

— Так что случилось с ананасом?

— Все, берегите себя, а я пойду поищу ту ночную программу, о которой говорил наш милашка.

— Герой, остановись! Можешь сказать, ведущий там мужчина или женщина, когда найдешь?

— Герой, выложи ссылку!

С одной стороны — полное недоумение, с другой — хохот. Позиции «Минпай» и «Морских рыбок» мгновенно поменялись.

— По сравнению с ними, наш Ланхуа просто невинный ребенок.

— Учитель Ли, вы так много знаете, мы преклоняемся перед вами.

— Кстати, я тоже хочу найти эту программу и посмотреть.

Полчаса спустя Дэн Цзэян репостнул и прокомментировал эти два поста в своем личном Weibo:

[Дэн Цзэян v]: @Ли Имин, ты действительно притворяешься, ты вообще человек? Я чуть не поседел от страха, а ты еще смеешься?

[Дэн Цзэян]: Я хочу, чтобы все пользователи знали, что @Ли Имин — настоящий негодяй, он постоянно меня обижает!

Эти два поста подняли хайп на новый уровень.

— Почему Дэн Цзэян звучит так обиженно?

— Хахаха, опять вскипел!

— Наш учитель Сюй редко появляется в Weibo, но я могу тебя упомянуть @Ли Имин.

— Я тоже помогу @Ли Имин.

В это время внутри фан-группы Дэн Цзэяна начались обсуждения.

— Они действительно хорошо ладят, да? Редко вижу нашего холодного Ланхуа таким перед кем-то.

— Похоже, что это не притворство.

— Тогда я пойду поддержу Ли Имина, раньше думал, что это просто рекламная утка, поэтому не пошел.

— Да, иди, я только что обновил Weibo и увидел, что Дэн Цзэян репостнул видео, где Ли Имин пел прошлой ночью, наверное, это период сотрудничества, давайте поддержим.

Когда Ли Южун получил сообщение от Дэн Цзэяна, он как раз обедал.

[Посмотри Weibo.]

Подняв бровь, он отложил палочки и открыл Weibo.

Как только он зашел, все окна показывали 99+ сообщений.

Открыв раздел «Особое внимание» и пролистав пару страниц, Ли Южун быстро понял, что произошло.

Думая о том, что фанаты не спали всю ночь, чтобы сделать это, Ли Южун действительно был тронут. Он вздохнул, сделал глоток воды и начал отвечать Дэн Цзэяну, репостнув те два поста:

[Ли Имин v]: Тогда в следующий раз, когда увижу жука, сам пойду и раздавлю его.

[Ли Имин v]: Где я тебя обижал? Мне кажется, я довольно хорошо о тебе забочусь.

После этого он начал отвечать на комментарии фанатов.

Даже когда еда остыла, когда руки устали, когда глаза начали болеть, Ли Южун не останавливался. У него не было дел на этот день, и он решил посвятить его этому.

Он знал, что он пассивный человек, и знал, что фанаты, любя его, прощают ему это, но это не могло быть оправданием для игнорирования их добрых намерений. Некоторые вещи нужно делать, и для этих фанатов, которые вкладывают в него свою искренность, Ли Южун считал, что он может сделать только это.

Хотя он не знал, как долго они будут его поддерживать, он чувствовал, что нужно успеть ответить им, пока они еще рядом.

В этот день Weibo был полностью заполнен постами о [Ли Имине].

Когда Ли Южун получил звонок от Тао Фана, песня «То лето» уже вошла в топ-5 чартов.

Эта песня в прошлом году занимала первое место три месяца.

Увидев, что это имя снова на вершине, многие старые фанаты не могли не вздохнуть.

Это был результат общих усилий.

Тао Фан знал, что он все это время отвечал в Weibo, и сразу же проявил заботу:

— Не перетруждайся.

— Ничего страшного.

Пользуясь звонком, Ли Южун встал и начал убирать со стола. Уже почти время ужина, а на столе все еще остатки обеда, что выглядело не очень хорошо.

— Скажи Сяосяю, чтобы не приходила готовить ужин, я разогрею то, что осталось от обеда.

После последних двух дней, полных напряженности, Тао Фан понял, что, когда у Ли Южуна нет настроения, с ним действительно легко иметь дело.

Он кашлянул, готовясь перейти к делу:

— Ты знаешь, что твои фанаты с самого утра начали тебя поддерживать?

— Правда?

Ли Южун только что смотрел комментарии, а не главную страницу, поэтому явно не знал.

— Они подняли твою «То лето» на пятое место в месячном чарте китайских песен, иди в группу и поблагодари их.

Ли Южун, услышав его радостный тон, не мог не удивиться:

— Что-то хорошее случилось?

