

Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

В этом сезоне награждений многие фильмы на Олимпийских играх будут сняты по запросу. Это также очень формальная стратегия Олимпийских игр. Для Голливуда в прошлом более важное значение показов заключалось в том, чтобы направлять распространение.□.□

Еще десятилетия назад в крупных кинотеатрах Северной Америки были проведены дифференцированные показы фильмов. Для продюсеров, в дополнение к необходимым шагам маркетингового продвижения и медиа-стратегии, показы также имеют большое значение для разработки и реализации стратегий распространения. Например, анализируя данные после показов, определите целевую аудиторию фильма и может ли он выйти на основной рынок для распространения, сколько экранов больше подходит для показа, и стратегии сотрудничества с различными кинотеатрами и т. Д.

Однако в настоящее время средства массовой информации очень развиты, и существует также среда с чрезвычайно высокой скоростью обмена, такая как Интернет. С 1990-х годов стратегия распространения крупномасштабных фильмов не была очень тесно связана со стратегией распространения.

В наши дни, когда речь заходит об издательствах, первое, что приходит на ум, - это литературные и художественные фильмы и награды impact awards.

Для литературных и художественных фильмов аудитория фильма контролируется путем показа на очень небольшом количестве экранов. На начальном этапе в театр привлекаются только любители в этой области, что может легко создать сверхвысокую репутацию. Можно сказать, что это важная причина в целом высокой репутации литературных и художественных фильмов. Причина.

Никто не может отрицать, что при одинаковом качестве фильмов, чем меньше людей их видит, тем выше их оценка.

Фильмы, отмеченные наградами, и коммерческие блокбастеры совершенно разные. Рекламные стратегии двух сторон также сильно различаются. Сарафанное радио и рейтинги различных СМИ и даже кинокритиков оказывают важное влияние на фильмы, отмеченные наградами.

Dianying также предоставляет возможность некоторым фильмам, которые не хотят выпускаться в больших масштабах до Нового года, участвовать в конкурсе на премию "Оскар". работы, участвующие в текущем конкурсе на премию "Оскар", должны быть выпущены до Нового года, что является одним из основных условий для подачи заявки на премию "Оскар".

По сравнению со стремлением к высокой репутации, можно сказать, что это самая важная причина, по которой "Гравитация" открывается по требованию. Времени слишком мало. Копии, отправленные Warner Bros. в различные части Северной Америки, не полностью готовы, поэтому их сначала нужно показать по требованию в самых известных крупных городах Северной Америки.

Грубо говоря, для такого фильма, как "Гравитация", который будет выпущен в больших масштабах позже. Нажимать на него не имеет особого смысла.

Dianying сейчас в основном занимается малозатратными независимыми фильмами.

Например, Дюк подробно изучил типичный "Крадущийся тигр, затаившийся тигр" в этой области, заказал показы перед выпуском и сдал анкеты. Дистрибьютор уже знает, что этот фильм не может быть ориентирован на основной рынок, когда он выйдет, но ориентирован на небольшое число любителей жанрового кино и нацелен на них как на первую основную аудиторию.

Масштабы распространения этой части очень малы, и даже в Соединенных Штатах насчитывается всего несколько десятков кинотеатров, хотя она также была выпущена в это время. Но на самом деле, для постепенного расширения масштабов дистрибуции в будущем и возможного выхода на основной рынок, это также можно рассматривать как "ранний отбор".

"Крадущийся тигр, затаившийся дракон" был продвинут благодаря высокой репутации первой группы энтузиастов жанрового кино и впечатляющим данным о кассовых сборах, и постепенно и медленно расширял целевую аудиторию и количество экранов, выпущенных упорядоченным образом. например, маркетинг для китайцев и азиатов в Северной Америке, кинотеатры для показа находятся рядом с местами сбора этих целевых групп, а затем сюжет для основной аудитории североамериканских фильмов, и соответствующие СМИ будут размещать рекламу.

