

Североамериканские кинотеатры все еще расширяются и строятся. Текущее количество кинотеатров и экранов, где выходит "Дэдпул", в любом случае можно сравнить с тем, что было десять лет спустя. Даже если фильм может иметь лучший отклик, посещаемость резко возросла, а количество зрителей в Северной Америке близко или даже выше, чем у предыдущего фильма, кассовые сборы в Северной Америке все еще не могут сравниться с ним.(1 августа? >}}

Действительно, по сравнению с предыдущим годом стоимость билетов в кино для просмотра обычного фильма в Северной Америке существенно не увеличилась. В ближайшие десять лет стоимость обычных билетов не сильно увеличится.

Но это не включает 3d!

Не забывайте, что количество 3d-экранов за десять лет и, как правило, цены на билеты на треть-четверть выше, чем на 2d, не говоря уже об imax, где цены на билеты выше.

Этой части ситуации не существует, если Мерфи решит закрыть на это глаза, и влияние этого объективного условия на фильм - это не то, что может изменить человек или даже кинокомпания.

Сколько сейчас 3d-экранов в Северной Америке?Даже если вы сложите те, которые использовались для экспериментов или в учебных целях, вы, возможно, не сможете получить двести юаней.

Судя по сарафанному радио пробных показов и фактическому эффекту рекламы, Мерфи очень уверен в фильме "Дэдпул", но он также сохраняет достаточное здравомыслие.

После показа "Дэдпул" вступил в стадию спринта рекламы перед показом, и 20th Century Fox также начал поднимать шум из-за сарафанного радио о показе.

Многие комментарии аудитории были широко распространены в Интернете.

"Они завершили фильм "Дэдпул", который одновременно непобедим и захватывающ. Он такой другой."...Так сказал обычный зритель по имени Лукас Сингел.

Другой большой мальчик по имени Эдди Биддл сказал: ""Дэдпул" просто замечательный.

Позже последовали бесконечные комплименты с подписью зрителей: ""Дэдпул" потрясающий!Настолько абсурдный и забавный, что он может стать одним из моих любимых фильмов."

Что касается пробных показов "Дэдпула", все они также были переданы производственным компаниям "Хеллбоя", который был выпущен за неделю до фильма, и "Женщины-кошки", которая была выпущена через неделю после. Revolution и Warner Bros.

Первая - всего лишь небольшая голливудская компания и не в состоянии конкурировать с 20th Century Fox. Warner Bros., которая также входит в большую шестерку, всегда обращает внимание на динамику "Дэдпула". Следующие выходные этого фильма совпали с выходными "Женщины-кошки". Оба фильма по-прежнему являются фильмами о супергероях, как в аудитории, так и в кинотеатрах, будет конкуренция.

Однако конкуренция между шестью крупными компаниями уже давно сформировала негласное взаимопонимание и будет сохраняться до определенной степени. Большинство используемых методов являются разумными и законными, и результата не будет.

Например, в средствах массовой информации и в Интернете циркулируют некоторые негативные новости о Мерфи и Роберте Дауни-младшем, в которых говорится, что эти двое не только друзья, но и друзья по наркотикам, особенно Мерфи связан с наркокартелями в центре Лос-Анджелеса и, вероятно, будет одним из них. И так далее.

Очевидно, что частные расследования против Мерфи превратились в бульварные сплетни после того, как они не смогли получить никаких доказательств.

"Такого рода новости не будут иметь большого эффекта", - два продюсера, которые фактически отвечают за производство "Женщины-кошки", вошли в конференц-зал Warner Bros., где уже ждали несколько высокопоставленных руководителей Warner Bros. Первое, что они увидели, был Брюс Розенблюм, директор департамента телевидения, а затем Брюс Берман, генеральный директор Warner Bros.

Увидев Брюса Бермана, ожидающего здесь лично, они оба не удивились. "Женщина-кошка" - это проект, продвигаемый Брюсом Берманом независимо от внутренней оппозиции, которая напрямую связана с тем, сможет ли он прочно удерживать эту позицию.

"Просто сядь. Брюс Берман кивнул этим двум людям.

Эта краткая встреча начнется.

"Что хорошо для нас сейчас, так это то, что до релиза еще есть некоторое время", - мужчина средних лет слева от Брюса Бермана взял на себя инициативу и сказал: "Мы можем полностью завершить редактирование "Женщины-кошки"."

Он кашлянул: "Недостатком является то, что пилотный показ "Дэдпула", который вышел на неделю раньше нашего, имеет очень хорошую репутацию. Его кассовые сборы на второй неделе и график фильмов могут повлиять на "Женщину-кошку"."

В конференц-зале было тихо. Фактическая ситуация с сарафанным радио для пробных показов определенно будет отличаться от ситуации с рекламой. Например, Warner Bros. предприняла некоторые усилия для продвижения сарафанного радио для пробных показов "Женщины-кошки", но негативные новости все еще распространяются. В эту эпоху кинокомпаний и даже любые СМИ не могут полностью блокировать плохие новости о своих собственных фильмах, и невозможно бесконечно преувеличивать хорошие новости.

С этой точки зрения "Дэдпул" имеет высокую репутацию для пробных показов с аутентичностью не менее 70%.

Выражения лиц у всех были немного серьезными. Трудно сказать, каков будет эффект "Женщины-кошки" после повторного редактирования и корректировки. Если "Дэдпул" так же популярен в прокате, как и его пилотный показ, сможет ли "Женщина-кошка" выдержать его воздействие?

"Можно ли это сделать?" На этот раз это был человек справа от Брюса Бермана, который сказал: "Мы подумаем о том, как сделать так, чтобы "Дэдпул" наконец получил рейтинг ps—17 в рейтинге траа, чтобы "Женщине-кошке" в принципе ничего не угрожало".

