

下跪求排片不符合市场规律



天天娱评

本报记者 倪自放

两个月前,年过六旬的知名电影发行人方励为电影《百鸟朝凤》“下跪求排片”,方励的情怀之举让这部吴天明的遗作在濒临下线的情况下“起死回生”。方励惊天一跪,当时业内曾说,这是一个坏的开头,之后会

有人在电影票房不佳时下跪效仿,成为电影发行的非常规手段。两个月过去了,我们高兴地看到,电影界理解方励的无私之举,但没有人去复制方励的惊天一跪,更有80后的年轻导演明确表示,“不靠下跪求排片”。

在这些明确表示“不靠下跪求排片”的导演中,他们的作品目前票房普遍不甚理想。比如,年轻导演毕赣执导的文艺片《路边野餐》,在上映之初就明确表示该片只上映10天,毕赣解释:“10天时间,足够让真正喜欢的观众看到它。”在济南的发布会上,

有记者询问是否介意片方也使用“下跪求排片”这类宣传手段来宣传这部文艺片时,毕赣果断回答:“我不允许他们这么做。”7月24日是《路边野餐》上映第十天的日子,影片票房约600万,总体成绩不算理想,但相比该片仅100万元的投资“没有赔”。

另外喊出“不靠下跪求排片”的年轻导演,是两位80后的山东籍导演。全片由真正的功夫高手领衔主演的《超级保镖》,导演是山东小伙岳松;惊悚悬疑公路电影《恐怖爱情故事之死亡公路》,导演兼制作人是年轻的山

东导演鸿水。不管是《超级保镖》还是《恐怖爱情故事之死亡公路》,目前的票房都不甚理想,但他们都明确表示,不会靠下跪求排片。

让我们为“不靠下跪求排片”、“公平参与市场竞争”叫好,文艺如毕赣,功夫片如岳松,惊悚片如鸿水,都是遵循电影市场规律寻求类型创新的新锐力量,比起不可复制的“惊天一跪求排片”,年轻导演尊重市场、尊重类型的创作,是国产电影发展的新生力量。80后的毕赣、岳松与鸿水,已经为国产电影的可持续发

展做了表率。

在中国电影年票房由400亿至500亿甚至600亿的路途中,国产新作不能靠“惊天一跪”获得青睐,靠下跪无法振兴一个电影产业。我们不否认方励为了吴天明遗作与观众见面的炽热情怀,但那不符合市场规律,也是对艺术的不尊重,我们应该提倡国产电影尊重类型、尊重创作、尊重市场规律的默默探索与奉献,所以,要为年轻导演们“不靠下跪求排片”叫一声好,为所有利于国产电影可持续发展的努力,开心鼓掌!

疯狂粉丝后援团追星挥金如土 “粉头”敛财有不少门道,但没人监督

有些后援团不管什么形式的捐款、集资,最后究竟募集了多少钱,根本没有人监督,只有“粉头”才知道,这就为暗箱操作留下了太多的空间。

本报记者 师文静

近日,网曝宋仲基官方粉丝团“KiAile”被后援会会员爆出贪污,爆料人提出,“KiAile”的账目不清,一名负责人拿走了1400万韩元左右。近来,无论是TFBOYS王俊凯、王源后援团为争夺应援地盘互撕横幅,或是粉丝团呛声周杰伦要求其解决好演唱会票务问题,都彰显了粉丝后援会对明星的影响力越来越大。这些后援团是如何挥金如土追明星的呢?

粉丝后援团乱象不断

随着娱乐业的迅猛发展,明星粉丝后援团成为这个产业中不可或缺的一环。后援团力量的大小,甚至能左右明星的热度、曝光率。

然而,粉丝后援团引发的经济纠纷问题也越来越多。日前,宋仲基官方粉丝团KiAile的运营人员被爆出贪污了1400余万元的后援款,其中还有一部分是宋仲基父母出的钱。

不仅是宋仲基粉丝后援团出现腐败问题。2015年6月,权志龙粉丝通过粉丝团团购演唱会门票被骗128万难追回,引起大众关注;而今年2月BigBang武汉站演唱会因故取消导致官方粉丝团团购的巨额黄牛票难以追回损失惨重,以及近日林允儿贴吧吧主卷了中国巡回见面会的门票钱跑路等新闻,都暴露出了粉丝后援团存在的一些混乱现象。

其实一些不规范的明星粉丝后援团的乱象,一直引人关注,由“粉头”(职业粉丝)和粉丝构成的敛财链也一直存在。从超女时代,李宇春、张靓颖等人的粉丝有组织地群发数以十万计的支持短信开始,为证明

对偶像的忠诚,大笔给明星出钱,成为粉丝的标配。

挥金如土应援明星

以TFBOYS为例,他们的粉丝后援团对明星的应援也成为娱乐圈现象级事件。从三个明星数以千万计的微博粉丝规模就可以看出他们后援团的力量。

TFBOYS团员之一易烊千玺每次过生日,他的粉丝后援团就会展开声势浩大的砸钱活动。易烊千玺15岁生日当天后援团在洛杉矶、纽约、西雅图启动私人飞机携带专属庆生标语环绕飞行;首尔弘大地铁大型广告投放;粉丝还为易烊千玺在全球定制了15条终身有效的环球旅行机票;还有一个土豪级别的粉丝为易烊千玺在十渡定制了一套终身有效的度假别墅……粉丝后援团的挥金如土让人惊掉下巴。

