

541. Маркетинговая война (1)

1 февраля, или 5 января по лунному календарю.

Вечером в развлекательном разделе сайта газеты «Экстренные новости Гонконга» появилась фотография из международного аэропорта Гонконг, после чего её распространило немало и других средств массовой информации.

Главными героями этой фотографии являлись Лу Чэнь и Чэнь Фэйр. Они, держась за руки, шли по проходу для пассажиров.

Чэнь Фэйр была материковой исполнительницей, о которой раньше знали немногие гонконгцы, но, получив три награды на премии [Лучшая оригинальная музыка мира на китайском языке], она уже стала известной всему Гонконгу звездой.

Премия [Лучшая оригинальная музыка мира на китайском языке] транслировалась в прямом эфире Hong Kong TV. Так как там участвовал Лю Ганшэн, а также ещё множество других гонконгских суперзвезд, рейтинг прямого эфира составил 38,75%. Поэтому ещё больше гонконгцев узнали об этой поп-диве из материкового Китая.

Аналогичная ситуация произошла и с Лу Чэнем.

Вдобавок 29 января, то есть на второй день китайского Нового года, Hong Kong TV в 8 часов вечера, в прайм-тайм, выпустило в эфир сериал «Осень в моём сердце», где Лу Чэнь и Чэнь Фэйр исполнили главные роли. Огромное количество зрителей приковались к экранам своих телевизоров.

Съёмки «Осени в моём сердце» закончились год назад. Сериал транслировался в материковом Китае и Южной Корее и добился поразительных рейтингов, а впоследствии его крутили на Тайване и во многих странах Юго-Восточной Азии. Он вызвал широкий общественный резонанс.

Ранее многие мелкие гонконгские телеканалы хотели купить права на трансляцию этого сериала, но рабочая студия Лу Чэня, поразмыслив над тем, какими могут выйти рейтинги, всем отказала.

Права на трансляцию этого сериала в Гонконге были достойны получить лишь Hong Kong TV и Asia TV.

И Hong Kong TV, и Asia TV выразили заинтересованность в сериале, но во время обсуждения конкретных условий договора возникли кое-какие разногласия, поэтому только к концу прошлого года удалось договориться с Hong Kong TV.

Получив права на трансляцию, Hong Kong TV переозвучило сериал, а потому кантонское издание «Осени в моём сердце» вышло в эфир уже в этом году.

По правде говоря, этот уже считавшийся культовым сериал можно было скачать в высоком разрешении с пиратских интернет-ресурсов. Большое количество гонконгской молодёжи уже посмотрело его, но это никак не сказалось на привлекательности сериала. Первая трансляция сразу же вызвала немалый шум.

Материковые сериалы и прежде транслировались в Гонконге. В основном это были исторические драмы и известные сериалы. Крайне мало было сериалов, где сюжет

разворачивался бы в наше время. И лишь немногим работам удавалось добиться более-менее высоких рейтингов в Гонконге.

Однако «Осень в моём сердце» была совершенно иной работой. После трансляции первых четырёх серий сериал вышел на первое место по рейтингу. Самый высокий рейтинг составил 28,69% и всколыхнул всё гонконгское телевидение.

А исполнители главных ролей в этом сериале, Лу Чэнь и Чэнь Фэйр, приехав снова в Гонконг, естественно, стали любимцами всех медиа.

Как результат, количество подписчиков у Лу Чэня и Чэнь Фэйр на Гонконгской блог-платформе резко увеличилось. Всего за несколько дней их стало в два раза больше. Несметное множество представителей шоу-бизнеса завидовали обоим людям.

Поэтому после того, как опубликовалась фотография с Лу Чэнем и Чэнь Фэйр в аэропорте, резко увеличилось число журналистов, сидевших в засаде возле входа в многоэтажное здание Жунцзинь. Владевшие удивительным мастерством папарацци даже выследили любовное гнездышко Лу Чэня и Чэнь Фэйр в районе Рипалс-Бэй.

Что касалось приглашений на всевозможные интервью, шоу и мероприятия, то они градом сыпались на рабочую студию Лу Чэня.

К сожалению, подавляющее большинство средств массовой информации уходило ни с чем. Чэнь Фэйр задержалась в Гонконге всего три дня, после чего вернулась в столицу. А Лу Чэнь был занят постпродакшном «Китайской истории о призраках» и пока отверг все приглашения.

