

维权还是炒作？ 武隆起诉《变4》的商业迷局

■ 本报记者 彭涵

7月7日，重庆市武隆喀斯特旅游（集团）有限公司在北京召开“变4违约·武隆维权”新闻发布会。

武隆方面表示，按照武隆喀斯特公司与一九零五(北京)网络科技有限公司、美国派拉蒙影业公司的约定,“《变形金刚4》(简称《变4》)电影画面中将以地标牌的方式醒目地呈现‘中国武隆’标识”——但《变4》片方并没有履行该约定，所以武隆喀斯特公司将起诉二者，要求对方承担赔偿责任等违约责任。

尽管已经“昭告天下”要与违约者对簿公堂，但武隆喀斯特公司并没有透露希望获赔的金额以及官司什么时候打。发布会现场，武隆的愤怒表露无遗——然而，这可能也是其“值回票价”的关键一步。

武隆的愤怒

在电影《变形金刚4》中,主角擎天柱等人乘坐的飞船在香港市区被击中，然后于短短几分钟内迫降于一处山谷中——《变4》剧组在武隆的取景地。按照电影的时空逻辑,这里属于香港周边地区。

没有出现景区标识及影片逻辑引发的“混淆视听”,这是武隆愤怒的根源。“普通观众从电影中根本不知道这是武隆。而且由于没有呈现‘中国武隆’标识,已出现其它景区冒用武隆外景地进行炒作的情形。”武隆喀斯特公司总经理黄道生表示。

2014年6月23日,得到“派拉蒙公司明确授权”的一九零五网络科技有限公司——同时也是与武隆卡斯特签订合作协议的公司,邀请武隆方面在北京首次看片。“我们发现片中没有遵守合同约定。”黄道生告诉《中国企业报》记者,此时距离《变4》的全球首映式已经过了4天。

黄道生在发布会现场,出示了合同部分条款的原文:电影具体情景的呈现待电影剧本确定后五个工作日内,加以双方拟定合同内容并签署协

《变形金刚4》中国吸金清单

■ 本报记者 李金玲

看完《变形金刚4》,有人有趣且带有讽刺地写道:

李冰冰“毫不故作”地喝着怡宝矿泉水,驾广汽传祺,狂甩凯迪拉克、奥迪,路边淡定飘过乐视TV的大巴车。在美国超市买到了中文版崔莱,在美国郊区取钱时用建设银行ATM机,被追杀后淡定地在楼顶冰箱取出伊利舒化奶……

“这简直就是一部广告拼接大合集”,尽管看过的影迷都在吐槽,却仍然抵挡不住《变4》的票房高涨。“人家只用了11天就破了《阿凡达》十周连冠创下的13.829亿元纪录。”北京某文化传媒公司的企宣仅用一句话就向《中国企业报》记者概括了《变4》的吸金能量。

《变4》在中国的吸金清单绝对惊人。据不完全统计,此次植入到《变4》的企业有近20家,其中来自中国企业超过10家,这要比《变形金刚3》多出三倍。若以100万美元的植入费用计算的话,中国企业给《变4》带来了上千万美元的植入费,再加上票房(预测达人民币15亿元)与衍生品销售,仅中国市场的收益就可以让《变4》制片方收回3/4的成本。

疯狂的广告植入

中国广告植入好莱坞电影的脚步已经不可阻挡。甚至,“中国产品在好莱坞电影中的植入达到了疯狂的程度。”《变形金刚》系列的广告植入代理商影工场娱乐营销CEO刘思汝对记



CNS 供图

议,如果武隆方面对剧本呈现的情节不满意时,可以终止本合同的执行。

“到现在我们也没看到剧本,一九零五方面也没有与我们签订有关的协议。”黄道生说道。

但沟通并非不存在,黄道生现场展示了其结果——相关函件显示,派拉蒙给出的解决方案是:愿意帮助更改这个错误,会在全球发行的DVD、电视和数字播放平台中显示正确的标志;向武隆提供一个包含正确标识的特别版镜头,用于武隆宣传。

该方案没有得到武隆的认同,同时被拿来当做了武器。

“他们已经承认这是个错误。”黄道生说道。“但对方以‘团队失误不认识中文’为由,来解释违约的原因,不能使我们信服。”

武隆的诉求是两方面的:一是要个合理的解释,维护自己的知情权;二是赔偿造成的损失。有相关媒体报道,武隆景区为此次广告植入支付了600万元人民币,在2013年还因关闭景区配合拍摄,损失了400万元——但发布会当天,黄道生并未给出这两个数字。

植入的价值

这种植入——甚至是在电影中略

显生硬地植入,对景区来讲是否物超所值?

