

Идолы являлись особым типом артистов в шоу-бизнесе.

Изначально такое прозвище, которое ныне имело неоднозначные оценки, фанаты давали японским и южнокорейским звёздам, подразумевая под ним молодых, привлекательных и обладавших крепким телосложением мужских артистов. Это был типичный интернет-сленг.

В последние годы, по мере того, как начали пользоваться почётом идолы, в китайском шоу-бизнесе появилось множество подобных звёзд. У них зачастую были похожие особенности. Прежде всего, они были достаточно молоды, а те, кому было за 30, уже считались “пожилыми идолами”. Они имели белоснежную кожу, стильно одевались, проводили активные пиар-кампании, при этом, как правило, являлись вокалистами или актёрами, но толком не владели ни вокальным, ни актёрским мастерством, зато были необычайно популярны.

В начале своей звёздной карьеры Лу Чэнь тоже классифицировался некоторыми средствами массовой информации как идол, но вскоре, полагаясь на свою феноменальную одарённость и крепкое, здоровое тело, стал идеальной суперзвездой, сочетавшей в себе особенности идола и умелого артиста.

Что же до Хо Фэйюэ, то он дебютировал позже Лу Чэня, однако тоже быстро обрёл популярность.

Хо Фэйюэ сперва сотрудничал с известной посреднической компанией Тайши и при её усиленной поддержке вскоре дебютировал в телесериале, имевшем неплохие рейтинги, и за счёт изысканного имиджа стремительно стал известным.

Едва на Хо Фэйюэ свалилась популярность, как он рассорился с компанией Тайши и вынужден был полгода судиться, что в то время вызвало огромную сенсацию, а затем бросился в объятия другой посреднической компании – СКГ.

После заключения контракта с СКГ карьера Хо Фэйюэ пошла как по маслу. Он снялся во многих фильмах и сериалах, ещё и выпустил свой альбом, стал одним из лучших идиолов и приобрёл большое количество фанатов.

У Хо Фэйюэ были очень высокие гонорары. За одну серию компания СКГ запрашивала около миллиона юаней, а за участие в фильме как минимум 50 миллионов, вдобавок требовала определённый процент от кассовых сборов.

Пусть даже эти цифры и были раздуты, у компания СКГ, конечно, были основания, чтобы запрашивать такие высокие гонорары. На блог Хо Фэйюэ на Волне было подписано более 20 миллионов человек, к тому же он являлся рекламным лицом многих международных брендов.

Лу Чэнь не был знаком с Хо Фэйюэ, даже никогда его не видел. Прежде оба человека никак не пересекались, но, когда медийная компания Чэнь Фэйр объявила о съёмках «Улыбающегося гордого странника», агент из СКГ явился с предложением о сотрудничестве и порекомендовал Хо Фэйюэ.

В тот момент медийная компания Чэнь Фэйр заинтересовалась предложением. Как-никак Хо Фэйюэ был популярен и имел высокую рыночную стоимость. Его участие в съёмках, несомненно, помогло бы расширить зрительскую аудиторию фильма и поспособствовало бы повышению кассовых сборов.

Однако запрашиваемая компанией SKG цена шокировала Лу Си. Для неё это были совершенно неприемлемые требования, поэтому ей лишь оставалось тактично отказать.

Что называется, сделка не состоялась, приятельские отношения остались. Отказ от сотрудничества являлся нормальным явлением в бизнесе. Медийная компания Чэнь Фэйр и SKG не собирались из-за этого ссориться и вступать в какой-либо конфликт. Впоследствии не было никаких тревожных новостей.

Неожиданным стало то, что Хо Фэйюэ сыграл в фильме «Похождения юного странника», который снимала кинокомпания Ваньхао. При этом данный фильм опередил «Улыбающегося гордого странника» в развёртывании маркетинговой кампании.

Неважно, дал ли кто указание или это была чистая случайность, но опубликованная в том блоге, что предназначался для маркетинга, сенсационная новость неизбежно заставила всех сравнивать главных актёров двух фильмов. Вдобавок немало средств массовой информации подливали масла в огонь. Очень быстро эта новость стала самой обсуждаемой на Волне.

Первыми спровоцировали конфликт фанаты Хо Фэйюэ.

Они именовали себя “меломанами”. Большинство из них представляли девочки от 10 до 20 лет. Многие родились в конце 90-х и начале нулевых, у них ещё не до конца сформировались нравственные ценности. А такие люди зачастую фанатично поклоняются своим кумирам.