Но это вовсе не означало, что он избегал медиа.

Напротив, маркетинговая кампания «Китайской истории о призраках» только началась.

Бюджет фильма составлял 30 миллионов юаней. Половина этих средств ушла на съёмки, а половина – на постпродакшн, но на рекламу из этого бюджета ничего не выделялось. Чтобы фильм хорошо выстрелил, рабочая студия выделила ещё 20 миллионов юаней на маркетинговую кампанию, которая должна была проводиться в Гонконге и материковом Китае.

Материковый кинорынок был в приоритете у «Китайской истории о призраках», однако, если не получить место в гонконгской программе поддержки кинематографа, тогда никакого толку не будет от материкового Китая. Поэтому нельзя было пренебрегать маркетинговой кампанией в Гонконге.

Трансляция «Осени в моём сердце», можно сказать, удачно стала частью маркетинговой кампании. Высокие рейтинги сериала помогли Лу Чэню сэкономить как минимум несколько миллионов юаней на рекламу. Фильм «Китайская история о призраках», где участвовали Лу Чэнь, Чэнь Фэйр и гонконгские актёры, несомненно, привлёк внимание многих людей и особенно молодёжи.

Но Лу Чэнь все равно не терял бдительности, поскольку «Маска», которую совместно снимали кинокомпания Хуагуань и развлекательная компания Звёздное Мастерство, ещё перед Новым годом начала проводить предварительную крупномасштабную рекламную кампанию.

К тому же уже заранее была назначена дата первого показа «Маски» – 14 февраля, в День всех влюблённых!

«Маска» во всех смыслах была крупнейшим конкурентом «Китайской истории о призраках» и могла стать самым большим камнем преткновения на пути у фильма Лу Чэня.

И не так-то просто будет избавиться от этого камня преткновения!

«Говорят, бюджет Маски составляет 150 миллионов юаней, но в действительности, скорее всего, около 100 миллионов...»

Уже наступила глубокая ночь, а в офисе гонконгской рабочей киностудии Лу Чэня до сих пор горел свет. Струи сигаретного дыма вздымались кверху и окутывали лампы.

В данный момент проводилось закрытое заседание рабочей студии. Присутствовали Лу Чэнь, Чэнь Вэньцян, Вань Сяоцюань, а также Ли Чжэнь.

Ли Чжэнь работала помощницей и отвечала за запись обсуждений. А остальные люди совещались насчёт маркетинговой кампании, выпуска «Китайской истории о призраках» на большие экраны и многих других вопросов.

Чэнь Вэньцян хорошенько затянулся сигаретой, после чего угрюмым голосом произнёс: «Слышал, Хуагуань и Звёздное Мастерство готовятся потратить более 10 миллионов на рекламу в Гонконге, это как минимум в 3 раза больше, чем у нас!»

Чэнь Вэньцян не был заядлым курильщиком. Он бросил курить несколько лет назад, но в последнее время опять взялся за старую привычку.

Потому что испытывал огромный стресс.

Хотя Чэнь Вэньцян не так долго работал в рабочей студии Лу Чэня, он уже считал себя частью этой студии, поэтому всячески суеился за неё.

«Китайской истории о призраках», являвшейся первым проектом рабочей студии, Чэнь Вэньцян придавал ещё большее значение, чем Лу Чэнь. И не только потому, что это касалось его заработка и репутации, но ещё и потому, что его любимая дочь играла в этом фильме.

Он больше остальных надеялся на успех «Китайской истории о призраках».

Но реальность оказалась суровой. Планировалось, что фильм тоже выйдет в прокат 14 февраля, в День всех влюблённых. Оба фильма будут одновременно сражаться за место в программе поддержки. И это ещё при том, что они были одного жанра.

Это будет настоящий бой насмерть!

Однако, если говорить о масштабах, то «Китайская история о призраках» никак не могла стать достойным соперником «Маски». Производством «Маски» занимались известные в деловых кругах крупные компании, которые без проблем могли расплющить крохотную рабочую студию.

Да и бюджет этого фильма в несколько раз превышал бюджет «Китайской истории о призраках». «Маска» казалась намного увереннее в плане маркетинговой кампании.

«Более 10 миллионов на рекламу в Гонконге?»

Вань Сяоцюань изумился: «А они окупятся потом?»

<http://tl.rulate.ru/book/96733/385738>