



《变形金刚4》3天轰下6亿破纪录 想和擎天柱做朋友 先帮忙“卖拷贝”吧

当你顶着炎炎烈日,像赶春运火车一样到电影院排队给女神抢一张《变形金刚4》电影票,你确定那高温天气融化的节操,不需要一个冷笑话降降温吗?唉,这事怪谁呢?怪那个“让一切都变成钱的人”吧,卖拷贝——迈克尔·贝导演。此君执导的《变形金刚4:绝迹重生》(以下简称《变4》),堪称“目前为止最会在中国卖钱的”好莱坞大片。

截至6月29日,《变4》在中国内地首周末累计轰下超过6亿元人民币,接近1亿美元,刷新内地首周末票房纪录,几乎追平该片在北美首周末成绩(该片在北美虽遭猛烈吐槽,却以1亿美元成为今年目前首周末票房冠军。)不过,这还不足以让迈克尔·贝足以称作“让一切都变成钱的人”。若是你也被引诱进场,记者建议你做个小游戏以缓解对连场狂轰滥炸的精神压力,这游戏名叫“《变4》版找你妹”。这166分钟的史上最长《变形金刚》续(guang)集(gao)里,有几十个植入品牌等着你!而在这里面,包含了“卖拷贝”为中国老朋友炮制的“中国土特产广告联播”。所以,你应该听说让无数“找你妹”高手折戟沉沙某黑鸭、再次成功乱入的某舒化奶、某重庆自然景区被瞬间漂移到香港、帝都某“龙形”大观和派拉蒙上演了一场“你到底爱不爱我”的撒娇大戏……但是,亲爱的读者,你也许没有听说过:某重工(就是造挖掘机、塔吊的啦)品牌想要变身汽车人的故事;某黑鸭曾经有机会让老外主角咬一口……为了多卖几个拷贝,迈克尔·贝到底打着怎样的算盘?近日,记者专访《变4》联合制片人之一、1905影业董事长梁龙飞,1905影业总经理李伊,瑞格传播娱乐营销负责人夏楠,某黑鸭品牌合伙人郝立晓以及数位影视及广告植入代理公司业内人士。给大家摆一摆,《变4》如何炼成“中国土特产广告联播”?“中国土特产们”的品牌变形记到底有多美?南都供稿

A 请看清“朋友圈”
能砸钱“变个形”吗,很贵!求汽车人蹂躏,有戏!被主角吃掉,不易!

若从现在的成片看,对于品牌商来说,《变4》这辆车的位子挺多,但是,谁能骑上去,可不是有钱就OK的。说白了,各位得了解汽车人的朋友圈,这样,你也不至于做些无意义的白日梦。

图说 我们的价值观

郑州晚报“讲文明·树新风”公益广告

跟着共产党
圆我中国梦



富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

中宣部宣教局

死党圈 汽车人可是通用汽车的粉丝……

《变形金刚》系列电影中,最值钱的商业元素是什么?汽车!通用汽车买断了《变形金刚》系列的汽车类品牌营销权!

《变4》中,眼尖的观众可能看到了广汽的“传祺”,不过,它也只能出出境,“电视广告、灯箱、户外广告、路牌等这些硬性广告都不能做”。但是,比广汽野心大的同行确实有,这就是那个“想变形”的重工品牌。这家公司希望加入“汽车人”阵营。不过,迈克尔·贝团队的反馈是,汽车人阵营不能

变动,加入反派机器人还可以考虑。不过,即便是反派机器人,植入的价钱也很高,“CG特效的制作费很高”,还要品牌商提供几台实体车运到美国片场,“去了就回不来了,最后肯定要炸掉或者撞坏”。

电影网、派拉蒙和这家重工品牌协商:用这家重工品牌的挖掘机挖一个远古恐龙的遗迹,这个情节最初设定在中国。可是迈克尔·贝团队最终选择修改剧情,把恐龙遗迹迁到北极。

驴友圈 武隆和香港的距离,原来只有一座山

最核心的植入没戏了,咱能求汽车人“蹂躏”吗? YES!

香港是《变4》结尾大战的主战场,这个设定很早就迈克尔·贝的计划里。但他向梁龙飞他们提要求说,“找一个恐龙或远古遗迹”,这可以在中国内地找。梁龙飞和李伊找了许多外景,都不符合迈克尔·贝的要求。最后,反倒是最晚来“求合

作”的重庆武隆占了先机。

武隆天坑的镜头长达1分多钟,还能上海报,这的确是《变4》中的最强中国元素植入。不过,擎天柱在天坑里降服机器恐龙之后,只跑过了一座山就到了香港!这不科学啊!最后,双方协调的结果是:迈克尔·贝在擎天柱大战机器恐龙的段落里,加入一个“中国武隆”石碑的镜头。

吃喝玩乐圈 想让主角吃掉你?没那么简单!

咱们不能跟汽车人攀上关系,也可以曲线救国嘛。汽车人不吃某黑鸭,也不喝舒化奶,咱可以让李冰冰、史坦利·图奇吃喝嘛。

某舒化奶已经在《变3》中被一个韩裔群众演员喝了一口,在《变4》中,它升级成主角的杯中物。话说史坦利·图奇被追杀至香港,但见他跑到楼顶,打开冰箱,取出一瓶舒化奶,畅饮一口,然后,又喷了出来!尽管有许多观众表示这般植入“很生硬”,总比闪过的那个冰箱上黄色的盒子待遇好。

同样是“中国土特产”,为啥待遇如此不同?1905影业方面的说法是:最初,瑞

格传播曾代表某黑鸭前来寻求植入合作,1905影业也曾跟迈克尔·贝探讨过植入的可能性。虽然美国人的饮食习惯中,极少有鸭心、鸭脖这种食物,迈克尔·贝初步认可了“让史坦利·图奇吃一口”的方案。但迈克尔·贝在《变4》的后期剪辑过程中,他只保留了一闪而过的“包装盒展示”。

至于那些作为背景出现的某国内名酒,某品牌水泥,某知名网站品牌……李伊说,不排除有“乱入”的可能,“我们的一部分工作,就是帮忙挑出这些‘非植入’品牌,导演在后期处理掉。”请继续阅读AA15版