

至于《泰囧》在北美票房的失意,黄教授认为《泰囧》有一定的地域局限性,适合东南亚观众,但不一定适合北美和欧洲观众。另外,调研数据显示,在观影途径中,选择通过网络作为中国电影主要观赏渠道的受访者达 58%,选择电视的有 45.9%,进影院贡献票房的观众相对较少。她认为,因此更需加强中国电影在海外的渠道建设和宣传推广,“酒香也怕巷子深,中国电影在海外应该采取整合性的营销手段,从单一的宣传到电影节再到海外推广公司的建立。另外,亚、欧、美观众对于影片的喜好方式和接受程度不一样,所以在营销的时候可以采取不同的手段,有针对性地进行宣传。”