837. Разные мнения

В современном обществе деньги обладали беспредельным могуществом. Раскрутка любой продукции не обходилась без большой суммы денег. Обычно чем больше было потрачено денег, тем больше людей попадало под влияние рекламы и тем сильнее было это влияние.

Фильмы, конечно, тоже не были исключениями. Вообще-то, это был один из тех видов продукции, которые придавали рекламе наибольшее значение. Особенно это касалось лидеров мировой киноиндустрии – голливудских кинокомпаний, которые ежегодно вкладывали в рекламу поразительную сумму денег.

Считалось вполне нормальным явлением потратить 50 миллионов долларов на рекламную кампанию фильма бюджетом 100 миллионов долларов. Такие огромные инвестиции в раскрутку являлись одной из причин, почему голливудским фильмам удалось покорить мир.

В этом году вслед за непрерывным расширением китайского рынка китайские фильмы тоже всё больше внимания уделяли рекламе. А высокобюджетные блокбастеры так тем более старались всевозможными способами раскрутиться и особенно активно занимались интернет-маркетингом.

Но всё-таки редко можно было увидеть, чтобы фильм наподобие «Улыбающегося гордого странника» за такой короткий промежуток времени потратил так много денег и смог создать вокруг себя такой ажиотаж. Это неизбежно привело в шок деловые круги.

Некоторые даже не могли поверить в происходящее!

Затраты на рекламу у медийной компании Чэнь Фэйр, представлявшей Лу Чэня, всегда были мизерными. Будь то музыкальный альбом или сериал, компания зачастую пользовалась лишь своим влиянием, чтобы продвинуть свою продукцию.

Ярчайшим примером, пожалуй, служили интернет-платформы, где Лу Чэнь и Чэнь Фэйр публично демонстрировали свои чувства. Их посты собирали сотни тысяч и даже больше миллиона репостов. Их сериалы не нуждались в рекламе, так как несметное множество фанатов уже заранее жаждало посмотреть эти работы. Даже не приходилось ничего платить средствам массовой информации, они сами выражали похвалу. Поэтому рейтинги сериалов постепенно росли.

Казалось поразительным, откуда у Лу Чэня такая высокая популярность. Один его пост на Волне имел такой же мощный рекламный эффект, как какая-нибудь реклама стоимостью миллион юаней. Другие могли только о таком мечтать.

«Улыбающийся гордый странник» изначально, несомненно, придерживался подобной маркетинговой стратегии. Любовный стих, который Лу Чэнь написал для Чэнь Фэйр, привлёк внимание бесчисленного количества людей, при этом отсутствовали какие-либо денежные затраты.

Однако неожиданным стало то, что всего за полмесяца до премьеры «Улыбающегося гордого странника» медийная компания Чэнь Фэйр, вопреки обыкновению, развернула дорогостоящую рекламную кампанию, что выглядело очень странно.

Шоу-бизнес был огромен и в то же время мал, новости там разлетались быстро. Хотя медийная компания Чэнь Фэйр не оглашала свои затраты на рекламную кампанию «Улыбающегося гордого странника», вскоре некоторые представители деловых кругов, основываясь на

сведениях от различных источников, сделали вывод, что медийная компания Чэнь Фэйр потратила более 30 миллионов юаней.

Такой вывод был достаточно точный. Он поразил немало людей. Кто-то предположил, что медийная компания Чэнь Фэйр, а точнее Лу Чэнь, должно быть, осознавала, что «Улыбающемуся гордому страннику» непросто будет добиться высоких кассовых сборов, поэтому не пожалела денег на рекламу, пытаясь выйти из затруднённого положения, в которое попали современные уся-фильмы.

Стоило иметь в виду, что Лу Чэнь на церемонии начала съёмок «Улыбающегося гордого странника» громогласно заявил, что рассчитывает заработать в прокате 1-1,5 миллиарда. Если в итоге будет даже собрана только половина заявленной суммы, то это, безусловно, станет великим позором для Лу Чэня.

Одни его заявлению удивились, другие испытали любопытство, третьи злорадствовали, считая, что Лу Чэнь наконец допустил оплошность.

А рекламные расходы «Улыбающегося гордого странника» всё увеличивались, рекламная кампания становилась всё более напористой. Немало представителей деловых кругов прогнозировало этому фильму низкие кассовые сборы, даже полагало, что после огромных рекламных расходов фильм, скорее всего, не сумеет окупиться.

