

《杜拉拉升职记》带动植入式营销升级

为植入式广告正名

作为一种新颖的广告投放形式,植入式广告在中国出现的时间并不长,但现在却几乎要沦为贬义词。原因是,今年央视春晚里的大量生硬的植入式广告引发了如潮水般的恶评,其强迫性的镜头令人反感。这不仅伤害了影视作品本身,而且也会殃及相关品牌。

为什么受众能够接受詹姆斯·邦德在《皇家赌场》里摆弄各种索尼的产品,凯丽在《欲望都市》里身穿马诺洛·布兰尼克(Manolo Blahnik)的吊带裙招摇过市?在波士顿咨询消费者行为业务合伙人凯特·塞勒看来,这一切之所以成为可能,其原因在于电影中的人物特征正是靠她们的行头和所用产品来定义的。比如,凯丽是一个追逐时尚、有想象力的作家,因此她“需要”用苹果 Mac 电脑,穿那些令受众同样着迷的衣服。一句话概括就是:要植入式广告出现的位置和场景,与故事情节吻合。

《杜拉拉》中植入的广告有 20 多个,包括汽车、电脑、手机、红茶、泰国旅游局、巧克力、化妆品等,都是与都市、白领有关的产品。“从公映前的观影活动反馈来看,观众并没有表现出反感,对这种偏轻喜剧的类型片,观众对这些广告是能够心领神会的。”《杜拉拉》制片人焦爱民说。毫无疑问,如果谁能够把植入式广告从受众的负面印象中拉出泥淖,谁将获得市场的最大成功。

红茶与二锅头

在阳狮传播集团旗下博客传播内容行销及产品植入副总经理徐凯看来,杜拉拉与马自达 MX-5 之间存在的植入合理性,在于其中的一条“隐形的纽带”,他将之归纳为对“品牌 DNA”的解构。马自达 MX-5 定位于适合都市时尚女性的

《杜拉拉升职记》的热映,带来的不仅仅是有望吸金过亿的傲人票房成绩,更被一些媒体赋予了“为植入式广告正名”的“里程碑式意义”,并让影视作品真正成为广告商争抢的又一优质注意力资源。

中端跑车,而当杜拉拉的外企职业生涯慢慢有了起色,有了一定积蓄后,为自己添置一辆这样的私家车顺理成章。他认为,解构商品的“品牌 DNA”是植入式广告成功的第一要素,就像 007 与名车、名表的“天然联系”一样。

《杜拉拉》制片人焦爱民说,其坚持的广告植入原则有三条。首先是产品能够与剧情融合。比如立顿红茶,戏中有一个场景是男主角王伟深夜加班,也在办公室的杜拉拉就倒了一杯红茶给他,这个情节就显得很自然。与此同时,客户想要表达的关爱、温馨的诉求点也得到了体现。“在这种剧情中,就不可能出现二锅头。”焦爱民说。

原则之二是找到主人公角色、性格、职业与产品的结合点。原则之三是产品对剧情的发展起到穿针引线的作用。

除了这些显性植入外,《杜拉拉》里还有一些隐性植入。在整部戏中,女主角徐静蕾佩戴的饰品均来自徐自创的品牌“开啦”,“开啦”品牌运营负责人付晓说,她们希望观众会先从喜欢徐所戴配饰开始,进而产生好奇而购买,从而间接拉动



市场销售。

科学与魔法

“植入式广告有多种实现载体,比如电影、电视、动漫、舞台剧、小品、情景剧,甚至演唱会、选秀等各种活动。”优杨传媒集团电影业务总监胡宗京说。一言以蔽之,整个娱乐行业都是植入式广告的投放渠道,而就过去的成功经验而言,电影中的植入广告往往取得了更好的市场效应。

这也吸引了像 DMG 娱乐传媒集团这样的公司从去年开始试水中国电影市场,其与中影集团联合投资了《建国大业》、《杜拉拉》以及导演宁浩的最新作品《无人区》。DMG 创始人、首席创意总监丹·明茨(Dan Mintz)说,植入式广告和电影作品本身一样,“讲故事”的能力至关重要。传统广告和植入电影的广告“很难融在一起”,应该完全区别对待。原因是,传统广告是以产品出发,来为它创造一个故事,进而创造影响力。而植入式广告则可以利用电影已有的故事和影响力。

