

Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

Обладея своим уникальным очарованием, "Звездные войны" превратились в символ и постоянный символ, и этот символ проник во все аспекты жизни американцев. Понимание знаний о "Звездных войнах" стало основным качеством жизни. Не будет преувеличением сказать, что "Звездные войны" - это богоподобное существование в сердцах американцев, точно так же, как люди по другую сторону Тихого океана чувствуют то же самое в "Путешествии на Запад".. Романтика в первую очередь

Нет никаких сомнений в том, что "Звездные войны" - это национальный миф американцев, а не национальный миф китайцев.

"Кассовые сборы китайских фильмов пережили взрывной рост в 2013 г. Этот рост отражается не только в быстром росте кассовых сборов всего кино, но и в изменениях в соотношении кассовых сборов местных китайских фильмов и голливудских фильмов."

В студии "Звездных войн" Warner Studios Дюк посмотрел на специалистов по продвижению Lucasfilm и Warner Bros., которые участвовали во встрече, и очень серьезно сказал: "Рост кассовых сборов китайских фильмов превзошел наши ожидания. К концу этого года весь китайский рынок кассовых сборов может превысить 300 миллионов юаней. юаней."

Сейчас нет сомнений в важности китайского рынка для Голливуда. если "Звездные войны: Пробуждение силы" хотят взорваться и максимизировать свои преимущества, нельзя игнорировать китайский рынок.

"Вот, я просто хочу сказать одну вещь." Дюк торжественно сказал: "Работы по рекламе и продвижению, которую мы сделали на китайском рынке, недостаточно".

Я должен сказать, что большой успех сериала "Звездные войны" также дал ложный намек многим людям в Lucasfilm и Warner Bros., заставив этих людей думать, что "Звездные войны" могут вспыхнуть в Японии и Южной Корее, и это, конечно, произойдет на китайском рынке. Конечно.

Но Дюк знает, что факты определенно не таковы. если китайская аудитория хочет покупать аккаунты "Звездных войн", им нужно платить больше.

"Я прошу продуманный план рекламы и продвижения, чтобы удвоить ресурсы, вложенные в Китай. Дюк особо подчеркнул: "На заключительном этапе перед выпуском я прошу, чтобы название "Звездных войн" появилось перед каждой китайской аудиторией".

Конечно, это преувеличение, но потенциал китайского рынка невозможно переоценить, и Дюк спокойно наблюдал за изменениями на китайском кинорынке, основываясь на данных и отчетах, переданных Warner Greater China.

В прошлом году. Соотношение кассовых сборов китайских фильмов и голливудских фильмов в Китае претерпело важные изменения. Впервые за более чем десятилетие соотношение кассовых сборов голливудских фильмов в Китае составляет менее 60%. Это серьезное изменение фактически является результатом быстрого роста китайского кинорынка в последние годы. Результат.

В последние годы китайская киноаудитория стремительно растет..Такова неизбежность процесса “национализации” китайских фильмов в последние годы.

В последние годы супер-мегаполисы, образованные с 1990-х годов, определили, что структура кассовых сборов фильмов в Китае претерпела фундаментальную трансформацию. Эта трансформация произошла в результате двух новых дополнений. Во-первых, тенденция роста населения среднего класса Китая быстро сформировала быстрое расширение, сосредоточенное на городах третьего и четвертого уровня; во-вторых, группа молодежи “после 90-х” стала основной силой модернизированного потребления.

Суперпозиция этих двух элементов представляет собой “новую аудиторию” фильмов, сформированную группами “молодежи из маленьких городов”, которые привлекли большое внимание общественности. Рост этих “новых аудиторий” в корне сформировал новый объем китайской киноаудитории. Их появление внесло фундаментальные изменения в фильмографию и интерес. На самом деле это внутренняя движущая сила китайского кинорынка, которая будет продолжать расти. Эта внутренняя движущая сила будет доминировать в прокате китайских фильмов, чтобы продолжать достигать быстрого роста в течение как минимум пятидесяти лет.

Этот рост обусловлен именно углублением “урбанизации” Китая. Новая аудитория среднего класса Китая сделает Китай бесспорным новым центром для фильмов на китайском языке и даже глобальных фильмов. Эти две силы являются наиболее важным увеличением потребления в Китае и новой точкой роста для экономического и социального развития. Только под их влиянием кассовые сборы китайских фильмов будут иметь такой рост.

Это результат увеличения распределения инфраструктуры. Быстрое распространение кинотеатров в крупных торговых центрах в городах третьего и четвертого уровней и рост числа экранов являются необходимыми условиями для присоединения городов третьего и четвертого уровней к кинорынку, а быстрое расширение числа людей со средним уровнем дохода в последние годы и быстрый рост доходов обычных работников обеспечили достаточную основу для потребления фильмов.

Молодежь всегда была главной движущей силой потребления фильмов. Однако увеличение числа молодых людей сегодня - это уже не молодежь мегаполисов, а молодежь городов третьего и четвертого уровня. Их интерес также оказал огромное влияние на кинорынок. Усиление кинорынка сегодня - это именно эффект агломерации двух перекрывающихся приростов городов третьего и четвертого уровня и молодежи.

Первым выбором для молодых людей в маленьких городах для просмотра фильмов часто являются не "Звездные войны", а более популярные голливудские фильмы и отечественные

фильмы.

Это еще больше углубит "местную природу" китайских фильмов.

Сегодня североамериканский кинорынок в последние годы находится в состоянии стагнации. Большинство голливудских блокбастеров появилось в сиквелах, и нехватка инноваций становится все более серьезной.

