

向美国大片销售植入式广告

位于北京东四环外的影工场娱乐营销公司,刘思汝在不停地接着电话,英语和汉语在她的口中熟练地变换。“我们就是一个娱乐营销的公司,将产品或是品牌通过影片营销出去,从而娱乐观众。”刘思汝这样评价自己的公司。

在创办影工场前,刘思汝一直从事着影片推广营销的工作,曾在美国洛杉矶工作过5年,好莱坞对她来说并不陌生。

刘思汝说,她是在《变形金刚2》中,第一次在美国的大片里植入中国广告。一个服装品牌找到了刘思汝,想将自己的品牌植入到《变形金刚2》中,刘思汝在美国有一定的人脉资源,她思考了一会就拨通了美国的电话,“当时正好认识这个片子的导演,就跟他商量这个事是不是可以”。但是当刘思汝接手时,《变形金刚2》拍摄已接近完成,在影片中植入广告的可能性微乎其微,最后只是在影片中加入了企业LOGO。

当《变形金刚3》筹拍时,那家服装企业又找到了刘思汝,他们想将自己的品牌植入到电影中去。刘思汝考虑到以往的工作经历,以及眼前送上门的生意,有了创办“影工场”的念头:“何不把植入式广告当生意去经营呢?这个市场也是很广阔的。”

刘思汝创立了影工场,并担任总裁,公司只有7个人,其中国内是5个人,国外有2个人专门负责美国资源维护和电影片场的盯场,“他们在美国寻找资源,整合资源,并且要跟进效果”。这样,一家向美国大片销售植入式广告的公司成立了。



“首先要有一个高的目标,然后通过头脑风暴再推出自己的点子和创意。其次还得脚踏实地,一步步地做,不能将摊子铺得很大,否则就会顾此失彼。所以尽量专注于某一类或某一领域的文化创意。”——刘思汝

把中国牛奶植入变形金刚3的是一个7个人的小公司

国内5个员工,国外2个
好莱坞大片植入广告费主要看时长和植入深度
女总裁说,文化创意产业创业首先要敢想

去年1月将植入广告方案提交制片方

刘思汝将“体制的磨合”视为最大的困难,“因为片期比较长,其中包括谈判等,怎么样让中国的企业能够等下去,又让美国的制片方接受我们的方案,这种磨合最为重要”。去年1月开始,刘思汝就将方案交到了美国的制片方。

在《变形金刚3》剧本出来后,影工场成功拿到了影片在中国的全权代理。刘思汝直接与《变形金刚3》制片方沟通、谈判植入广告事宜。刘思汝告诉记者,当迈克尔·贝听说有牛奶公司要植入广告并要求有产品特写和台词时,第一反应是:“这怎么可能?”

一家汽车企业找到了刘思汝,一个方案摆到了她的面前,企业想把自己品牌的汽车变成一个影片中的角色,加入到汽车人的队伍中。刘思汝和企业经过协商后,将方案传到了美国,制片方一下子就否决了方案。“与导演和制片方的沟通其实很难,他们有两个原则,一是不能改变故事情节,因为他们说他们拍的不是广告。二是要保证片子的尊严,不能破坏片子的整体。所以,想在片子里面加一个新的汽车人的想法就没有被通过。”

刘思汝表示,这一次中国企业不满足于仅露个LOGO那种生硬植入,都要求玩新花样,有的要求近乎苛刻,确实令制片方“大伤脑筋”。比如在《变形金刚3》中植入的某中国服装品牌就提出,男主角在穿他们的衣服时,衣服不能出现脏污或损坏。但男主角的大部分戏都是打戏,想来想去,片方只好安排男主角开场时在家穿了。

“比如一家牛奶企业想让大黄蜂喝了牛奶后变得力大无比,但是美方就拒绝了,因为他们认为这样违反了逻辑,他们认为机器人不能喝牛奶。”刘思汝说,导演认为这种奶在北美根本没有销售,不过他没有断然拒绝,因为影片中刚好有一个华裔角色。

经过多次会谈,迈克尔·贝接受了此种假定:这位华裔喜欢中国的饮料,并且会去唐人街特地找该品牌的奶来喝。刘思汝介绍,为了在《变形金刚3》中植入中国某品牌奶,《变形金刚3》导演迈克尔·贝不得不重新加工了剧本。为了凸显品牌,迈克尔·贝还将原本发生在办公室中的情节搬进了电梯并设计了台词。