"Абсолютно нет! Брюс Розенблум внезапно возразил: "Мы являемся членами траа, как и 20th Century Fox, и они были в траа дольше и влиятельнее нас. Этого трудно достичь".

"Что ж, - энергично кивнул Брюс Берман, - это худший выбор. Не говоря уже о масштабах "Дэдпула", что, если 20th Century Fox сделает то же самое с нашим фильмом?"

Мужчина только что слегка смущенно закрыл рот.

Все посмотрели на Брюса Бермана, ожидая, когда он примет решение.

"Проделайте хорошую работу по второму редактированию "Женщины-кошки", Брюс Берман не позволил им ждать слишком долго и сказал: "Активно обращайтесь в кинотеатры, чтобы стремиться к большому количеству кинотеатров и показов "Женщины-кошки", и пусть СМИ еще больше раздувают Мерфи-Стэнтон ..."

При упоминании этого имени Брюс Берман нахмурился и сказал: "Раздувайте негативные новости о Мерфи Стэнтоне и Роберте Дауни-младшем."

Это обычные методы конкуренции. Брюс Берман очень хорошо осведомлен о некоторых правилах игры Голливуда. Шесть крупных компаний являются одновременно конкурентоспособными и сотрудничающими. С большой стороны, они по-прежнему представляют собой сообщество интересов, которые совместно подавляют возникающие силы. Друг для друга невозможно иметь неограниченную порочную конкуренцию. Это не только приведет к конкуренции между собой, но также может затянуть компании группы, стоящие за двумя сторонами, в трясину.

Атмосфера в конференц-зале была немного холодной, и казалось, что все недостаточно доверяли "Женщине-кошке".

Брюс Берман встал и громко сказал: "Все! Я думаю, вам всем должно быть ясно, что сарафанное радио не отражает всего на пробных показах. Аудитория пробных показов "Дэдпула" должна быть фанатами комиксов. Это меньшинство, и их реакция может не отражать рынок. Кинокритики, хех, они существуют вне аудитории, и нишевый стиль Мерфи-Стэнтона хорошо принят критиками, но это не тот стиль, который всегда нравился основной аудитории."

Его пристальный взгляд скользнул по лицам всех присутствующих в конференц-зале одного за другим, и он уверенно сказал: "Я твердо верю, что "Женщина-кошка" добьется успеха и подавит кассовые сборы "Дэдпула" в следующие выходные, став одним из лучших коммерческих фильмов года."

"Вот именно!"

"Вот именно!"

В конференц-зале раздался звук согласия.

Брюс Розенблум тоже улыбался и повторял слова Брюса Бермана, но в глубине души усмехался. Судя по репутации пилотных показов "Женщины-кошки", он уже видел кризис, с которым могут столкнуться Warner Bros. и DC Comics, и у этих людей перед ними, очевидно, была возможность возродить фильмы о супергероях DC, но они напрасно упустили возможность 20th Century Fox.

Это хорошо, только когда Warner Bros. столкнется с кризисом, у него может быть шанс.

Warner Bros. вложила сотни миллионов долларов в "Женщину-кошку". Конечно, она не хотела видеть несчастный случай в фильме. Затем она увеличила свою известность. С другой стороны, реклама революционной компании "Хеллбой" была прохладной, и, похоже, она решила заработать как можно больше. Читайте, сколько вы можете заработать.

Что касается 20th Century Fox, то это также увеличило популярность "Дэдпула" перед выпуском, даже если рейтинг фильма был обнародован.

"Несколько дней назад фильм о супергерое "Дэдпул", который выходит уже полмесяца, был официально подтвержден как R-рейтинг! С момента съемок фильма рейтинг этого фильма всегда был горячей темой внимания. Сегодня траа наконец-то приняло окончательное решение. Этот герой, Дэдпул, известный своей нецензурной бранью и желтыми шутками, наконец-то может открыто шутить на экране ..."

Это еще не конец. Из-за четкого позиционирования целевой аудитории 20th Century Fox также вытащила рейтинговые обзоры траа для "Дэдпула" в качестве рекламных материалов.

“Американский институт кино считает, что "Дэдпул" имеет большое количество насильственных форм поведения и языка, сексуального содержания и прямого поведения, и официально оценил фильм как R-рейтинг (зрители в возрасте до 17 лет должны сопровождаться родителями или опекунами для просмотра. Чтение UU □www.uuk□nshu.com)”

Нет сомнений в том, что "Дэдпул" в основном ориентирован на мужскую аудиторию старше 17 лет, но нельзя игнорировать женскую аудиторию. Голливуд провел целевые опросы. Мужчины редко ходят смотреть женские фильмы. Даже если некоторые люди идут смотреть его, доля очень низкая, но женщины часто могут смотреть мужские фильмы.....

20th Century Fox также выпустила видеорекламу, специально предназначенную для женской аудитории.

Форма рекламы похожа на предыдущую. Дэдпул поприветствовал аудиторию дерзким взглядом в камеру, но на этот раз он взял розу и специально нацелился на женскую аудиторию: "Вы можете подумать, что это фильм о героях-министрах, но этот красивый парень говорит вам, что вам повезло, на самом деле это фильм о любви!"

Позже специальный снимок Дэдпула и Ванессы, целующихся в течение года, был снят Робертом Дауни-младшим и Джессикой Альбой. Любовная сцена была определенно захватывающей и достаточно горячей.

После интенсивной рекламы и тщательной подготовки 20th Century Fox Эйприл шаг за шагом продвигалась вперед и, наконец, медленно добралась до второго уик-энда.

Как и большинство фильмов, показанных в Голливуде, североамериканский показ "Дэдпула" проходил в Китайском Большом театре в Голливуде.(продолжение следует□)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/69282/1852260>