

Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

Даже при таком количестве болельщиков, стоящих в очереди за местами за полмесяца вперед, в глазах североамериканских СМИ об этом не стоит сообщать, потому что, по их мнению, это слишком нормально. □Прочитайте полный текст..□

“Никто не может отрицать, что сериал "Звездные войны" потратил более 30 лет на создание топового коммерческого ip-адреса. Если этот ip-адрес связан с тем же топовым ip-адресом?Супер-ip Розенберга, все неожиданные результаты не являются случайностями...”

В обзоре “Нью-Йорк таймс” даже говорилось: “"Звездные войны" плюс Дюк?Розенберг, мировые кассовые сборы должны начинаться с двух миллиардов долларов США. если они ниже этой цифры, то можно сказать, что это провал.”

Время выхода становится все ближе и ближе, и бесчисленные поклонники по всей территории Соединенных Штатов готовятся приветствовать этот фильм. Реклама и маркетинг Warner Bros. и Lucasfilm также становятся все более и более интенсивными. Почти 200 миллионов долларов США были вложены во всю раннюю рекламу.

"Звездные войны: Пробуждение силы", фильм с сильной аудиторией и культурным наследием, больше использует онлайн- и оффлайн-каналы для продвижения самого бренда, почти не вовлекая историю и самих персонажей.

Но в результате у Дюка не будет ни малейшего недостатка в работе по продвижению и маркетингу. Он попросил Чарльза, который является продюсером, сделать то же самое.Роуэн и Робин?Гранде использует больше методов arg, чтобы создать напряженность и усилить любопытство зрителей к истории и персонажам, чтобы привлечь их в театр.

Нет никаких сомнений в том, что заставить аудиторию покупать билеты - цель всей рекламы, продвижения и маркетинга.

В эту эпоху взаимосвязей мы постоянно сталкиваемся с волной потребительства, а взрыв информации и повсеместная мобильность фактически привели к тому, что аудитория все больше и больше теряет внимание к произведениям и самому контенту. Что сделал Дюк, так это вернуть энергию аудитории, пробудить их любопытство, просмотр и даже потребление. ** .

Находясь в эту лучшую и наиболее процветающую эпоху быстрого развития, я должен сказать, что это своего рода удача.

Однако "Звездные войны: Пробуждение силы" фокусируется не только на североамериканском рынке, но и на более широком глобальном рынке. различия между каждой страной и регионом нельзя игнорировать, и сформулированные рекламные и маркетинговые стратегии также должны отличаться.

Никто не может отрицать культурные различия. Культурный фон также определяет маркетинговую стратегию "Звездных войн: Пробуждение силы" в разных регионах, особенно на Дальнем Востоке Азии, где есть чрезвычайно важные голливудские рынки, такие как Япония, Южная Корея и Китай.

На южнокорейском рынке Lucasfilm и Warner Bros. обнаружили важную тенденцию: старомодная южнокорейская аудитория склонна локализовать импортные блокбастеры. Создайте подходящую вам интерпретацию фильма.

Японские зрители долгое время следили и любили серию фильмов "Звездные войны", и Lucasfilm даже подготовила специальный трейлер фильма "Пробуждение силы" для Японии.

Но популярность фильма "Звездные войны" на китайском рынке гораздо меньше, чем в Южной Корее и Японии. Что мне делать?

Благодаря естественным преимуществам и привлекательности Duke и "Звездных войн" на североамериканском рынке, Warner Bros. усердно работает в Китае с декабря. Создавайте бешеные маркетинговые эффекты.

Дюк также выпустил специальный трейлер фильма "Звездные войны: Пробуждение силы" для Китая. Трейлер не только освещает трейлер Дэниела Дэй-Льюиса "Звездные войны: Пробуждение силы", но также освещает Дэниела Дэй-Льюиса. Статус Ву как главного героя также намеренно увеличил количество больших сцен, чтобы удовлетворить потребности китайской аудитории.