植入费用和国产大片差不多

刘思汝告诉记者,为了在《变形金刚3》中植入中国品牌,导演、制片人、影工场以及品牌公司进行了多次“四方电话会谈”。“每个广告代理拿下来都是多少个夜班换回来的,因为自始至终都要和派拉蒙的一个副总打国际电话沟通。企业的要求和片方之间总会有冲突,但最后的结果令人满意。”

“在国内的4家企业谈下来之后,他们各有不同的要求,LOGO的出现、是否需要台词配合等都需要非常具体地协调和

沟通,必要时我还会到美国片场去监视拍摄情况。”刘思汝将这种沟通定义为桥梁式的,就是在企业和制片方之间找到一个平衡点,“所以我们就是要用我们的创意来让双方都满意。”

对于传言的每秒6000万的植入费,刘思汝笑着说:“怎么会有那么高啊?”她说,这次的植入和国产大片的价格没有太大差异,好莱坞大片植入广告费用的高低,主要是看时长和植入深度的要求。

下一步准备植入《特种部队2》《马达加斯加3》

刘思汝每天都能接到很多企业打来的电话,咨询他们在操作下一部电影,打算将品牌植入到电影中。刘思汝也会和客户讨论“怎么植入”、“植入到什么片子里”,“这些很重要,如果非常不搭界,就很难做到。在这种基础上,再去讨论如何创意”。

刘思汝每次都要在电话里告诉客户:“要将期望值降低一些,不是所有你们的想法都能在电影里实现,因为毕竟电影才是主体,不能破坏这个主体。”刘思汝说,目前在运作的《特种部队2》《马达加斯加3》等影片让她应接不暇。

对于突如其来的客户和采访,刘思汝说:“这完全源自于大家的固有思维,很多人都认为,我们这样小规模的公司,怎么会把广告植入到好莱坞的大片里,因为大家从都没有想过这事。”刘思汝认为,在文化创意产业中,很多规模不大的公司在进行着创业,对于这些创业者来说,首先要敢想,“就是要有一个高的目标,然后通过头脑风暴再推出自己的点子和创意。其次还得脚踏实地,一步步地做,不能将摊子铺得很大,否则就会顾此失彼。所以尽量专注于某一类或某一领域的文化创意。” 据《北京晚报》

Yolo 永乐

永乐生活电器

8月5-7日

狂惠3天

永乐电器

建文店 大岗刘店

8月5日 盛大开业

单品满850元送150元现金券

套购满2850元送小洗衣机

饮水机 跌破8元 限量20台

豆浆机 跌破88元 限量20台

合资彩屏手机 跌破150元 限量70台

微波炉 跌破185元 限量20台

双卡双待手机 跌破300元 限量50台

8公斤双缸洗衣机 以旧换新价跌破500元 限量100台

富士数码相机 跌破590元 限量50台

松下数码相机 跌破700元 限量50台

合资50升电热水器 跌破800元 限量200台

Android智能手机 跌破900元 限量60台

180升冰箱 以旧换新价跌破1000元 限量20台

1P冷暖空调 以旧换新价跌破1600元 限量50台

32英寸彩电 以旧换新价跌破1700元

40英寸彩电 以旧换新价跌破2450元 限量100台

戴尔台式电脑 以旧换新价跌破2500元 限量10台

开业好礼来就送

8月5日-8日期间,凡到永乐建文店或者大岗刘店来就送精美礼品一份。

先到先得 送完为止

预存定金送大礼

预存50元送汤锅一个

预存100元送厨房两件套一套

限彩电 冰箱 洗衣机 空调 厨卫 小家电 手机 数码 电脑不参加

1元起拍卖

8月6日晚18:00在永乐建文店举行1元起拍卖活动

1元可竞拍

32英寸彩电 冰箱 双缸洗衣机 冰箱 饮水机 电饭煲 烟机 灶具 点读机 空调

单品满就送

单品850元送150元现金券

单品1850元送300元现金券

单品3850元送500元现金券

单品5850元送700元现金券

手机 数码 电脑不参加

消费明示: 特价团购 批发及明示商品除外; 套购限两件以上, 单品需满1000元以上; 各活动不重复参加。赠品先到先得, 送完为止; 以上赠品未单独说明均为单件, 如有疑问请以店内海报为准。

建文店地址: 文化路与黄河路交叉口向东100米路南 电话: 63697376

大岗刘店地址: 汝河路与伏牛路交叉口向北50米 电话: 68632991

温馨提示

19元 39元 99元

Yolo 永乐

永乐生活电器