586. Будущее покажет

Рекламная кампания «Китайской истории о призраках», собиравшейся выйти 2 апреля, уже давно развернулась. Потраченные на неё 30 миллионов нельзя было считать такой уж большой суммой, но их было достаточно, чтобы гарантировать, что подавляющее большинство зрителей в стране узнает о грядущем выходе данного фильма.

Но по сравнению с такими голливудскими блокбастерами, как «Битва на Вулкане» и «Легенда об обетованной земле», «Китайская история о призраках», бесспорно, находилась в слабом положении. Медийная компания Чэнь Фэйр тоже не желала провоцировать маркетинговую войну с огромными денежными затратами и вела себя относительно тихо.

Поэтому, когда Лу Чэнь заявил о своей цели заработать в материковом прокате 500 миллионов и продать мерч на 100 миллионов, то неизбежно вызвал бурную реакцию среди деловых кругов.

В последние 10 лет кассовые сборы отечественных фильмов вслед за процветанием отечественного кинорынка тоже заметно выросли.

Появилось много популярных фильмов, чей бюджет составлял несколько десятков миллионов и чьи кассовые сборы составляли несколько сотен миллионов. Но это в основном были молодёжные фильмы, большинство из которых являлись экранизациями хорошо продаваемых романов и веб-новелл.

Бюджет «Китайской истории о призраках» составлял всего лишь несколько десятков миллионов, и цель собрать 500 миллионов в материковом прокате как будто и не была слишком завышенной, однако реальное положение дел обстояло иначе, потому что сейчас низкобюджетных фильмов с высокими сборами становилось всё меньше и меньше. Молодёжные фильмы уже не доставляли былого удовольствия, что уж тут говорить про мистические фильмы!

Если бы бюджет «Китайской истории о призраках» составлял более 100 миллионов или даже 200-300 миллионов и было бы потрачено достаточно средств на спецэффекты, то, полагаясь на авторитет первоисточника, фильм, возможно, смог бы привлечь немало зрителей.

Но пусть даже весь ничтожный бюджет в 30 миллионов ушёл бы на спецэффекты, этого было бы крайне мало!

Чем ещё могла привлечь отечественного зрителя «Китайская история о призраках» без впечатляющих спецэффектов? Вкусы материковых зрителей сильно отличались от вкусов гонконгских зрителей. В материковом Китае мистические фильмы относились к нишевой продукции.

Ван Сяосюй провёл вполне трезвый анализ по «Китайской истории о призраках».

Тогда что же предавало Лу Чэню такую уверенность?

Ладно собрать 500 миллионов в прокате, но вот смелое заявление продать мерч на 100 миллионов действительно поражало.

Многим людям в деловых кругах казалось, что Лу Чэнь совсем зазнался. Возможно, из-за его слишком успешного развития в течение последних двух лет он стал очень уверенным, но при этом забыл, что кинематограф, телевидение и поп-музыка – это три разные вещи.

Если бы Лу Чэнь снял молодёжный фильм, ему бы незачем было беспокоиться о кассовых сборах.

Но далеко не каждый новичок был способен снять стоящий мистический фильм.

И всё же некоторые представители деловых кругов поддерживали Лу Чэня. Они видели гонконгскую версию «Китайской истории о призраках» и восторгались этим фильмом. В своих блогах они хорошо отзывались о Лу Чэне.

Только эти высказывания казались тихими. Общественность не возлагала больших надежд на фильм.

Хотя в посте Лу Чэня не было упомянуто имя Ван Сяосюя, этот критик всё-таки посчитал, что ему бросили вызов, поэтому вскоре опубликовал новый пост.

Содержание поста было простым, состояло всего из двух слов – “будущее покажет”!

Ван Сяосюй был образованным человеком со сформировавшимся мировоззрением, имел свои принципы и правила, готов был дать жёсткий отпор, но не собирался устраивать бессмысленное шоу, например, спорить с Лу Чэнем на съедание клавиатуры или на пробежку голышом по улице.

Двух слов “будущее покажет” вполне хватало показать позицию Ван Сяосюя.

А фанаты Лу Чэня, естественно, поддержали пост своего кумира.