В то же время это также вызвало споры в регионе Большого Китая, подчеркнув разницу между трейлером китайской версии "Звездных войн: Пробуждение силы" и международной версией, а также привлекло внимание и внимание зрителей.

Китайский актер, ставший одним из абсолютных главных героев голливудских шедевров высшего уровня, обязательно привлечет внимание значительного числа китайских зрителей.

И это только часть рекламной кампании "Звездные войны: Пробуждение силы" в Китае. Начиная с декабря, будут проводиться различные мероприятия, связанные с "Звездными войнами: Пробуждение силы". С чрезвычайно плотной осанкой он предстал перед китайской аудиторией.

За некоторое время до выхода "Звездных войн: Пробуждение силы" Warner Greater China использовала bb-8, чтобы взять на себя инициативу, и использовала bb-8, чтобы сделать весь Китай милым! Взяв на себя инициативу с совершенно новыми персонажами, популярность bb-8 в Китае просто поразительна.

Начиная с месяца, предшествовавшего выходу фильма, Warner Greater China постоянно проводила мероприятия по восстановлению "Звездных войн" в реальном времени, и в крупных

деловых районах крупных городов были запущены национальные офлайн-туристические выставки, а различные офлайн-инсталляции "Звездных войн: Пробуждение силы" появлялись одна за другой.

С предстоящим выпуском "Звездных войн" была запущена большая волна китайских продуктов, разработанных совместно с брендом "Звездные войны", и Warner Greater China также нацелена на 800 миллионов пользователей в Китае. Используйте сотрудничество с Penguin для расширения ваших собственных рекламных и маркетинговых каналов.

Затем возникает эффект знаменитости. Он подписал контракт с популярным китайским кумиром и выступал в качестве представителя по продвижению на китайском рынке.

Должен сказать. Lucasfilm и Warner Bros. потратили всю свою энергию на развлекательный маркетинг для серии фильмов "Звездные войны".

Чтобы придать импульс новым фильмам, у нас хватает смелости нарушить традиционную модель маркетингового мышления. В то же время, чтобы избежать борьбы в одиночку, мы активно ищем партнеров, не связанных с промышленностью, и в полной мере используем роль различных типов брендов в продвижении и маркетинге этого фильма.

Самое большое преимущество развлекательного маркетинга для бренда состоит в том, чтобы сделать оригинальные элементы неактуальными. Взаимное проникновение и взаимная интеграция придают бренду ощущение трехмерности и глубины. Дюк также считает, что эти меры станут огромным стимулом для продвижения и маркетинга "Звездных войн: Пробуждение силы" и даже успеха бренда.

В то же время Дюк также спросил Тину? Филиппины лично вылетели в Китай, чтобы совместно со своими партнерами по СМИ разработать дальнейшие стратегии рекламы.

Герцог очень хорошо знает, что, хотя Lucasfilm и Warner Bros. упорно трудились над продвижением первых шести фильмов в последние годы, должно быть много китайских зрителей, которые не видели эти шесть фильмов. Неважно, если они никогда не видели фильм, чего он больше всего боится, так это того, что он в основном не знает историю и систему Звездных войн. Если бы такая аудитория смотрела "Звездные войны: Пробуждение силы", это определенно не принесло бы хорошей репутации.

Самой основной работой по популяризации "Звездных войн: Пробуждение силы" до ее выхода в Китае была Тина? Главная задача филиппинской поездки.

Итак, Тина? Вскоре после прибытия Филиппин в Китай в средствах массовой информации и Интернете появилось руководство по просмотру фильмов, написанное Дюком.

"Семь вещей, которые вы должны знать до выхода седьмой части "Звездных войн"."

Это название придумал Дюк. Возможно, содержание, которое он написал, может не совсем отражать предыдущие шесть романов "Звездных войн", но это специально настроенная версия, основанная на китайском рынке и положении основных фанатов.

“Фанаты по всему миру внезапно снова заговорили о "Звездных войнах". Этот потрясающий научно-фантастический сериал возвращается. В начале января 2015 года в Китае выйдет седьмая часть серии "Звездные войны: Пробуждение силы". Этот сериал оказал влияние на бесчисленное множество кинематографистов и режиссеров. Сегодня у нас могут быть приятные голливудские коммерческие блокбастеры, в значительной степени благодаря сериалу "Звездные войны".”