Хотя Голливуд все еще обладает сильной силой, продолжающаяся активность китайского кинорынка и кинопроизводства начала менять общую структуру китайского кинорынка.

Первый - принести торт, чтобы сделать его больше. Китайские фильмы смогли конкурировать с местными и голливудскими фильмами, особенно с помощью ряда мер политики, таких как месяц внутренней защиты, постепенно появляется тенденция связывать голливудские фильмы. Это также то, что могут сделать немногие страны, кроме Индии. Киноиндустрия может это сделать.

Во-вторых, это также привело к большой привлекательности китайского кинорынка для Голливуда и его центральному положению в фильмах на китайском языке по всему миру. Бизнес-гиганты, такие как Дюк, также внесли изменения с этой целью, например, активировали Дэниела? Ву.

Как привлечь новую аудиторию на китайском кинорынке - важная часть продвижения "Звездных войн: Пробуждение силы" в Китае.

Провал предыдущего плана продвижения "Звездных войн: Пробуждение силы" преподавал глубокий урок.

Конечно, для этого есть много объективных причин.

Например, китайская аудитория не встретила "Звездные войны" в нужное время.

19 станциям разрешено транслировать шесть фильмов "Звездных войн" бесплатно в течение определенного периода времени, чтобы повысить их шансы встретиться с китайской аудиторией.

Фильмы являются основой для вывода. В Китае не так много поклонников "Звездных войн", и не так много людей заботятся о "Вселенной Звездных войн". Без "Вселенной Звездных войн", как можно культивировать новых поклонников "Звездных войн" во время просмотра фильма? В конце концов, это стало проблемой из-за того, что куры не несли яиц, а из яиц не вылуплялись цыплята.

Крайняя нехватка китайского рынка производных пленок также является важной причиной.

Когда "Приквел к "Звездным войнам" был выпущен в Китае, у многих кинотеатров здесь не было бизнеса по продаже производных, и у них даже не было каналов закупок, полученных на основе подлинного разрешения. Иногда кинотеатры хотели развивать этот бизнес, и им приходилось посылать людей в Гонконг для покупки, а объем покупок также был очень небольшим, и кинотеатры не могли выдержать накопление запасов.

Пропустил лучшее время просмотра и не занимался выращиванием производных продуктов. "Звездные войны: Пробуждение силы" столкнется с почти случайным рынком в Китае. В Китае нет китайской аудитории для "воспоминаний", нет недостатка в китайской аудитории для "мифов" и "популярности". В лучшем случае, это только зарождается. Об этих элементах, которые прочно связывают американскую аудиторию, просто невозможно говорить в Китае.

Все это объективные причины существования, но самое неудачное в продвижении "Звездных войн: Пробуждение силы" в Китае заключается в том, что оно не привлекло внимания "молодежи маленького городка".

Китайский кинорынок развился до настоящего времени, и даже Дюк, который находится далеко по другую сторону Тихого океана, должен признать, что если фильм хочет иметь кассовые сборы в 100 миллионов долларов или более в Китае, он должен быть признан "молодежью маленького городка".

Жаль, что в отсутствие целенаправленных рекламных стратегий для привлечения внимания "молодежь маленького городка" на самом деле совсем не любит голливудские блокбастеры, а приземленные бытовые комедии - это то, что их волнует.

Даже если они иногда выбирают голливудские блокбастеры, они уделяют больше внимания своим развлекательным функциям быстрого питания, а сенсорная стимуляция является основным занятием. Поэтому "Железный человек", "Мстители", "Трансформеры" и другие крупные бренды визуальных эффектов, фильмы, наполненные различными боевыми и взрывными сценами, более популярны среди молодежи в небольших городах.

В предыдущих "Звездных войнах: Пробуждение силы" также были элементы этого аспекта, но веса было явно недостаточно. С "Преодолей свой страх, иначе ты попадешь на темную сторону Силы", большинство из них закатят глаза на фильм.

По мнению Дьюка, "Звездные войны" похожи на "Путешествие на Запад" в Соединенных Штатах. Для китайской аудитории нормально проявлять меньше энтузиазма, но он очень хорошо знает, что в этом мире почти все красивые вещи, пока у вас достаточно понимания, вы будете знать, как это оценить.

Возможно, эти "Звездные войны: Пробуждение силы" не полностью взорвутся на китайском рынке, как ожидал Дюк, UU читал [www.yuxaxu.com](http://www.yuxaxu.com), но он и Lucasfilm не откажутся от размещения сериала "Звездные войны" в Китае.

Lucasfilm подтвердил, что "Звездные войны: Grand Theft Auto One", съемки которого вот-вот

начнутся, приглашает Цзян Сяоцзюня и Ву Цзина сняться в нем, что является важным сигналом.

По мере развития китайского кинорынка китайская аудитория, в том числе “молодежь в маленьких городах”, будет становиться все более восприимчивой к глобализации; по мере развития китайского рынка производных фильмов степень привязанности китайских киноманов также будет становиться все выше и выше.

Герцог всячески способствует распространению "Звездных войн" в Китае с того дня, как приобрел Lucasfilm. Кэтрин, генеральный директор Lucasfilm, сказала, что Герцог приложил все усилия для содействия распространению "Звездных войн" в Китае. Кеннеди лично несколько раз ездил в Китай, чтобы разработать рекламные планы с группой партнеров.

Хотя она гораздо менее влиятельна, чем "Звездные войны" в Японии и Южной Корее, влияние "Звездных войн" в Китае уже не на том уровне, на котором оно было когда-то.

Более того, по мнению Дюка, при надлежащей рекламе и маркетинге китайской аудитории нетрудно понять "Звездные войны". (продолжение следует□)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1841431>