“如果对方积极履行了合同,将‘中国武隆’的标识和天生三桥呈现在一起,效果应该是值的。”黄道生说道。

事实上,武隆是个非常乐意尝试“植入式”营销手法的旅游景区。2006年,由张艺谋导演的电影《满城尽带黄金甲》就曾在武隆取景——其片花在7月7日的发布会现场反复播放;而今年5月,大热的真人秀节目《爸爸去哪儿2》也曾 在武隆取景。

据一位匿名的业内人士透露,与好莱坞大片捆绑营销的景区典型是张家界。2010年,张家界方面称美国大片《阿凡达》“哈利路亚山”的原型就是景区内的“乾坤柱”,并将其更名为《阿凡达》中的名字——此前张家界曾与黄山为这个原型地而争论不休。

此后《阿凡达》电影中的种种元素,就成了张家界新的卖点——在后来的互联网上流传的“张家界版”《江南style》中,就数次出现了蓝皮肤演员的骑马舞表演。这种紧紧拥抱潮流的营销方式得到了张家界景区管理者的认同。据匿名业内人士透露,部分景区领导甚至自己在“张家界版”《江南style》中出镜。

2013年10月17日,《变4》片方在京

举行发布会,正式宣布选择武隆景区作为影片的拍摄地,此后武隆景区与《变4》的推介营销就已经开始。其效果也在同程旅游的数据中有所体现:武隆2014年二季度的门票在线预订量,是去年同期的6.45倍。

“从门票在线预订量来看,武隆核心景区中门票预订量最大的是天生三桥和仙女山,占比60%左右。”同程旅游相关人士告诉记者——而武隆选择主力推介天生三桥的另一个原因,可能在于《变4》的上映时间:暑期是天生三桥的旺季,仙女山则是春天。

“炒作”式找补？

“没有最为独特景区让观众记忆,需要把名字打出来才能让观众记住,本身访求方向就错了。”匿名业内人士告诉记者,他认为这涉及区域定位的问题。“比如重庆的整体定位好之后,再把武隆景区资源打包进来,要跟整个区域的定位或者游客对整个区域的认知结合在一起。”

值得注意的是,如果武隆一开始的目标就是吸引境外人群,要求打出“中国武隆”的标识就理所应当。最为关键的问题,也许在于植入的方式如何能够达到“吸引”的效果。(下转第九版)

但出现了很多新角色,因为有个性,照样很好卖。”据预计,这股势头还将持续一段时间,部分热卖型号很可能出现供不应求。作出贡献的有老粉丝,也有新成员,不少还是00后,甚至10后的小“钢丝”。

据初步统计,变形金刚衍生品每年在中国创造的直接经济价值超过1亿元人民币。而美国孩之宝公司更是通过变形金刚每年狂揽超过10亿美元,变形金刚引发的周边经济已成为一个特殊的产业。

国内最大模玩交易平台——AC模玩网的管理员、变形金刚资深玩家任浩对媒体表示,上海目前通过网站注册的资深变形金刚玩家在4000人左右,如果算上隐身的、新加入的,这个群体的人数不下10万。

记者在玩具专业B2B商贸平台中外玩具网上,搜索“变形金刚”关键词,出现了300多个结果,产品展厅里超过100种与变形金刚相关的玩具,有遥控车、手办模型、塑料公仔、游戏机、面具服饰等不同种类。满足商家多方面的采购需求。

现在市面上所销售的变形金刚大部分是这几年生产的电影版和复刻版的模型,价格多在200—400元之间。而复刻版都是按照G1的原版模型来制作的,每个上面都带有钢印,并且标注有生产年代和编号。一变形金刚发烧友介绍:“标注的生产年代和编号就决定着这个变形金刚的价值,年代久远的变形金刚价值比较高,像1984年版的G1版变形金刚,现在的市价已经达到十万块了,堪比一辆轿车的价格。”

资讯



国双科技发布全流程数字营销解决方案

7月3日,中国领先的基于云计算和大数据技术的企业级软件解决方案提供商国双科技在京召开发布会,正式发布其自主创新的全流程数字营销解决方案——AdSuite。AdSuite汇集了国双科技在数据分析和营销领域的10年积累,囊括多项大数据技术和产品服务,融合了服务600余家海内外企业的成功经验以及对 中国数字营销市场的深刻洞察。通过应用AdSuite解决方案,企业可有效解决当下面临的营销KPI制定、媒体价值评估、消费者画像、效果全程跟踪、营销过程可视化等一系列的难题。

第十一届中博会 10月广州举行

第十一届中国国际中小企业博览会将于今年10月11日至14日在广州举行。期间,将举行中国中小企业高峰论坛。结合当前中小企业发展的新形势、新需求,围绕投融资体制改革促进非公有制经济、中小微企业发展等热点问题进行研讨,交流支持中小企业发展的政策措施及实践成果,引领中小企业发展方向。同时,将举办中小企业投融资、信息化应用推广等专场活动,为中小企业提供实实在在的帮助。组委会还将在境外馆设立墨西哥主办国展区、亚欧成员国展区、名誉主办国展区、中东欧中小企业展区等等,让中博会成为促进中小企业的国际化发展,推动中小企业的国际交流和合作的重要平台。