Как только опубликовалась сенсационная новость, “меломаны” немедленно побежали насмехаться в блог медийной компании Чэнь Фэйр, где писали, что медийная компания Чэнь Фэйр слепа, как крот, раз решила оставить за порогом их драгоценного Фэйюэ, но сейчас пусть кусает локти!

Медийная компания Чэнь Фэйр, естественно, не могла вступать в споры с этими фанатами, да и не желала обращать на них внимания.

Заметив, что медийная компания Чэнь Фэйр никак не реагирует, фанаты, должно быть, пришли в бешенство, поэтому сразу позвали на помощь своих единомышленников, чтобы как следует заспамить весь блог.

В результате медийная компания Чэнь Фэйр ещё ничего не написала в своём блоге, как фанаты Лу Чэня, выяснив положение дел, разгневались. Войско Лу подняло знамёна и безжалостно двинулось на этих “меломанов”.

В последние два года Войско Лу, считавшееся основной группой поддержки Лу Чэня, чувствовало себя непобедимым. Не считая повседневной поддержки, которая оказывалась Лу Чэню, оно крайне редко воевало с какими-либо сообществами.

Сейчас дело приняло серьёзный оборот, поэтому члены Войска Лу моментально собрались вместе, чтобы разнести в пух и прах “меломанов”.

Две противоборствующие стороны сильно отличались друг от друга по численности и боевой мощи.

Но проблема заключалась в том, что “меломанами” главным образом являлись избалованные девочки, которым всегда угождали в их семьях и которых высоко превозносили в интернете. Разве они могли стерпеть такое дерзкое поведение Войска Лу?

Потерпев вначале неудачу, эти девочки, разумеется, решили обратиться за помощью. Они в различных сообществах плакали своим друзьям и знакомым. В итоге интернет-война уже велась не только на блог-платформе Волна, но и на странице Лу Чэня в социальной сети Tieba.

Теперь, можно считать, осиный улей был потревожен. У Лу Чэня было более 100 миллионов подписчиков на Волне, и несколько десятков миллионов в Tieba. Сейчас кое-кто напрашивался на конфликт, а потому подписчики мгновенно активизировались.

И не просто активизировались, а нанесли мощную контратаку. Никакого призыва не потребовалось, несколько больших групп фанатов осадили страницу Хо Фэйюэ в Tieba, одержав там лёгкую победу.

Фанаты Лу Чэня обладали огромной боевой мощью, настолько огромной, что на странице Хо Фэйюэ было введён запрет на написание комментариев для низкоуровневых пользователей, к тому же большое количество неугодных комментариев было удалено. И хотя атака была ослаблена, такие экстренные меры, по сути, являлись признанием поражения.

Но фанатки Хо Фэйюэ не сдавались и по всему интернету поднимали шум, заявляя, что фанаты Лу Чэня, полагаясь на своё численное преимущество, обижают их, маленьких девочек, и всё никак не отстают.

Однако до настоящего момента ни медийная компания Чэнь Фэйр, ни компания СКГ никак напрямую не вмешивались. Всё-таки споры между фанатами были обычным делом. Только если ситуация совсем усугубится, можно вмешаться, в противном случае вмешательство компаний будет считаться слишком позорным.

Что касалось самого Хо Фэйюэ, то он тоже никак не выражал свою позицию, лишь непрерывно публиковал интересные заметки о фильме «Похождения юного странника», содействуя кинокомпании Ваньхао в раскрутке этой работы.

По сравнению с Гу Лэем, который ранее совершал различные нападki в сторону Лу Чэня, Хо Фэйюэ выглядел миролюбивым.

Но средства массовой информации, боясь, что шумиха скоро утихнет, освещали войну между фанатами обоих артистов и постоянно сравнивали как конкурентов Хо Фэйюэ и Лу Чэня и их фильмы «Похождения юного странника» и «Улыбающийся гордый странник».

Если фильм «Похождения юного странника» добьётся великолепного успеха и заработает солидную сумму, не будет ли это означать, что прежде принадлежавший «Улыбающемуся гордому страннику» лавровый венок отобран?

В этом случае станет ли Хо Фэйюэ отыгрываться на медийной компании Чэнь Фэйр, которая когда-то ему отказала?

Эти суждения привлекли внимание Лу Си, которая внимательно следила за пиаром в интернете, поэтому она позвонила Лу Чэню.

Ведь если не привлечь на свою сторону общественность, тогда это сделает конкурент!

Лу Си хорошо понимала эту истину.