



## 你中了哪一招?

五一档头两天,全国电影票房报喜:两天吸金2.69亿元。其中,《同桌的你》《冰封侠》《催眠大师》等影片以2.74亿元、1.255亿元、1亿元,问鼎票房金榜,背后片商、院线负责人眉开眼笑。到底片方都使出了哪些营销招数,能让数以百万计的观众在这两天假期内齐齐涌入电影院,以数亿元人民币为电影埋单?你又是被哪一招击中的?

### 第一招 情感营销

代表作:《同桌的你》

观众中招原因:输给了怀旧情怀

《同桌的你》自上映后,来势凶猛,种种迹象表明,在某种力量的推动下,电影《同桌的你》已从一首歌、一部电影,演变成一场“策划已久的重逢”。负责营销该片的光线影业宣传总经理李海鹏说:“我们利用明星的号召力,拉着周冬雨、林更新深入学生群体,深入发动90后甚至00后的观众群。”李海鹏认为,正是这些“正在经历青春”的粉丝群巩固了该片的票房地位。随着话题的升温,随之而来就是一场场的落地活动,包括北上广深各大城市的校园活动、观影团,他们甚至还在一些影院中布置出“旧课室”的角落,供观众怀旧。

最后,站在影院人头头的宣传人员发现,该片的观众果然覆盖了50后到00后,“他们果然如同高晓松期盼的那样,哭哭笑笑地走出影院”。

点评:平心而论,该片质量中上,它的成功在一定程度上归功于此片从剧本、选角到后期的推广都贯穿着营销的眼光,最难得的是这个号称80后主打、90后当先锋的团队准确把握了大众的情绪。

### 第三招 礼物营销

代表作:《冰封侠》

观众中招原因:200台超级电视

五一档影片中,最不被媒体看好的电影可算是《冰封侠》。对此,负责发行的乐视影业团队曾捏了一把汗。

乐视影业华南发行总监麦华介绍:“我们用1000场落地活动送200台超级电视来套牢不确定人群,尽量扩大影响力,创造最佳票房。”事实上,这套营销策略起了作用。据统计,对该片票房贡献最大的不止是广州、深圳这类大城市的既定票仓,就连周边的二三四线城市的影院都成为该片热映的地区。

点评:这又是一场起死回生式的营销大战。虽然未必能咸鱼翻身,但营销策略的确为影片的票房打了一剂强心针。万一,影片的口碑未能获得媒体认同,别灰心,因为观众未必都是专业的电影记者,他们的心思你猜不到。

### 第四招 宝贝营销

代表作:《聪明的一休》《赞鸟历险记》

观众中招原因:孩子爱看

“一个孩子要看戏,父母都要陪着去。”这种“一拖二”的消费模式在动画片的营销策略中必不可少。动画片《聪明的一休》宣传方SMG炫动传播事业部总经理何宇说:“我们这个片子不光让孩子满意,还让70后、80后的爸爸妈妈们都满意。”因为,配音的是1997年电视版的配音演员,音乐也是原汁原味的。

还有来自非洲的《赞鸟历险记》,该片的营销骨干钱志义表示:“我们前期在全国15个城市做了点映,反响非常好。”他表示,《赞鸟历险记》就适合做“口口相传”的营销攻略。

点评:其实,针对一般动画片,小观众的口味就是口碑,一个孩子说好看,其他孩子也会闹着去看的。此外,如果片方再给孩子们送点小礼物,效果就会更加直接。

(据《广州日报》)

## 李进学吕拴保书画联展开展

本报讯 由市文广新局主办的李进学、吕拴保书画联展昨日在洛阳市文化馆(中州中路洛阳博物馆原址)开幕,将于9日结束。该展览免费向公众开放。

李进学,河南省书协原副主席、洛阳市书协原主席、洛阳画院名誉院长。其作品风格雄强,浑厚苍茫。李进学书法以魏碑见长,又以书画入画,自成风貌。其梅花作品是当今画坛一绝,笔墨老辣,气势恢宏,开创一代画梅新风。

吕拴保,毕业于河南大学书法专业,后入北京画院、国家画院研修中国画。他以传统画法为基础,从写生的角度入手,创作出风格清新、个性鲜明的新中国花鸟画。他近年来创作的梨花白鸢系列作品纯而雅、艳而美,风格独特。(本报记者)

## 我市4000多名小学生通过武术段位前级考试

本报讯 4月30日,南昌路小学的1700多名学生参加了武术段位前级考试。至此,我市3所试点小学共有4000多名学生通过武术段位前级考试并取得相应级别。

据市体育局相关人员介绍,近年来,根据国家相关部门要求,我市体育部门联合教育部门开展“武术进校园”等工作,并选定珠江路小学、新安县城关实验小学和南昌路小学作为试点,开设“阳光武术操”等课程。

