



时装秀、广告展也一箩筐

这个贺岁档 看的不只是电影



本报记者 高倩倩 综合整理

贺岁档里的品牌时装秀

今年贺岁档最值得看的电影之一,当数姜文导演的新作《一步之遥》。它讲述的是上世纪二十年代上海的冒险故事,重现二十年代上海国际大都会的风采,除了大牌演员和导演的加盟之外,“有钱就是任性”的姜文还把握住了时尚脉搏,让不少奢侈品牌成为了影帝、影后之外最抢眼的配角。

为了迎合这一盛况,电影与意大利著名奢侈品品牌Giorgio Armani来了一次深度合作,据悉影片中主要角色都将身着Giorgio Armani系列服饰亮相。

无论是优雅礼服,还是复古吊带裙装,都展现了旧时代的风情,但又不失去现今的潮流,也成为了电影中的看点。

在《微爱之渐入佳境》中,Angelababy饰演的女主角是个成天不着家,到处“走穴”的模特,在娇小的外表下,有着帅气的性格、独立的人格,以及敢闯敢拼敢爱敢恨的做派,同时又有文艺女的清新可人与温柔体贴,被塑造为微信时代的“威女”。

在服装的选择上,选择了国内两个著名的设计师品牌JNBY江南布衣和EACHWAY艺之卉,前者体现其帅气、勇猛的一面,后者体现其清新气质的一面。

在该影片中,正像影片名字一样,到处透露了娇滴滴的“撒娇”之气,无论是台词、妆容或是服装,都透露着娇滴滴的气息。而周迅所扮演的角色,一副女汉子气息,用CK的帅气和倔强,以及Chanel的奢华优雅来演绎撒娇功夫……

《匆匆那年》中,女主角倪妮扮演的方茴幸与不幸,快乐与否,总是与周围人有很大关系,她不习惯主动,总是被动的,尤其在爱情里,遇到好人,便是幸运,遇到坏人,就是劫难。她的善良、纯净、隐忍,让人心疼,她的多愁善感、固执,也让人无奈。

在这部描绘十年前记忆的电影中,女主角的服装相对简单朴素,有强烈的怀旧感,但还是被细心的网友发现了bug——竟然穿着陈冠希创立的潮牌CLOT的衣服,呵呵。

无论是Amani,Chanel的奢华复古,还是JNBY江南布衣和EACHWAY的个性清新,无论是国际一线大牌,还是国内著名潮牌,电影与时尚的相互借力、相互捧场永远是时尚领域中最动人的部分。

企业营销抢抓贺岁档市场

今年的贺岁档影片中,服装、饰品、生活用品等各种植入式广告巧妙地融入到

贺岁档电影牛气冲天,广告商们当然也会来势汹汹。电影往往具有反映真实生活的故事情节,大到街道、商场、穿着,小到手机、首饰,生活用品,广告真是无处不在!有拿不出手的在街头上挂个自己的牌子,有不好意思的露个半身还藏着LOGO,有干脆直接在台词里黑底白字地告诉你我是谁……

唉,既然看的是贺岁档的电影,还是放平心态,顺势观赏电影里的“小九九”吧,下一年的时尚潮流,也许就在这些电影中诞生了……



法是,《匆匆那年》在宣传中利用了大约价值3亿元广告资源,远远超出了电影宣传的预算。

尽管还要忙碌着公司重组、上市等事宜,但HIERSUN(恒信)钻石机构创始人、董事长李厚霖的身影还是离不开聚光灯,这也是这位跨传统与文化产业间的“珠宝商人”的必然选择,“相对于其他的传统企业,从产品到服务,珠宝行业跟文化产业联合更为紧密,而通过植入恰当的文化项目进行品牌推广是目前国内企业选择的一种方式。”

单是今年贺岁档,其公司旗下的珠宝品牌I Do就与两部影片有合作,分别为《我的早更女友》(周迅主演)与《露水红颜》(刘亦菲与Rain主演)。

“我们选择植入式广告一般是看三点,一是契合度,也就是影片本身的价值观、情感观与我们的品牌内涵契合度有多高;二是产品植入线的深度,也就是我们的产品露LOGO,店面还是贯穿故事情节中,植入越深入越好;三是票房高低。若三者都很完美,那就是最好的。”李厚霖在接受采访时说。

不过,企业这种完美的需求则是可遇不可求的,毕竟,票房好、质量好,植入的广告融合恰到好处的影片本就不多,但好也未必能够达到植入式广告的企业诉求。

在圈内人士看来,影片综合评估能够达到6分,就是植入式广告企业较好的一种状态,如此,植入式广告投资与后期营销以1:1的比例,同样可获得一定成效。如此评判的话,《我的早更女友》票房虽很难如《匆匆那年》达5亿,但因故事情节以及周迅本身的影响力与珠宝内涵很是契合,算是在7分左右的评估范畴内。