«Вот, посмотри, ты прежде сделал такое громкое заявление…»

Сидевшая на заднем сидении Mercedes-Benz Чэнь Фэйр протянула свой мобильник Лу Чэню, со злорадством сказав: «А теперь тебя поймали на крючок!»

Лу Чэнь, бросив взгляд на телефон, заметил пост в верифицированным блоге одного журналиста. Там решительно утверждалось, что «Улыбающийся гордый странник» заработает 500-700 миллионов, а может, даже и меньше.

В качестве аргументации своего мнения журналист привёл большое количество статистических данных, включая кассовые сборы «Похождений юного странника» и других уся-фильмов, и даже сведения от исследовательских центров.

На производство и рекламную кампанию «Улыбающегося гордого странника» в общей сложности ушло 200 миллионов. Кассовые сборы должны составлять более 400 миллионов, чтобы выйти в ноль, а если учесть гонорары Лу Чэня и Чэнь Фэйр, тогда потребуется заработать более 500 миллионов!

Самый благоприятный период для проката, летние каникулы, уже был пропущен, вдобавок жанр “уся” имеет скверную репутацию. «Улыбающемуся гордому страннику», вне всякого сомнения, будет крайне трудно продемонстрировать на кинорынке более высокий результат по сравнению с предыдущими уся-фильмами.

Умозаключение этого журналиста получило одобрение и поддержку многих людей. Число репостов и лайков превысило 10 тысяч. Эти люди полагали, что уся-фильмы – это провальная попытка в отечественном кинематографе и что «Улыбающегося гордого странника» ждёт та же участь, что «Похождения юного странника». Если удастся выйти в ноль, это уже будет крупная удача.

Ко всем этим пессимистичным утверждениям Лу Чэнь отнёсся абсолютно безразлично, потому что в конечном счёте кассовые сборы определят не эти представители деловых кругов, а

миллионы рядовых зрителей.

Он был уверен в своём фильме, так с какой стати ему было бояться насмешек?

С приходом популярности появляются и недоброжелатели. С тех пор как Лу Чэнь дебютировал, помимо похвал и восхищения, хватало и оскорбительных слухов и брани в его адрес. Невозможно сосчитать, сколько людей ждало его поражения!

Лу Чэнь, проводя пальцем по дисплею, просмотрел посты, касавшиеся «Улыбающегося гордого странника».

На самом деле, кроме негативных высказываний, на Волне было немало и защитников Лу Чэня. Например, после того как в блоге «Улыбающегося гордого странника» недавно были опубликованы постеры, промофото и трейлеры, один кинокритик высказал мнение, что «Улыбающийся гордый странник» – это отличное от «Похождений юного странника» произведение. Помимо незаурядных образов героев, также весьма впечатляющими были показанные в трейлерах боевые сцены, которые выделялись своими неповторимыми чертами.

Тем более стоило отметить драку под дождём во втором трейлере. Там не было нагромождения пёстрых спецэффектов, не было никакой напыщенности и фантастичности. Каждый боевой приём заключал в себе красоту грубой силы. Это уже отличало «Улыбающегося гордого странника» от голливудских экшн-фильмов и отечественных экранизаций популярных книг. Кинокритик был уверен, что, если этот фильм сохранит заданную планку, то зрители получат истинное наслаждение при просмотре.

Он также был уверен, что Лу Чэнь, отлично умевший творить чудеса, никого не разочарует.

Мнение кинокритика тоже получило поддержку многих людей, в частности фанатов Лу Чэня, но были и те, кто возражал, считая, что данный кинокритик был проплачен медийной компанией Чэнь Фэйр.

Однако Лу Чэнь мог ручаться, что медийная компания Чэнь Фэйр до сегодняшнего дня ни одного кинокритика не подкупила и не собиралась этого делать.

Конечно, даже если медийная компания Чэнь Фэйр выпустит опровержение, все равно не удастся всех убедить.

Поэтому придётся общаться фактами. И одним из таких фактов станут результаты кассовых сборов. Через три дня во всех крупных кинотеатрах страны выйдет «Улыбающийся гордый странник»!

Лу Чэнь вернул Чэнь Фэйр мобильник и невольно унёсся мыслями в будущее.

http://tl.rulate.ru/book/96733/521126