— Ты не знаешь. Тао Фан сейчас был на седьмом небе от счастья. — Из-за этого съемочная группа «Красного флага» решила, что ты будешь петь заглавную песню — конечно, они тоже посмотрели тот живой выступление, которое смонтировала Се Юйтин, и, оценив твои вокальные данные, приняли такое решение. Но ты знаешь, кто написал слова и музыку к этой песне? Я уверен, что после выхода «Красного флага», даже если сериал не станет хитом или сериал станет хитом, но актеры — нет, с этой песней ты точно не прогадаешь!

Конечно, это было хорошо. Ли Южун усмехнулся, поправляя слова Тао Фана:

— Тао-гэ, «Красный флаг» точно станет хитом.

— Ты так уверен?

— Конечно.

Потому что в сердце каждого китайца есть красный флаг.

Тао Фан не знал о красной звезде в сердце Ли Южуна, но сказал:

— Я отправлю тебе материалы по песне на почту, потренируйся, через два дня они планируют запись.

— Хорошо.

Согласившись, он повесил трубку и продолжил отвечать в Weibo.

Заодно пообщался с Дэн Цзэяном.

[Дэн Цзэян v]: @Ли Имин, ты же обычно не отвечаешь в Weibo, да?

[Ли Имин]: @Дэн Цзэян, ты ошибся, я просто не отвечаю тебе.

[Дэн Цзэян]: Иди к черту!

Так разозлился, что даже забыл упомянуть, маленький мерзавец!

От автора:

Эти две главы получились довольно объемными.

Могу ли я нагло попросить подписку на мой авторский канал? QAQ Пожалуйста, поддержите меня, я стараюсь изо всех сил и буду продолжать хорошо работать!

На самом деле, активная реклама телесериалов началась только в последние пару лет. В традиционном представлении продюсеров, клиентами телесериалов были только телеканалы.

От начала съемок до выхода в эфир, их задача была просто снять сериал, и как только телеканал или отдел закупок одобрял его и подписывал контракт, сериал больше не имел отношения к продюсерам. Рейтинги, количество просмотров, обсуждения и реакция зрителей — все это их не касалось — разве что если сериал номинировали на награды, и нужно было заниматься пиаром, вся остальная реклама считалась ненужными расходами.

Два года назад некоторые низкобюджетные сериалы даже не имели официальной церемонии открытия.

Причиной изменений стал сезон экранизаций классики два года назад. Четыре великих романа всегда были лакомым кусочком для китайских кинематографистов, и мощная народная поддержка давала им преимущество, но если бы все четыре сериала вышли одновременно, рейтинги было бы сложно предсказать. Чтобы захватить первое место и лучшие ресурсы, продюсеры всех четырех сериалов с самого начала приложили все усилия, а телеканалы развернули настоящую рекламную войну. Например, телеканал, который показывал «Сон в красном тереме», с первого дня съемок до завершения публиковал новостные релизы для разогрева; во время рекламной кампании, от режиссера до актеров, все сплетни и скандалы, которые можно было раздуть, появлялись в прессе, а телеканал даже выпустил более десяти программ, таких как «Расшифровка Сна в красном тереме», и рекламные методы были настолько мощными, что о них знала вся страна. А в случае с «Троецарствием» все было еще более жестко: местные телеканалы предлагали концепцию «Сезона Троецарствия» и начинали рекламу за три месяца до выхода, некоторые напрямую связывали это с туризмом в киностудиях, публиковали статьи в газетах и журналах, и даже специально подавали заявки на звание исторического города, а некоторые в период рекламы даже меняли названия телеканалов. Такие многослойные рекламные методы полностью изменили представление индустрии о телевизионном бизнесе — фильм «Троецарствие», в котором Ли Имин снялся в прошлом году, был снят под влиянием остаточного эффекта от этого сериала.

Но настоящий удар по всей индустрии нанес прошлогодний сериал «Любовь травоядных», который оставил многих в шоке. Этот сериал проник везде: от бесплатных каналов до платных, от Weibo до форумов и журналов, от телевизионной рекламы до радио, метро, автобусов и уличных баннеров. Позже, в интервью, режиссер Фан Вэньцзюнь сказал, что из-за того, что инвесторы были слишком богаты, затраты на съемку фотографий актеров уже превысили бюджет трех серий сериала, не говоря уже о рекламных роликах, которые могли соперничать с кино.

Высокие вложения принесли и высокие доходы. В конце года, когда были опубликованы финансовые отчеты, компания «Хуавэй» ясно показала, что только за счет спонсорских взносов от рекламных кампаний с участием актеров «Травоядных», прибыль составила 75 000 000 юаней.

Эта новость заставила всех телепродюсеров и инвестиционные компании провести беспокойный год.

<http://bllate.org/book/16554/1511176>