粉丝后援团的土豪式应援,其实很常见,当年Super Junior错失金唱片奖,为了安慰偶像,中国粉丝就集资1.1亿韩元送了一个纯金的唱片给他们。粉丝后援团表示这次集资联合了73家论坛和贴吧,共集资人民币618281元,制作的金唱片将通过经纪公司确保交到偶像手里。

当然,除了上述集体大应援,明星的演艺活动也必会得到粉丝的追捧。如果没有粉丝后援团,明星在电影上映之时,没有人会去组织包场力挺;在新专辑发行之时,没有人会去发起专辑的团购;在举办演唱会之时,一大部分的团体售票将受到影响……

生财有道谁来监督



据《2015中国音乐粉丝白皮书》的调查显示,音乐粉丝为偶像的月度消费大部分集中在100元-1000元之间,有15%的粉丝月度消费达到1000元以上,月度消费5000元以上的粉丝团有人在。就是看好了粉丝团体的疯狂消费能力,有一些专门从事粉丝组织应援的公司正慢慢出现在人们视野中,向粉丝收取5%-10%的服务费。

有资深粉丝向媒体透露,这些粉丝团、后援团有的是收会费,有的直接收活动经费,此外,平时有不少为偶像捐款的“机会”。捐款少了,会被其他人耻笑,如果几次活动没参加,还会被踢出去。据了解,很多明星后援团会让粉丝不定时集资购买明星专辑、写真等,“粉头”能拿到打折价,但转手全价卖给粉丝,差价利润很高。明星后援团类似的倒卖网店不少,收入少的每月五六万,多的竟高达二十多万元。如果偶像没啥活动,“粉头”会通过制造噱头敛财。比如集资给偶像送礼、帮偶像渡过难关等,这种集资相互间还要比较,利用攀比心理刺

激粉丝消费。

以明星名义售卖的周边产品,收益虽然归团体,但其实像官方的后援团团长、贴吧吧主这样的高层,也有办法从粉丝消费中“捞油水”。一些大型粉丝组织的财务制度整体很规范,收支明细基本都做到公开,但高层们依然可以在发票、淘宝截图这些细节上做猫腻。

有媒体调查发现,有些后援团不管什么形式的捐款、集资,最后究竟募集了多少钱,根本没有人监督,只有“粉头”才知道,这就为暗箱操作留下了太多的空间。

后援团介入造星

目前粉丝团对偶像的帮助既存在于商业层面,又辐射到了其舆论影响、口碑塑造之上。

据了解,像鹿晗等明星的粉丝后援团,都已经有了专业性的组织。粉丝后援团购买昂贵设备,拍摄偶像们的行程,机场、就餐、后台、上班、出游等动态都能很快反馈给粉丝们。明星后援团以生日和节日的名义组织粉丝给偶像购买各种礼

物,其中包括昂贵奢侈品系列;同时明星的粉丝后援团还是维护明星正面形象的主力群体,负责代替明星出面与黑粉掐架,甚至雇用网络水军维护明星的形象。粉丝后援团的微博比明星们的官方微博还要活跃,以帮助明星打理演艺事业。

从近期的几个事件可以发现,粉丝经济正在向更深入、更复杂的层次转变。在粉丝深度参与到偶像制造过程中,完全颠覆了传统的盲目追星模式。粉丝可以对经纪公司提出偶像发展的建议,指点宣传重点,指责经纪人办事不力,请求撤换经纪人等。

不久前,李易峰粉丝团发布长文声明:“请欢瑞开除杨迦茵及团队”,并@李易峰及其经纪公司欢瑞世纪,要求撤换李易峰的经纪人,说明粉丝后援团已经介入明星日常工作,开始影响明星的演艺事业。

可见,粉丝与明星、公司之间的力量对比在发生着某种变化,在这样的变化之中,粉丝组织在明星的事业版图中发挥着越来越重要的作用,以前所未有的程度参与到明星制造中。

《让梦想飞》全新回归

看才艺拿大奖玩竞猜

本报讯(记者 邱伟)《让梦想飞——一锤定音》将于7月25日19:50在山东电视生活频道现场直播的方式,在评委方面,从2012年7月2日开播到现在,历时七季,一直都有杨波相伴左右,杨波共担任了六季评委,两季主持人,可谓《让梦想飞》的元老级功臣。此次《让梦想飞——一锤定音》三个核心要素,精彩纷呈。

《让梦想飞——一锤定音》作为一档才艺竞猜类节目,采用现场直播的方式,在评委方面,从2012年7月2日开播到现在,历时七季,一直都有杨波相伴左右,杨波共担任了六季评委,两季主持人,可谓《让梦想飞》的元老级功臣。此次《让梦想飞——一锤定音》,杨波依然是评委,只是瘦身

成功的杨波显得更为青春。

此外,《让梦想飞——一锤定音》打破原来的达人秀单一模式,是一档将才艺与奖品、竞猜三种元素充分融合的全新节目形态,观众在观看选手才艺参与竞猜的同时,竞猜失败的选手身上的等值奖品,将由场外观众互动获得。