В конце концов, сотни миллионов долларов кассовых сборов были вывезены из Северной Америки посредством сверхдолгосрочных показов.

Такой подход явно не подходит для "Гравитации".

Начиная с 26 декабря, "Гравитация" будет демонстрироваться в Северной Америке в 50 кинотеатрах. Для фильма Дюка высокая посещаемость почти неизбежна. В тот же день он заработал 1,68 миллиона долларов США, а кассовые сборы на кинотеатр превысили 30 000 долларов США!

Неудивительно, что не только временной отрезок фильма, но и экраны, которые демонстрируются, являются экранами imax в больших кинотеатрах.

Это сильно отличается от летних коммерческих шедевров. Если фильм, выпущенный во время сезона награждений, хочет добиться успеха на церемонии вручения премии "Оскар", он должен продаваться профессиональным сарафанным радио, но для Warner Bros. это всего лишь рутинная работа, которую они выполняют каждый год, и качество "Гравитации" полностью превысило отметку. Маркетинг из уст в уста совсем не сложен.

"Гравитация" изображает космическое пространство впечатляющим образом, который является таким же новаторским, как и "Аватар". ... "Нью-Йорк таймс"

"Словами невозможно описать удивительную визуальную презентацию этой космической оперы. Ее эффект может быть полностью передан только в 3d в кинотеатре."-- "Лос-Анджелес Таймс"

Среди 66 СМИ Северной Америки "Гравитация" получила средний балл 93 балла!

Высокие баллы - это один из аспектов. С другой стороны, сенсация от показов фильма - с другой стороны. С 27 декабря, даже в рабочие дни, многие кинотеатры Северной Америки были переполнены, и кассовые сборы одного кинотеатра поддерживались на высоком уровне.

К 31 декабря, когда Исполнительный комитет Оскара разослал бюллетени для выдвижения кандидатов почти 6000 членам. "Гравитация" собрала более 77 миллионов долларов в прокате в Северной Америке благодаря показам, а кассовые сборы одного кинотеатра за пять дней показов достигают 140 000 долларов США.

Также в пятницу, 31 декабря, "Гравитация" завершила свой театральный выпуск и начала широко выходить в Северной Америке с большим количеством кинотеатров - 4120.

Благодаря предыдущим показам фильм приобрел огромную популярность из уст в уста и ожидаемую ценность. В пятницу у фильма произошла вспышка, которая легко унесла 27,65 миллиона долларов США.

Что еще более важно, после масштабного релиза репутация "Гравитации" существенно не снизилась.

Показатель оценки аудитории кинотеатров оре достиг 93%, при среднем рейтинге аудитории "a+", 38 775 пользователей на станции imdb набрали 9,4 балла, а индекс любимого попкорна аудитории составил 92%. 77 репортеров meta media набрали в среднем 91 балл. Высокий балл.

Если репутация аудитории является большей гарантией кассовых сборов фильма, и это не очень помогает с точки зрения наград, Фрэнк?Соответствующий комментарий Пирсона в новогоднем специальном выпуске Vanity Fair показал определенные тенденции.

"Гравитация" добилась больших инноваций и прорывов в форме и содержании - в жанре фильмов на космическую тематику для этого используются новые фотографии, спецэффекты и технологии от 2d до 3d. Это определенно инновация в истории кино."

"Это дает людям совершенно новый опыт просмотра и эмоциональный опыт, которого у них никогда раньше не было. Это совершенно новый фильм. Этот фильм делает еще один шаг вперед в создании нового мира. Он может сделать вас захватывающим, а эффект 3d imax, кажется, заставляет людей чувствовать, что они находятся в нем."

"Такого рода опыт явно отличается от опыта просмотра "Хаббла 3d" и "Международной

космической станции" в Музее кино. Прежде всего, типы разные, потому что движение виртуальных камер вызывает сильные субъективные ощущения, которые не могут обеспечить документальные фильмы. В то же время, это экспериментально, новаторски и поучительно - для меня, как и при первом просмотре "Вульгарного", ценность "Гравитации" заключается в доказательстве того, что "фильмы все еще можно снимать так" Только по этому вопросу, судя по его сверхвысокой степени завершения, Дюк?Режиссера Розенберга можно отнести к разряду мастеров кино."