市武术协会相关负责人介绍,我国实行武术级别评定段位制,达到相应段位后有望被评定为国家级运动员,并可在高考时享受一定的加分政策。段前级分为3级,获得段前级后方可进入武术段位评定阶段。

(马毓莹 沈鸿灿)



5月3日,中国选手高文魁冲过终点。

当日,在2014国际田联竞走世界杯10公里青年男子组比赛中,中国选手高文魁以39分40秒的成绩夺得冠军。

(新华社发)

“洛阳之春”泉舜购物中心·国际狂欢季第一季,吸引了超百万人次参与——

## 回眸七日狂欢 盘点精彩瞬间

由洛阳日报报业集团、泉舜集团(洛阳)置业有限公司联合主办,洛阳欣闻广告公司整合营销中心、洛阳牡丹印象会展有限公司承办,洛阳网、洛阳私家车广播FM102.1、洛阳市杂技团、国庆模特训练机构协办的“洛阳之春”泉舜购物中心·国际狂欢季第一季的七日开幕盛典,受到市民与游客的热烈追捧,共有超百万人次参与了狂欢季活动。让我们一起来回顾开幕盛典中的精彩亮点吧!

### 超百万人次参与狂欢

3日是“洛阳之春”泉舜购物中心·国际狂欢季第一季七日开幕盛典的最后一天。外籍歌手、模特、舞者的倾情表演,让现场气氛高潮迭起,不少观众情不自禁地踏着节奏左右摇摆,跟随音乐挥舞手臂,现场的叫声、笑声响成一片。

主办方表示,开幕盛典期间,泉舜购物中心广场上每天都是人潮涌动,有着2400个停车位的地下停车场及广场周边的临时停车位“座无虚席”,满满的都是私家车。据不完全统计,7天里,有百万余人次市民和游客参与这场狂欢盛宴。

“洛阳之春”泉舜购物中心·国际狂欢季第一季以参与人数之多、现场气氛之热烈、演艺活动之多样、商圈带动力之强劲,给人们留下深刻印象。

### 开幕盛典星光熠熠

参加过两次春晚的“非洲茉莉花”茹丝、美国加利福尼亚州洛杉矶著名主持人赵恩世、委内瑞拉男歌手Simon……4月27日至5月3日的七日开幕盛典期间,众多外籍明星纷纷亮相,使得盛典现场星



开幕盛典狂欢现场

光熠熠、璀璨非凡。

“主持这次狂欢季对我来说,不仅是一项工作,更是一次享受。”赵恩世说,7天的狂欢盛宴中,自己粉丝会洛阳分会的热情让他很感动,粉丝们不仅每一场都到现场观看他主持节目,而且送给他一些有着浓郁洛阳特色的小礼物,有机会他还会再来洛阳。

### “洛城女神”“洋模特”同台争艳

五一假期里,刚刚在“洛城女神”暨泉舜购物中心形象大使选拔赛中摘得“洛城女神”桂冠的孙艳婷,获得“潜质女神”“最具风尚奖”的徐婉婷以及人气选手张郁然也倾情加入表演,助阵狂欢季。

这些洛阳的“牡丹仙子”与金发碧眼的外籍模特同台争艳,吸引了不少观众的目光。“外籍模特特艳、妩媚,咱们的‘牡丹仙子’甜美、可爱,她们共同为大家上演了一场现代时尚与传统文化相结合的视觉盛宴。”市民王先生说。

### 节目表演异彩纷呈

最富激情的国际流行乐、充满异域风情的桑巴舞……7天的狂欢盛宴虽已结束,但这一场场精彩的表演,让参与狂欢的每一位市民与游客难以忘怀。

“丰富的节目表演,给大家留下了美好的回忆,而畅玩、畅玩、畅玩的狂欢体验更令人回味无穷。”市民杨女士说,希望接下来狂欢季的活动会更加精彩。

如果您想了解更多内容,可登录洛阳网“洛阳之春·泉舜购物中心国际狂欢季”官方网站(<http://biz.lyd.com.cn/system/2014/04/01/010311524.shtml>),或收听洛阳私家车广播FM102.1,了解活动的最新动态。

戈晓芳 李冰/文 杜武/图  
(感谢泉舜购物中心、泉舜旗舰店、桥头花园火锅、57℃餐厅、暨缘珠宝对本活动的大力支持,感谢香港紫罗国际婚纱摄影为拍摄提供协助)

“讲文明树新风”公益广告

文明中国 礼仪之邦

# 文明是最美的风景



眼中之美,源于自然;心灵之美,彰显文明。

旅途中的风景,用目光去发现;生命里的风景,靠行为来雕刻。