电影影响力越大,产品成功传播的机会就越大,关键是如何做到融入。

丹说,他判断一部电影是否具有商业投资价值的方法很简单:Science (科学)和 Magic(魔法)。一是根据科学缜密的市场调研发现电影题材的大潮流,从而判断下一部电影的商业前景。收视率、票房等都是最直观的参考数据,而通过互联网了解“民意”关注的点也很重要。在“科学”之外,还要知道如何制造最好效果的“魔法”。以《杜拉拉》为例,其小说已非常畅销,但翻拍成电影能否成功却在未定之数,这就需要能对电影极佳的判断能力。

“中国电影市场是全球增速最快的市场,但是如何利用营销对电影做进一步的商业开发还处于摸索阶段。”丹·明茨说,“首先需要重新定义电影的商业价值,刷新导演的观念,并建立专业的风险防范体系和监控模式。电影不是广告片,它需要借助顶级的创意和丰富的内涵打动观众,进而才能凸显商业价值。”

(欣 华)

《杜拉拉》的营销策略

请 500 强高管当编剧

植入广告多只是个表象

徐静蕾毕竟不是冯小刚,不是每部电影都有一堆广告找上门来。而《杜拉拉升职记》的广告客户就为电影制作节省了五六百万的拍摄成本,让这部原来一定超过 2000 万成本的电影,只花了 1500 万就拍摄完成。

如何让投资人找上门来,老徐的办法是请 13 位世界 500 强企业的人力资源总监和高管来做电影的荣誉编剧。

这样做的直接结果,就是引起了企业圈的关注。“《杜拉拉升职记》的读者,当今电影的主流观众所代表的广大白领阶层和广告商的目标销售对象高度重合,对很多广告商都很有吸引力。”《杜拉拉升职记》制片人焦先生说。相比起电视版《杜拉拉》让王珞丹进入通用公司“实习”,老徐的这一招显然高明得多。

在老徐看来,请 500 强高管当编剧,不仅仅是营销手段,还对电影的内容起了至关重要的作用。“他们参与的程度很深,办公室里的每一句台词,基本上都是他们帮我写的。”徐静蕾说,“从办公室里的第一句台词开始,人力资源主管面试杜拉拉的时候问:‘能不能说你为什么离开上一份工作?’这就是他们面试人的时候必问的一个问题。”这样一来,电影里每一句台词都有很强的现实感,让白领们感同身受,更重要的是,它让白领观众不再认为电影里的故事只是个不能实现的童话。

请名造型师加盟

在营销上,老徐也有自己

的招数——请来了《欲望都市》的造型师派翠西亚·菲尔德为影片打造服装,这一举动引起了时尚圈的关注,电影因此得到了很多时尚大牌的赞助,“杜拉拉们”穿上了 Gucci、Dior、Chloe、Chanel 等高端品牌。

《欲望都市》本来就是很多白领女性的大爱,而在《杜拉拉升职记》中时尚女性是怎么打扮的,尤其是被称为“时尚教母”的派翠西亚怎样打造中国时尚女性,成为了女性观众眼中的一大看点。

植入旅游广告
省下 80 万成本

徐静蕾把泰国旅游广告巧妙地植入在了电影剧情当中——杜拉拉和王伟的感情发生地就在泰国,以公司度假为由头,影片中不仅有大量泰国风光,王伟和杜拉拉的一场“逃跑戏”更是让泰国每个角落的风情都在摄影机镜头前展现了出来。比起其他品牌,旅游广告的植入算是最好展现又最容易出效果的一种。

这一设计,由泰国旅游局赞助完成,制片人透露,在泰国拍摄免费吃住,就为剧组省了 70 万到 80 万的成本。而泰国旅游局对电影的要求不过是展示泰国的自然风貌和风土人情,换言之,就是在泰国拍摄的镜头出现在电影里就可以了。

除此之外,片中杜拉拉上班公司的所在地——北京某写字楼也提供了赞助,制片人透露,光是租金就为剧组省下了 50 万到 60 万。(欣 华)

在职攻读工商管理硕士博士学位

拥有全球认可的硕士博士学位,展现中国中高层管理者的学识魅力和人生及事业航标

【CAU 硕士博士学位班 致力于凝聚中国中高层实力人士和管理精英】

中国教育研究会引进 California American University 工商管理硕士博士学位项目,旨在培养中国现代化建设和国际化发展所需的工商管理高级精英人才,并与北京大学、中国人民大学、首都经济贸易大学、东北大学、国家人事部(人保部)中国高级公务员培训中心、中国经理人联合会等的相关部门合作,并经四川、陕西、辽宁、湖南、山西、哈尔滨、佳木斯、安阳等省(市)的组织人事部门批准举办。该项目中国校友会已凝聚了数千名中高层人士和管理精英。