"Эта "Гравитация" весьма поучительна для всех будущих космических фильмов и даже фильмов других типов. Форма и содержание этого фильма в высшей степени унифицированы - многие критики считают, что сюжет фильма тонкий. На мой взгляд, это реакция на стресс при столкновении со свежими объектами."

"Через несколько часов после того, как я посмотрел этот фильм, я не мог делать никаких комментариев, потому что не знал, как их комментировать. Это моя истинная реакция. В такой сюжетной обстановке текущая сюжетная емкость уместна. С традиционной точки зрения история выглядит простой, но из-за прорыва в форме фильма объем информации, содержащейся в самом фильме, довольно велик. Зрителям приходится сталкиваться с огромными объемами обработки информации на аудиовизуальном и мозговом уровнях. После объединения новой формы и содержания мы также должны соответствующим образом скорректировать, чтобы найти точку зрения на то, как просматривать и оценивать этот фильм."

"Поэтому "Гравитация" для меня является "совершенно новым" фильмом с точки зрения истории кино. Я не могу больше делать никаких выводов об этом фильме, потому что его влияние на последующие фильмы только началось."

Хотя довольно много людей, смотревших этот фильм, дали отрицательные отзывы, привлекательность Дюка, несомненно, огромна с точки зрения коммерческих фильмов и основных рынков. Количество и влияние "Удара Дюка" в последние годы расширяются, и некоторые СМИ даже заявили, что он первый режиссер в истории с поклонниками суперзвезд.

3D-эффект "Гравитации" абсолютно выдающийся, и одного этого достаточно, чтобы привлечь большую аудиторию.

На второй день широкомасштабного проката фильма, в день Нового года в 2011 году, кассовые сборы в Северной Америке снова выросли, сообщив о доходах за один день в размере 228,54 миллиона долларов США. Хотя на следующий день кассовые сборы за один день снизились, он все равно заработал 25,77 миллиона долларов США.

Без саспенса "Гравитация" легко выиграла кассовые сборы первого североамериканского уик-энда в 2011 году, и ее показатели в размере 881,96 миллиона долларов США были достаточно привлекательными.

В сочетании с кассовыми сборами, полученными от предыдущих показов, "Гравитация" собрала 89,06 миллиона долларов США из Северной Америки.

Другой момент заключается в том, что на данный момент у "Гравитации" нет соперника такого же масштаба. Кассовые сборы за первую неделю, которые оправдали ожидания и отличную репутацию, UU читайте на [www.uuxshu.com](http://www.uuxshu.com) достаточно для того, чтобы гарантировать, что последующие кассовые сборы фильма будут работать в чрезвычайно стабильной тенденции.

Ни Дюк, ни Warner Bros. не слишком беспокоились о коммерческой эффективности фильма. На основе поддержания достаточного маркетинга их основная работа постепенно перешла к операциям по связям с общественностью Оскара.

Даже герцог и Пани?Келис, Скарлетт?Джонсон, Нэнси?Джозефсон и Warner Bros. уже приложили достаточно усилий, чтобы заполучить Фрэнка?При поддержке таких тяжеловесных членов академии, как Пирсон, ситуация совсем не оптимистична.

Позднее время выхода "Гравитации" является значительным фактором, который нельзя игнорировать, что также увеличивает сложность спешки на Олимпиаду.

“Мы пропустили серию наград outpost awards...”

В комнате гостеприимства виллы в форме глаза, пани?Келис нахмурился, и нынешняя ситуация действительно не оптимистична. “Это вызвало ряд негативных последствий для маркетинга памятника, особенно для лучшей актрисы, Натали?Портман выиграла почти все премии outpost awards за лучшую женскую роль.”(продолжение следует)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1840062>