对企业而言,贺岁档是企业品牌推广与产品销售都可达到一定预期的阶段,尤其是销量。每年11月末12月初,就有数部国产电影杀入贺岁档,进行最后的火拼,今年整个贺岁档就有50部影片上映。

电影贺岁档整个跨度也是消费型产品的销售旺季。植入式广告同样也扎堆,根据公开的资料梳理后发现,仅在12月前后的13部影片中,植入式广告的企业就有近20个。与以往分摊投资成本略有不同的是,作为受益方,植入式广告的企业同样也有与影片“同呼吸共命运”的责任。

背后原因很简单,从11月底开始,节假日不断,圣诞节、元旦、春节、元宵节,这对于消费品而言也是每年的“热季”,电影在分剪宣传片时,就已将企业的版本剪辑好,而企业在自己渠道做品牌营销时,本身也在推广电影。

相关链接

贺岁档银幕男友大盘点

快挑一个 回家过年吧

过去一年里,姐妹闺蜜成为了大众热议话题,似乎有点忽略了一群嗷嗷待哺的雄性物种感受了!而随着几部搞笑都市爱情的轻喜剧电影的上映,各种类型的sao男们又重回公众视线,姑娘们有对象没?不然挑一只抱回家过年吧!

对女性们来说哪款类型的男友最受欢迎呢?当代女性越来越独立自主,如何选一只适合自己的男友绝对有很多不同的声音,但是无论是哪款类型的男友,小编认为缘分、真心、合拍才是最最重要的结合因素!下面出场的几个男友功能齐全,均有特别的魅力,是否有一只成功击中了你的心房呢?

《我的早更女友》之暖男

调经活血 治疗女性身心

《我的早更女友》是韩国导演郭在继《我的野蛮女友》、《我的机器人女友》之后的“女友系列”终极篇。电影讲述了当对爱情绝望的“早更女”戚佳,遭遇终极痴情“暖男”袁晓鸥,欢喜冤家聚首,暖男佟大为如何攻破周公子的心房,点点滴滴的温暖,让她重拾爱的信念呢?为了治愈这样一位“早更女友”,五星级暖男袁晓鸥只有你想不到,没有他做不到。这样的暖男一向是抢手好货。如果身边有这样一位任劳任怨、痴缠烂打的暖男神兽,姑娘们千万不要错过了!但是暖男挨惯了巴掌和呼喝声,姑娘们偶尔也要实施“一个巴掌一个枣”的安抚政策!

《微爱之渐入佳境》之微男

条件很平庸 生活很惊喜

微男,屌丝升级版男性代名词,电影讲述的是陈赫饰演的都市微男沙果想用微信寻找一份真诚的爱情,岂料却被时尚大威女Angelababy扮演的陈西拐到庸俗的一夜情上,随时展开一段啼笑皆非的喜剧爱情故事。而电影想传达的是在这个万千变化微时代,微男屌丝们虽然地位、收入各种条件平庸,但生活依旧处处充满惊喜。

虽然很多女性对微男的看法都停留在是一只热衷约炮,各种条件平庸无奇的低微物种,但是这群男屌丝如果认真耍帅起来,还是可以虏获不少姑娘芳心哟!

《重返20岁》之萌男

青春可口小鲜肉 值得一尝

影片讲述了一位七旬老太太不可思议变身为妙龄少女后,以新身份回到日常生活,引发的一系列啼笑皆非的奇幻故事。影片男主鹿晗早前的解约风波话题争议不断,《重返20岁》是鹿晗与韩国SM娱乐公司解约,从EXO退出后回国接拍的第一部电影,也是他的电影处女作。但最引人关注的,估计就是这块小鲜肉、萌男形象也让不少姑娘垂涎不已了吧!

萌男形象的男友其实随意搭配都很养眼,理由很简单——年轻就是任性!在这个看脸的时代,姑娘们的男友如果是萌男这类型的就要好好看紧了哟!



影片剧情中,虽饱受观众诟病,但对企业来说,确是一种擦亮品牌的绝招。刚欣赏完了贺岁档中的时装秀,不妨再来看看品牌展。

贺岁档影片《匆匆那年》中,杜蕾斯安全套、伊利优酸乳、别克商务车、元洲装饰、苏宁易购、中国平安、VIVO手机,还有天龙八部网游,再算上主演们的服装品牌,可谓“吃喝玩乐、衣食住行”一网打尽。有网友大喊:“我是来看电影的,不是来看广告的!”对此导演张一白认为,该片更多是吸引品牌,做联合营销。有一种说