«Ну всё, куплю как минимум пять билетов в кино в качестве поддержки. Может, ещё что-нибудь из мерча присмотрю себе!»

«500 миллионов в прокате – это слишком заниженная планка. Думаю, удастся заработать более 800 миллионов!»

«Миллиард!»

«Поддержу моего Чэня. Как придёт время, обязательно схожу с девушкой на Китайскую историю о призраках».

«Кассовые сборы и отзывы в Гонконге такие хорошие, что я не верю в провал фильма в материковом прокате, всё непременно получится!»

«Гуру Лу Чэнь, можешь рассказать поподробнее о своём мерче?»

«Тоже интересно…»

Лу Чэнь не только ответил на вопросы фанатов, касавшихся мерча, но ещё и вечером следующего дня обновил свой блог, загрузив туда несколько десятков фотографий.

Все эти фотографии имели отношение к мерчу по «Китайской истории о призраках», включая фигурки героев, которые больше всего понравились гонконгским кинозрителям. Но на фотографиях мерч не был изображён красивым, крупным планом, там виднелся склад, где хранился этот самый мерч!

Верно, Лу Чэнь опубликовал доказательства хранившейся на складе готовой продукции. Помимо различных изданий фигурок главных героев фильма, ещё были диски с саундтреками,

памятный альбом картин, украшения, принадлежности. Чего здесь только не было.

Но суть фотографий была в том, что абсолютно весь склад был завален вещами!

Заказ на производство этого мерча был произведён ещё тогда, когда Лу Чэнь находился в Гонконге. Для материкового рынка было произведено в два раза больше продукции, чем прежде. Почти всё уже было перевезено в столицу.

Покупательная способность гонконгских зрителей была выше, но материковых зрителей было больше, поэтому в итоге Лу Чэнь поставил цель заработать 100 миллионов от продажи мерча по «Китайской истории о призраках».

Эта цель, надо сказать, была очень амбициозной, потому что мерч по голливудским блокбастерам тоже не полностью распродавался в материковом Китае, что уж тут говорить про китайские фильмы.

Но успех в Гонконге придавал Лу Чэню достаточно уверенности!

А фотографии со склада, с одной стороны, свидетельствовали о его уверенности, с другой стороны, являлись мощным ответным ударом на сомнения Ван Сяосюя – если расходы на производство фильма не окупились, тогда откуда деньги на производство такого большого количества продукции?

По правде говоря, ранее Лу Чэнь уже выкладывал в своём блоге несколько красивых фотографий мерча, но те художественные фотографии не могли сравниться с этими “кичливыми” фотографиями склада. Фанаты тут же возбудились.

«Вау! Так много, можно мне одну?»

«Какие милые фигурки, я обязательно куплю себе набор!»

«Где все местные богачи? Пусть закупят огромную партию мерча, а потом подарят своим друзьям!»

«Куплю, куплю, куплю!»

В конце Лу Чэнь написал, что эти вещи уже начали поступать в магазины мерча в различных киносетях, 2 апреля их обязательно выставят на прилавки. Он надеялся, что люди поддержат его!

Фанаты, разумеется, собирались поддержать его.

Уверенность Лу Чэню также придавали и его верные очаровательные фанаты. Он за один стрим сумел заработать миллион от донатов. Разве сложно будет продать мерч на 100 миллионов?

Ван Сяосюй ничего не ответил на ответный удар Лу Чэня. То ли потому что его шокировала экстравагантность Лу Чэня, то ли он ждал, что “будущее покажет”, но он больше не вступал в перепалку с фанатами Лу Чэня.

Внимание людей вскоре переключилось на другие вещи.

Рекламная кампания «Китайской истории о призраках» до сих пор шла полным ходом. Лу Чэнь даже нарушил прежние обычаи, посетив несколько программ, чтобы прорекламировать фильм.

Не только Лу Чэнь, но и Чэнь Фэйр активно задействовала свои связи и влияние ради продвижения «Китайской истории о призраках». Вся медийная компания Чэнь Фэйр находилась в бешеном рабочем режиме.

Так продолжалось, пока не наступило 2 апреля!

http://tl.rulate.ru/book/96733/403238