привлёк тот факт, что Лу Чэнь наконец-то собирался выпустить альбом на CD!

Несмотря на всеобщее мнение, что отечественное и зарубежное производство CD с каждым годом уменьшалось, а к настоящему времени онлайн-продажи стали основным способом выпуска альбомов и даже результаты продажи на музыкальных сайтах засчитывались для того, чтобы получить [Золотой диск] или [Платиновый диск], однако совсем другое дело, когда у тебя в руках настоящий диск.

Выпустить альбом или сингл в интернете было очень легко, а вот выпустить на CD было не так-то просто.

Прежде всего, требовались деньги на производство самих дисков. Это было намного дороже, чем цифровая звукозапись. Затраты на сбыт дисков тоже были выше и сложнее по сравнению с сайтами. Если ты не являлся суперзвездой, то очень сложно было покрыть все расходы.

Немало исполнителей ради повышения своего авторитета в самом деле выпускали CD, но зачастую продажи оказывались очень тухлыми, поэтому приходилось продавать в убыток, чтобы хоть как-то привлечь покупателей.

Многие альбомы на CD продавались за полцены или отдавались бесплатно фанатам в качестве подарка.

Поэтому, несмотря на то, что несметное количество исполнителей мечтало выпустить альбом на CD и таким способом заполучить [Золотой диск] или даже [Платиновый диск], немногим это удавалось сделать.

Развлекательные и посреднические компании никогда не станут так безрассудно рыть себе яму, если только это не артисты, на развитие которых компании не жалели денег.

Но рынок CD всё-таки до сих пор существовал!

Лу Чэнь уже давно придумал план выпуска CD. Он не собирался продавать в убыток, просто чтобы привлечь к себе внимание, а планировал ради повышения своего авторитета продать несколько сотен тысяч экземпляров альбома. Поэтому краудфандинговая модель являлась лучшим вариантом.

Тем более успех онлайн-продажи альбома «Ты мой сосед по парте» вселил в Лу Чэня огромную веру в себя.

Для своего проекта на краудфандинговом сайте он намеревался собрать 500 тысяч юаней!

Существовало четыре способа поддержать проект.

Первый способ: 1 юань (первые 10 тысяч человек), один случайно выбранный человек получит в награду ноутбук.

Второй способ: 15 юаней (неограниченное количество человек), каждый заплативший 15 юаней получит официальный CD с альбомом «Ты мой сосед по парте».

Третий способ: 100 юаней (первая тысяча человек), каждый заплативший 100 юаней получит

один CD, подписанный Лу Чэнем памятный плакат, изготовленные по заказу сообщества Войско Лу USB-флешку на 16 гигабайт и брелок для ключей.

Четвёртый способ: 188 юаней (первая тысяча человек), каждый заплативший 188 юаней получит два CD, подписанный Лу Чэнем памятный плакат, изготовленные по заказу сообщества Войско Лу USB-флешку на 64 гигабайта, блокнот и брелок для ключей.

Так как это был первый краудфандинговый проект, Лу Чэнь не стал слишком сильно усложнять условия и сделал лишь четыре способа поддержать проект.

По правде говоря, он не был наверняка уверен, удастся ли успешно собрать 500 тысяч, чтобы затем благополучно выпустить CD с сольным альбомом.

Но механизм уже был запущен, и его нельзя было остановить. От первого проекта зависел успех всего краудфандингового сайта.

Чтобы лучше распространить новость о краудфандинге, Лу Чэнь, помимо активной пропаганды на стриме, в социальных сетях и сообществах в Feixun, обратился ещё и к знакомым известным VIP-пользователям на блог-платформе Волна, например, к Тань Хуну и Чэнь Фэйр.

К счастью, фанаты Лу Чэня проявили огромный интерес к сбору средств на выпуск альбома на CD. После того, как он официально презентовал краудфандинговый сайт, посещаемость сайта и количество зарегистрированных пользователей начали постепенно увеличиваться.

Затем появился первый человек, который поддержал проект. Он выбрал первый способ, заплатив 1 юань!

1 юань – это была первая сумма, которую заработал краудфандинговый сайт.

Несмотря на то, что эта цена казалась ничтожно малой, однако она предвещала совершенно новую модель бизнеса, которая официально вступила в силу в интернете!

И всё начиналось с альбома на CD.

Неважно, достигнет ли Лу Чэнь в конечном счёте успеха или потерпит неудачу, он чувствовал, что творит историю.

<http://tl.rulate.ru/book/96733/215028>