“Давно известная серия "Звездных войн" вот-вот вернется к жизни, и за сюжетом "Звездных войн 7: Пробуждение силы" последует "Звездные войны 6: Возвращение джедаев". Для друзей, у которых не было времени почистить первые шесть, пожалуйста, обратите пристальное внимание на следующий контент.”

“Во-первых, о чем говорили первые шесть частей "Звездных войн"?”

“Приквел "Звездных войн" 1-3 в основном рассказывает историю талантливого Энакина Скайуокера вырос из чистого мальчика в Дарта Вейдера, пособника Империи Зла. История Вейдера и 4-6 глав основной истории - это его сын Люк? История о Скайуокере и его партнерах, работающих вместе, чтобы противостоять тирании империи и, наконец, достичь мира во вселенной.”

“Основной сюжет первых шести романов проще говоря: "Лао-цзы поднялся на вершину альтернативной жизни, и в результате мертвый ребенок принес ему рабочую единицу Лао-цзы". Исходя из этого, противостояние между светлой и темной сторонами Силы, политическая борьба между различными фракциями, любовь и ненависть главных героев, творческие обычаи и обычаи в безграничной вселенной, различные роботы и военные корабли - все это увлекательные вещи в фильмах "Звездные войны".”

“Во-вторых, вы должны знать нескольких известных персонажей.”

“Рыцари-джедаи: Они держат не красные световые мечи и в основном хорошие люди. Среди самых известных - мастер Йода, маленький зеленый монстр, который может быть милым, но должен полагаться на силу, чтобы говорить; и Оби-Ван Кеноби, он был учителем Энакина, а позже стал наставником Люка. Если вы хотите выбрать лагерь хороших людей, вы должны обратить на это внимание. не выбирайте красный световой меч при косплее.”

“В-третьих, почему "Звездные войны" так популярны в западной массовой культуре?”

“Проще говоря, "Звездные войны" повлияли почти на всех режиссеров блокбастеров, которых мы сейчас видим, включая Спилберга, Джеймса Кэмерона, Люка Хисшики кино, такие как Бессон, испытали глубокое влияние, и знаменитый режиссер Дюк Эллингтон испытал глубокое влияние. Розенберг - поклонник этого сериала, и он получил свое начальное образование в

области кинопросветления на съемочной площадке "Звездных войн".

“Серия фильмов "Звездные войны" также привела к развитию киноиндустрии в эпоху: режиссер Джордж Лукас основал компанию Industrial Light Magic в 1975 году благодаря "Звездным войнам", UU Books www.uukanshu.com Создал индустрию киноспецэффектов и до сих пор является лидером отрасли; "Звездные войны" - один из самых прибыльных фильмов всех времен с чрезвычайно богатыми производными продуктами. Европейские и американские зрители, пришедшие в кинотеатр в 1970-х годах, теперь обзавелись семьями и бизнесом, и их любовь к сериалу "Звездные войны" передалась второму или даже третьему поколению. В повседневной жизни в Европе и Соединенных Штатах появление культурных элементов серии "Звездные войны" так же обыденно, как использование масла, соли, соуса и уксуса для еды.”

Можно сказать, что Дюк, Lucasfilm и Warner Bros. усердно работали над тем, чтобы заинтересовать китайскую аудиторию и добиться взрывных кассовых сборов на втором по величине рынке складов билетов в мире, особенно в конце этих семи пунктов, Дюк также особо упомянул проблему, которая часто возникает в основных коммерческих фильмах в Северной Америке.

Это происходит из серии "Звездные войны" и даже постепенно становится уникальной тенденцией.

“Почему говорят, что сцены рубки рук, которые сегодня часто появляются в североамериканских фильмах, являются плохой культурой, созданной и спровоцированной серией "Звездных войн"?”(~^~)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1841453>