

591. Полная неожиданность!

38,75 миллиона в прокате и 25,98 миллиона от продажи мерча означали, что «Китайская история о призраках» в первый день заработала более 60 миллионов. Для фильма, которому в среднем выделили 15% всех сеансов, это был ослепительный успех.

Но самое главное – это шикарные продажи мерча, которые принесли 25,98 миллиона юаней. Такой результат был ничуть не хуже, чем у голливудских блокбастеров, снятых по популярным книгам. К тому же создателям фильма доставался больший процент прибыли от продажи мерча, чем от кассовых сборов. Среди фильмов, которые в дальнейшем выйдут в прокат, «Китайская история о призраках» вполне сможет стать лидером на рынке мерча!

Немало людей, проводивших эту ночь в медийной компании Чэнь Фэйр, являлись опытными сотрудниками. Они отлично понимали, что означали полученные сведения, поэтому их восторженные крики являлись следствием настоящего возбуждения и воодушевления.

А помимо кассовых сборов и объёма продаж мерча в первый день, в маркетинговый отдел медийной компании Чэнь Фэйр также были доставлены зрительские оценки «Китайской истории о призраках» с блог-платформы Волна, киносайтов и форумов.

«На сайте Светотень оценка 8,7, в голосовании участвовали 1785 человек!»

Светотень являлась известным отечественным интернет-сообществом. В основном там рекомендовали и обсуждали фильмы, сериалы и книги. Оценки на Светотени в значительной степени отражали позицию определённой части зрителей по отношению к фильмам и сериалам.

Эта часть зрителей в основном состояла из интернет-пользователей, страстно любивших искусство, поэтому их оценки не обязательно были связаны с кассовыми сборами фильма или рейтингами сериала, лишь выражали их личное мнение.

Стоило упомянуть, что сайтом Светотень владела киносеть Светотень.

«Китайская история о призраках», будучи коммерческим фильмом, сумела получить 8,7 балла на сайте Светотень, который был направлен на элитарное искусство. Это, вне всякого сомнения, было достойно похвалы, поскольку пользователи данного сайта имели достаточно широкий кругозор и были весьма придирчивы.

«На сайте Томат 5693 свежих томата и 385 гнилых томатов, 93,23% свежести!»

Томат являлся более популяризированным киносайтом и превосходил сайт Светотень по влиянию и масштабам. На этом сайте оценки фильмам ставились не с помощью баллов, а с помощью воображаемых томатов. Если зрителю понравился фильм, он отправлял свежий томат, если не понравился – гнилой томат.

Если из количества свежих томатов вычесть количество гнилых томатов и полученное число разделить на количество свежих томатов и умножить на 100, получался процент свежести. В случае же преобладания количества гнилых томатов вычислялся процент тухлости – это был признак никчёмного произведения.

Если изображение и качество только что вышедшего в прокат фильма были не совсем плохи, то обычно у него хотя бы немного, но преобладала свежесть, а не тухлость. Однако совсем другое дело получить в первый же день более 90% свежести.

Тут было два варианта: либо это жульническая накрутка томатов, либо большинство зрителей и впрямь одобряют фильм!

Ни ранее существовавшая рабочая студия Лу Чэня, ни нынешняя медийная компания Чэнь Фэйр, несмотря на большое придание значимости интернет-маркетингу, никогда не жульничали, чтобы исказить факты.

В этом и заключалась гордость Лу Чэня!

Поэтому в условиях отсутствия какого-либо жульничества новость о 93% свежести «Китайской истории о призраках» распалила сердца сотрудников компании. А для маркетингового отдела это событие по своей пользе было равнозначно рекламной кампании стоимостью несколько миллионов юаней.

«В разделе Кино на блог-платформе Волна 4,5 звезды, в голосовании участвовали 25307 человек! 5 звёзд поставили 86,75% голосующих!»

«На Feixun Movie 9,1 балла...»

В стране существовало огромное множество профессиональных и непрофессиональных сайтов, где оценивались фильмы. Но влиятельных и более-менее объективных сайтов было около десяти штук. Если суммировать данные, взятые с этих сайтов, то у «Китайской истории о призраках» выходил оценочный ранг А, уступая лишь высшему оценочному рангу S.