卓宝科技零缺陷防水系统上市

卓宝科技公司于2014年7月10日在北京人民大会堂召开零缺陷防水系统上市新闻发布会。卓宝科技公司精心研发的全新防水系统同步上市。该系统涵盖防水工程的设计、材料生产、施工质量 管理、工程维护、风险保障等各个环节,将成为当今解决建筑渗漏难题的最有效方案。该系统创造性地打破我国目前防水工程从设计、施工到管理各个环节“各自为政”的局面,全程负责防水工程的各个环节,以实现无渗漏工程、避免客户损失的风险。该系统对施工全过程实施有效的质量监控,并通过保险公司为客户提供零风险质量保障。

蜂巢服务办公空间登陆外滩

近日,国内新兴服务式办公空间提供商“蜂巢办公空间”在上海成立首家服务式办公室旗舰店“蜂巢上海外滩8号中心”,吸引了很多企业用户的青睐。该办公空间位于上海外滩8号金延大厦6层,恰与陆家嘴地标建筑群隔江相望。蜂巢办公空间CEO张鹏表示,在全球经济一体化的浪潮下,各类企业对办公空间的灵活性和智慧性需求迅速提升,大大促进了服务式办公室市场的高速发展。蜂巢办公空间致力于成为智慧型办公空间的践行者,为各类企业提供从硬件设施到行政服务的整套办公支持及服务解决方案。

爱普生智能机LW-600P/ 1000P 上市

近日,国际知名打印厂商爱普生全新推出LW-600P便携式蓝牙标签打印机和LW-1000P便携式无线标签打印机,多个用户可轻松、高效共享一台机器。这两款机器兼具小巧智能、无线共享的功能,可以满足不同用户在办公、工业等领域的需求,轻松实现资产管理、设备识别、物品分类和警示标志等多种标签应用输出,提升企业管理效率,特别适合工业用户临时的少量特殊标签打印任务。LW-600P/1000P白色机身净重仅为440克。在功能上,可以提供从白、黑、黄、红、蓝到荧光、金色、银色系列等41款不同标签打印。

朗玛携手 39 健康网布局医疗健康大数据

日前,朗玛信息宣布收购中国医疗健康垂直领域领先网站39健康网,正式进军医疗健康大数据产业。对此,朗玛信息董事长王伟介绍,“健康服务业与互联网技术、大数据技术的结合,蕴藏着巨大的市场机遇。朗玛作为互联网行业老兵,进入这一领域会碰撞出很多火花。用户、数据以及医疗服务是医疗健康大数据服务中至关重要的三要素,这也是朗玛产业布局的方向。”为了提升在大数据领域、特别是医疗健康大数据领域的技术力量,朗玛还宣布了与电子科技大学建立医疗健康领域的联合实验室。

雀巢牵手东北农业大学培训饲养管理人才

日前,雀巢公司与东北农业大学签署了合作备忘录,双方将以雀巢奶牛养殖培训中心为主要载体,围绕示范基地建设、实用技术和管理人才培训、学生实习实训等方面开展全方位深入的科技合作。雀巢始终以长期、可持续模式在华发展乳制品业务,于2012年在黑龙江双城开始投建世界级奶牛养殖培训中心,旨在与当地政府、投资者、奶农和各方通力合作,为奶业从业人员传授现代化奶牛养殖和以可持续性方式管理牧场的专业技能和知识。

西安世纪盛康“董事之争”案在西安开庭

此前,闹得沸沸扬扬的西安世纪盛康内部股权之争引发的“罗生门”事件6月30日已诉诸法庭,西安市中级人民法院受理了此案。

在现场看到,原告方中证万融医药投资集团相关负责人并未出现在庭审现场,而是由代理律师出庭。颇具戏剧性的是,在庭审被告席上出现了两个自称是西安世纪盛康药业有限公司的代理律师。一个是由世纪盛康大股东中证万融医药投资集团委托的北京大成律师事务所律师;一个是由其小股东吴芳等人委托的陕西法智律师事务所律师。

最后,法官以“自己告自己没有冲突性”为由(注:中证万融由赵炳贤掌舵),暂时撤销了大成律师作为被告方,而假定以法智律师和吴芳等5人作为被告方。对此,原告方委托律师和大成律师均提出了异议。“赵炳贤无论担任多少家公司的法人代表,都独立行使公司的职权,不存在自己告自己。”法庭在三度休庭后,最终以双方交换举证日再开庭宣告结束。