

电影短视频营销 为何屡屡遭吐槽

还记得“5分钟看完一部电影”的短视频吗？这种基于电影上映后的速食解说，让大家无需买票就能了解一部电影的梗概。这些年反了过来，电影自己的短视频营销蔚然成风，然而“货不对板”“预告即全片”等问题却在暴露，屡有上当受骗的观众在影片评论区抱怨。

短视频让影片有社交属性

短视频“病毒式”传播之所以能吸引人，是因为其内容逻辑过于夸张化和奇观化，摘取片中高浓度情绪片段，不做前奏铺垫，或卖惨、或煽情、或猎奇，直接给出人物冲突与故事高潮，包括一个金句或者一个眼神等，催生情绪爆点，引发大家的参与感和表达欲。

还有一种就是“吊胃口”，让大家知道电影制作有多不容易，演员演技有多精湛，故事剧情有多劲爆。“看哭了”“笑疯了”是此类短视频评论里的关键词，这也促使此类

视频得以快速传播。

纵观今年多部爆款电影，不少影片的口碑虽一降再降，但票房却一骑绝尘，与它玩转短视频营销多少有些关联。短视频营销的花活多且卷，不断放大影片给到的情绪价值，促使影片具有社交属性。

比如《消失的她》，短视频营销捆绑反恋爱脑、泰国孕妇坠崖案等热点话题，得以不断破圈；《孤注一掷》官方短视频号，围绕诈骗团队魔性洗脑口号、分工明确体系的视

频不少，特别是演员王传君喊出“想成功先发疯”的短视频物料，不仅让这部片子火了，也让营销团队转变了“打法”，将宣传重心放到王传君饰演的诈骗头子身上，最终影片热度不断提升；再看《封神第一部》，前期宣传走了弯路，注重展现服化道用心，被观众吐槽“放不下架子”，不够接地气。中后期片方瞄准短视频后，制造了“哈基米”“U23”“质子团”等热梗，让《封神》话题度大涨，吸引观众纷纷走进影院贡献票房。

未映片段都剪成短视频了

不可否认，短视频营销也是一把“双刃剑”。一方面，通过铺天盖地的短视频切片宣传，拉高观众期待值，吸引观众走进影院；另一方面，短视频将片中最吸睛的片段提前释出，也容易让观众在观影后产生心理落差。

今年此类情况更是突出，上映的多部影片就被网友吐槽过“短视频预告即精华，没必要进影院看全片”。此前上映的《燃冬》本身是一

部文艺片，但为了迎合短视频的风格，被片方宣传成了三角恋故事，喊出了“七夕必看爱情片”的口号，让很多冲着这一内容去的观众直呼被骗。

《坚如磐石》官方甚至“卷”到将电影中未映的片段剪辑成短视频流出，导致不少观众发问“为啥刷到的片段，我在电影院没看到”，还有观众质疑正片与宣传物料不符，这算不算诈骗式

营销？

事实上，电影借助短视频营销撬动高票房，要追溯到2017年的《前任3》，当时“于文文吃芒果”的片段，以及影片歌曲《体面》《说散就散》，在短视频平台一战成名，助力这部制作成本几千万、豆瓣评分仅5.5分的影片拿下19.42亿元的票房。然而，今年国庆档《前任4》复制此路却不算成功，未像前作一样形成“病毒式”传播。

电影行业不该被短视频营销拿捏

营销确实可以一定程度放大电影价值，但其核心仍在电影本身。

用来宣推营销的短视频，也应丰富内涵，不能只停留在哭和笑上。当煽情、卖惨成为短视频营销的惯用套路，只会招致反感，甚至反噬电影口碑。更值得警惕的是，短视频营销对票房有助力的同时，

也给电影行业带来了负面效应。短视频营销的逻辑，逐渐侵入到电影内容创作层面，使得电影滑向碎片式创作，这一点在电影市场已有所体现。

营销应为电影所用，而不能破坏电影本身，否则就是本末倒置。好莱坞导演罗素兄弟曾在接受采访时表示，如今的观众善于预测分

析，必须非常聪明地制作预告片，要努力让营销宣传工作别破坏电影所带来的惊喜。

因此，电影行业不该被短视频营销拿捏，应多方探索，两者的融合应更有机更良性，做到主次有序、互相促进，才是电影行业需要认真思考的问题。

据《扬子晚报》

导演乌尔善： 《封神第二部》已完成剪辑

日前，第36届中国电影金鸡奖提名名单公布，《封神第一部：朝歌风云》获得最佳故事片、最佳编剧等9项提名，领跑提名榜单。

对于观众关心的《封神第二部》的最新进展，导演乌尔善在接受采访时做出了回应。

对于此次获得金鸡奖9项提名，乌尔善感到“荣幸之至”。在他看来，最佳编剧的入围是最让他感到欣慰的，“这种幻想类型的电影剧本是非常难写的，尤其能够达到一个专业的高度，然后它蕴含着这么多文化的意义，同样又要兼顾通俗性，这个难度是很高的。”

乌尔善透露，《封神第二部》剪辑已完成，视效的复杂性和整部影片的视觉奇观都增加了难度，力求在电影工业化上做类型化的探索和尝试。

有网友表示：“如今的《封神》系列影片已不再是乌尔善个人的执导作品，而是一部值得我们去分享与呵护的能促进电影工业化、提升我们文化自信的中国神话大片。”

综合



《封神第二部》剧照

电视剧《装腔启示录》 展现对当代青年的现实关怀

电视剧《装腔启示录》近日播出引发关注，由中国电视艺术委员会主办的该剧研讨会日前在京举行。

《装腔启示录》以都市男女的情感发展为主线，通过对职场生态的描摹和对亲密关系的探讨，展现北漂群体的自我追寻，观照新时代青年群体生活现状。该剧以独特的视角，借“装腔”向大众抛出爱情、职场、生活等多重现实议题，并向社会发出对消费主义、女性主义等文化的思考和追问。

专家认为，《装腔启示录》用个性化的镜头语言呈现青年群体的日常生活，通过具有温暖底色故事传递积极乐观的价值观，展现出对当代青年的现实关怀。

在该剧导演李漠看来，“关心当下时代的问题，关心生活里的困境，在电视剧里给大家某种思路和思考”，是创作现实题材电视剧需要坚守的理念，“把我们看到的当下时代里，每一个动人的地方，让大家有感触的地方，通过作品传达给观众”。

高凯

分类信息 刊登热线
6630888

地址：北大街54号烟台日报社一楼大厅 接行收费1行9个字 60元/次 3.6x1cm 180元/次

回龙山功德园公墓 福缘殡仪一条龙

电话：0535-6757528/6757538

24小时 服务电话 400-0785-789

莱山区解甲庄镇沟头店村东 563、605、560 路公交直达

生前契约 提前规划 身后无忧

山东省民政厅批准的大型园林化、艺术化永久性合法公墓



生活广场

刊登热线：6630888

家政服务

恒誉家政 13953528652
擦玻璃、家电维修清洗、水电暖维修
疏通下水道、小时工、护工、保姆、月嫂、保洁

搬家服务

海港搬家 6268899 移空
二十年老字号

欢迎刊登 分类信息

小小投入 一呼百应

刊登热线：6630888