Любой фильм, который ещё в первый день проката достиг оценочного ранга А, уже, можно считать, добился предварительного успеха во всеобщем признании, так как ранг А и означал это самое всеобщее признание!

А проведённые с помощью компьютера вычисления на основании полученных оценок говорили о высоком рыночном потенциале «Китайской истории о призраках».

Этот факт в свою очередь сможет заставить кинотеатры и киносети увеличить число сеансов для данного фильма!

Хлоп, хлоп, хлоп!

Когда Лу Чэнь вместе с Чэнь Фэйр и Лу Си вышли из кабинета, всю ночь отважно сражавшиеся сидя за компьютерами сотрудники встали и громко зааплодировали, чтобы выразить своим боссам поздравления и уважение!

«Благодарю вас!»

Лу Чэнь с улыбкой поднял обе руки вверх, давая знак всем успокоиться, после чего произнёс: «Благодарю всех за усердную работу. Вы наверняка проголодались? Угощаю всех поздним ужином!»

Хотя уже было 3 часа ночи, однако в столице можно было без проблем отыскать работающий ресторан. Тем более в торговых районах заведения работали всю ночь.

«Завтра, нет, уже сегодня даю выходной, как следует поешьте, а затем хорошенько выспитесь!»

«В этом месяце всем сотрудникам двойная зарплата!»

Когда Лу Чэнь сказал последнюю фразу, в офисе раздались радостные возгласы, от которых

чуть ли не раскалывались стёкла!

Такая атмосфера воодушевления и энергичности в подобных крупных компаниях практически отсутствовала. Она означала стремление к лучшему и высокую сплочённость коллектива!

.....

[38,75 миллиона за первый день проката, 25,98 миллиона от продажи мерча] – сайт Feixun.

[Подъём нового жанра отечественного кино? Ослепительные сборы за вчерашний день и потрясающие отзывы!] – сайт NetEase.

[Новый рекорд по объёму продаж мерча по отечественному фильму, заработано 25,98 миллиона!] – газета «Кино».

[Бесстрашие перед тяжёлым гнѐтом голливудского блокбастера] – газета «Ежедневный шоу-бизнес».

3 апреля, на второй день после официального выхода «Китайской истории о призраках» в материковый прокат, многие новостные сайты и газеты опубликовали рецензии, часть из которых даже оказалась на главных страницах некоторых крупных сайтов!

Заработанные за первый день проката «Китайской истории о призраках» 38,75 миллиона на самом деле считались не очень большой суммой на современном отечественном кинорынке. В последние годы появилось множество фильмов, сумевших за первый день собрать более 100 миллионов, а новость о 30-40 миллионах в прокате мало кто публиковал, разве только средствам массовой информации специально платили за публикацию такой новости, чтобы немного похвастаться.

Но ситуация с «Китайской историей о призраках» отличалась от ситуации с другими фильмами. Во-первых, этот фильм горячо обсуждался в интернете. Несколько дней назад между кинокритиком Ван Сяосюем и фанатами Лу Чэня произошла громкая перепалка на блог-платформе Волна. Название фильма даже попало в топ поисковых запросов на главной странице сайта.

Во-вторых, бюджет «Китайской истории о призраках» составлял всего 30 миллионов, а соперником на данный момент являлся яркий голливудский блокбастер «Битва на Вулкане», вдобавок до этого поражение потерпела снятая в том же жанре «Маска». Поэтому тот факт, что «Китайская история о призраках», которой в среднем выделили менее 20% всех сеансов, сумела в первый день собрать почти 40 миллионов, действительно заслуживал внимания.

Но больше всего медиа были заинтересованы не в кассовых сборах «Китайской истории о призраках», а в прибыли от продажи мерча!

25,98 миллиона!

Эта цифра и впрямь бросалась в глаза, даже казалась невероятной.

Многие, включая немало журналистов, хотели спросить, правда ли это.

Полная неожиданность!

Потому что расплющившая «Китайскую историю о призраках» в плане кассовых сборов «Битва

на Вулкане» полностью проиграла этому новому фильму материково-гонконгского производства в плане продаж мерча!

<http://tl.rulate.ru/book/96733/406546>