【CAU 硕士博士学位班 致力于使中国学员在职攻读并获得硕士博士学位】

California American University 工商管理硕士博士学位课程融合了国际工商管理界新的理论和实践研究成果。课程学分和论文指导与答辩,在一至两年内通过在职学习和节假日集中授课而完成,论文经中国学术委员会和答辩委员会专家指导并答辩合格,即授予工商管理硕士博士学位。California American University 硕士或博士学位全球认可,并在国外移民时享受硕士或博士学历学位计分。其学位经美国加州州政府认证公证、中国有关部门认证公证、中国人事部(人保部)国家人才库高级人才资格备案登记后,作为聘任、晋升、称职评审等的重要依据。还可申请全球国际认证与注册协会的国际高级工商管理师资格认证。

【CAU 上千名中国学员校友中的部分学员校友】

中国测试技术研究院院长、中国中纺集团副总裁、中国九冶建设总经理、中国阳光投资基金董事长、中国武警总医院院长、中国网通安徽公司总经理、中国宝业集团副总裁、中集建设集团南方公司董事长、广东省人大副秘书长、山东省法制办主任、大连工商行政管理局局长、捷众投资集团董事长、东风扬子江汽车(武汉)总经理、深圳时代财富集团董事长、湖北泰跃集团副总裁、胜利油田发电厂书记、江苏长博集团董事长、台州农科院院长、山东路桥集团总经理、河南信房集团董事长、太原青龙事业集团董事长、新疆创天集团董事长、武汉公交集团董事长、重庆国际复合材料董事长、重庆索特星博化工董事长、四川福康建设集团董事长、成都华神集团董事长、成都飞机工业集团医院院长、攀枝花光华集团董事长、广西润松投资集团董事长、云南省第一人民医院院长、贵州百花医药集团董事局主席、抚顺矿业集团董事长、山东恒星集团董事长、甘肃建筑工程总公司总经理、黄淮海投资集团董事长、霸王国际集团董事长、天津岐丰集团董事长、德州晶华集团董事长、天津现代集团总经理、河北千山事业集团董事长、万事利集团副总裁、宁波港集团副总裁、山东春申集团董事长、香港百陶集团董事长、维迪阿投资银行董事长、华夏银行直属部总经理、内蒙古信安投资集团总经理……

具有 3 年及以上中高层管理履历和相应业绩者均可报名,经学术水平和工作业绩评估合格即予正式录取

请向 California American University 中国硕博(成都)索取《报名申请表》

电话:028-86679136 68230686 传真:028-86671520

California American University(也称“加州美国大学或加利福尼亚美洲大学”)是美国教育文化基金会(U.S. Education & Culture Foundation)直属正规大学(美国加州州政府教育部 www.bppve.ca.gov、美国联邦政府移民局 www.ice.gov、大学 www.calamuniv.edu),总校位于美国加州洛杉矶阿罕布拉市,校园环境舒适优美,现有二千多名在校生及数百名毕业于全球名校的博士级教授。学员以美籍为主且大都是工商界的高级主管与精英,还有中国大陆及港澳台和全球数十个国家的国际学员,其中不少学员已在本国政府身居要职或担任工商及金融高级主管。



联合国教科文组织和北大清华等专家为学员授课



学员与 CAU 总校校长和教育长在总校合影



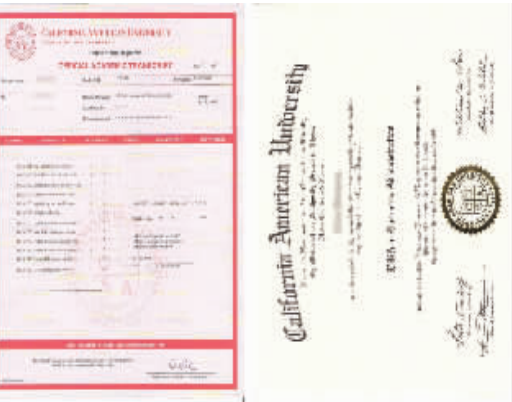
CAU 总校教育长与学员在中国合影



硕博学位在美国相关政府的认证



硕博学位在中国国家高级管理人才的认证



学位证书和成绩单



留学硕博学位在中国教育部相关机构的认证



硕博学位在全球国际认证与注册协会的认证