



最近,电影《笔仙3》以不正当竞争为由,状告《笔仙惊魂3》片方侵权。此消息一出,不少观众才幡然醒悟:原来《笔仙》和《笔仙惊魂》不是同一部片子啊!也在这段时间,一部由陈国富监制的电影《一号目标》的宣传做得风生水起,该片以谍战片为卖点,抛出“珠玉在前”的《风声》,自然赢得不少关注。但是,就连很多媒体都不知道,此陈国富并非监制过《风声》的那位著名监制陈国富,他们只是同名同姓而已!

像这样“借光”营销的案例在电影圈并不少。它们在法律上未必都构成“侵权”,也不一定达到“诈骗”的程度。而恰恰正是因为这样,才更令那些被忽悠的观众如鲠在喉,也让被借光的对象有苦难言——出面澄清吧,客观上往往帮对方炒作;不出面澄清吧,又等于帮着对方忽悠大众。那么,就跟随记者一起看看最近几个典型的“借光”个案,学习一下如何才能擦亮眼睛。

两个陈国富?两个“笔仙”? 电影“借光”营销 便宜了谁,忽悠了谁

案例 1

此“陈国富”非彼“陈国富”,你分得清吗?

电影撞题材,主创也会撞“名”!这种事叫人难以分辨——有一部最近即将上演的电影《一号目标》,一直打着“陈国富监制”的旗号进行宣传。

尝试在搜索引擎上输入《一号目标》的片名,就会发现,该片相关的稿件,几乎全都突出了“陈国富策划监制”这个卖点。对于媒体而言,这部阵容不算强大的电影,最受关注的新闻点莫过于“监制陈国富”。于是,在很多关于该片的稿子里,导语就写着“《一号目标》是《风声》之后的又一强片”,还有些报道以“陈国富要拍电影版《潜伏》”为大标题。细看这些稿子,里面还有这样的话:“监制陈国富在接受采访时说:‘《一号目标》的主线与《风声》类似,在讲述卧底故事的同时,还增添了英雄红颜的情感成分,情节更加真实动人。’同为《风声》和《一号目标》的监制,对于谍战片,陈国富有着足够的话语权。”4月底,该片再度发布稿件,标题为“谍战大片《一号目标》曝概念海报,5月风声再起”。

当该片铺天盖地地向

媒体发稿以“陈国富监制”为卖点时,《风声》监制陈国富的“工夫影业”工作人员非常愤慨——因为陈国富先生并没有担任该片的监制。他们私下向较为熟悉的媒体打听状况,得知这些新闻稿大都是片方发给媒体的通稿。“工夫影业”决定采取行动,发声明澄清此事。

但当他们和该片片方接触,试图制止“冒名宣传”的做法时,却被告知,该片的监制真的也叫陈国富,同名同姓而已。就是这么巧。

电影圈里同名同姓的人并不少,之前有一位动画片导演徐克,也曾被误认为著名香港导演徐克,但人家并没有刻意“拉上”徐克为自己的电影做宣传,还曾刻意澄清过此徐克并非彼徐克,后来媒体在报道时也多以“小徐克”称呼他。但《一号目标》的片方和这位陈国富,在宣传时屡屡提到“陈国富”以及他监制的《风声》,真是特别巧妙。

这种“借光”的效应还是非常明显的,不仅观众和媒体不明所以,就连业内人士也难免被误导。听说,台湾电影节就把该片划到著名监制陈国富名下,直到和其工作室确认后才知道真相。

陈国富“工夫影业”:《风声》监制、导演陈国富只有一个,其他同名同姓同星座同生肖都不算!

《一号目标》监制陈国富:“《一号目标》的主线与《风声》类似,在讲述卧底故事的同时,还增添了英雄红颜的情感成分,情节更加真实动人。”

当事人回应

陈国富工夫影业:
“《风声》监制、导演
陈国富只有一个”

陈国富本人并未就此发声明澄清此事。但在接受记者采访时,陈国富的“工夫影业”营销负责人 Yvonne 则对这种“借光”颇为反感:“这年头凡事讲究品牌,电影营销也一样,谁都希望有超强卡司、金牌监制加持,但懂行的就知道,从缝线到材料,差一点细节名牌就成了山寨。《风声》监制、导演陈国富只有一个,其他同名同姓同星座同生肖都不算!请诸同好擦亮眼睛认清正牌货呀。”



《一号目标》发布海报,图中圆圈文字为“策划 监制 陈国富”。