

没有人会料想到,《前任3》这部上映前存在感很弱的影片,成为2018开年的第一个爆款。《前任3》在2017年12月29日上映后,两天票房就破1亿,2018年1月6日单日票房突破2亿,票房以平均一天超过1亿的速度在飞涨,创下华语爱情喜剧的票房单日涨幅新高。上映三周,票房已经突破18亿,无论能不能突破20亿的门槛,它都已经成为了华语影史上爱情片票房总冠军。

没有大制作、大宣发、大明星加持的情况下,《前任3》票房依旧节节高升,但口碑两极分化严重,在豆瓣上仅5.7分,但在猫眼等票务APP上,高达9分,很多人都很费解,《前任3》的票房为啥冲到这么高?到底为什么能引爆全民话题?

# 《前任3》8千万换18亿 这门生意如何做成的

## 晕厥打架求复合 看完《前任3》戏更多

除了票房和排片量的一路上涨,在抖音、快手等短视频APP上,看完《前任3》在影院痛哭、模仿女主角吃芒果、模仿男主角学至尊宝大喊“我爱你”等再创作比比皆是;看完《前任3》哭到昏厥被急救、被保安抬走;看完《前任3》发生感情纠纷,打架又跳楼等奇葩事件也不断在微博刷屏。

在北京某媒体工作的小雨,已经结婚三年,在和老公一起去影院看了《前任3》后,在朋友圈发了一条留言“满目山河空念远,不如怜取眼前人。”她老公在下面回复了一个“抱抱”的表情。

其实“前任”在影视剧里也不是新鲜话题,但是为什么只有《前任3》引发全民大讨论?其实最简单的一个理由就是:“都是一百多斤的人了,谁还没个前任呢?”就算没谈过恋爱还没见过别人分手吗?提起“前任”这个词,不需要任何的铺垫,满满的故事感已经扑面而来。

《前任3》是田羽生的“前任”系列《前任攻略》和《前任2:备胎反击战》之后的第三部。本身也积累了一定的观众基础,如果说《前任1》讲的是前任对现任的冲击,《前任2》讲的是备胎,那《前任3》讲的就是现任如何变前任。

无论是交往中互相斗气的“坦白局”,一遍又一遍翻看对方朋友圈,还是分手后数次想要在微信上联系对方,但输入后又反复删除的细节,都精准地戳到都市男女某个曾经“矫情”的点,多

少人仿佛在其中看见了当年的那个自己。《前任3》不需要在故事角度做得多么完美,只要有几个点足够触动观众,就足够让很大一部分观众自发地在社交媒体上讨论这部电影。

## 3千万制作+5千万宣发 光电影歌曲就3首

无论是短视频APP、微博、朋友圈里的“自来水”,还是动辄就“某男子在电影院失声痛哭”的新闻,都触动了不少对爱情向往或怀念的人走进电影院。可以说《前任3》更像是营销的胜利。

《前任3》的出品方、华谊兄弟电影有限公司副总经理、华影天下电影发行有限责任公司董事总经理刘歌曾在接受媒体的采访时表示,《前任3》的宣发费用在5000万左右的体量,在竞争激烈的贺岁档影片中,属于投入非常小的。

作为影片的投资方之一,无限自在的总裁朱玮杰信心满满地透露当时投资的初衷:“我们都知道,田羽生导演的电影都没有赔钱的。”他还表示,作为一部中等体量的电影,5000万左右的宣发费用只能算得上“紧巴巴”。此前有媒体报道称《前任3》的制作成本约3000万左右,在没有“砸钱”的情况下,《前任3》展示了什么是教科书式的电影营销案例。

此次《前任3》的宣传过程中,除了快手、抖音等视频社交平台助力不少,在各类音乐APP上,电影主题曲、插曲《说散就散》、《体面》也长期占据各榜单榜首位置,并且出现在大街小



巷,超市,商场,理发店……

其实在影片上映之前,宣发方就已经决定将影片的两首主题曲作为主要宣传物料投放。早在影片还在创作过程的时候,有一次导演田羽生打电话给朱玮杰,兴冲冲地告诉他发现了一首《说散就散》的歌,特别切合电影内容,希望朱玮杰能拿下版权,当时这首歌并不红。影片的另外一首插曲《体面》则源于女主角于文文在拍摄过程中的有感而发,经过和导演讨论后,这首歌变成了电影插曲。此外,电影在上映前还请了人气主播冯提莫唱了《再见前任》作为电影宣传的一部分,用宣发团队的话来说,《前任3》在上映前打造了一个非常完整的音乐矩阵。

有不少观众都表示是在其他平台听到了主题曲或者看到了主题曲MV,被音乐打动了之后才萌生了来看电影的念头。可以说,《前任3》能取得超越前面两部电影的票房成功,音乐功不可没。

## 每个营销步骤都有计划 管理观众的“预期值”

除了将主题曲作为物料前期传播,《前任3》的整个宣发团队还有意识地调整了自己的宣发策略,他们称之为对观众的“预期值管理”。

在《前任3》上映前,公布的物料主要是主题曲和“坦白局”、“分手狂欢趴”两个片段,电影最催泪,也是上映后被讨论最多的分手后的情节并没有提前过多透露。对此,朱玮杰分析说,因为《前任3》有“前任”系列的IP基

础,首先在宣发上做的就是先把原有的观众群体都拉回电影院,要保住电影票房的基本盘。在前期物料的投放上,他们选择“双胞胎”这样和前作有关联的桥段,立刻唤起原有观众的观影记忆;同时用“告白局”等偏喜剧风格的段落,进一步加强观众心中这是“前任系列”的印象。宣发团队认为,当观众发现这部“前半部分笑到傻,后半部分哭成狗”的电影,意外地走心的时候,他们对电影的评价就会提高,形成最初一轮口碑发酵。

电影上映后,无限自在也在合作方抖音等短视频平台和视频网站上放出影片讨论度最高的“吃芒果”等片段。1月6日,《前任3》的票房达到峰值,之前攒了一波口碑和话题突然开始在各大大社交平台上爆发。

快手的相关负责人告诉记者,关于《前任3》的短视频数量的第一个峰值出现在1月8日左右,一大波“看前任3痛哭”、模仿《前任3》片段的小视频也开始井喷式出现。《前任3》的微信指数也在1月8日达到了历史峰值。抖音上充斥着剧终后趴在影院座椅靠背上嚎陶大哭的姑娘小伙……

从最初稳定固有观众,到推动口碑发酵,再到推动全民热议,《前任3》营销过程中的每一步都稳稳踩在节奏上,朱玮杰总结说,所有好的营销关键都是在挑动观众的情绪,观众是打心眼儿里被剧情感动不假,但是观众什么时候会流泪,这一切早已经在宣发公司的计划之中。

本报综合

## 谢霆锋不当厨师 回归歌手身份

谢霆锋终于不当厨师了。近日,他发表了新歌《异想天开》,并且制作了新专辑!谢霆锋唱现场看到歌手们站起来说自己像在拿终身成就奖。

近年来,谢霆锋醉心于美食,并在自己担任制作人的综艺节目《锋味》大秀厨艺,节目也备受好评。其实在“谢大厨”这个身份之前,谢霆锋还有另一个身份——歌手。当年一把吉他一身酷帅行头的他,把骨子里的反抗不羁都装进了歌里,并且成为红极一时的华语男歌手。除了《活着Viva》《谢谢你的爱1999》《因为爱所以爱》《玉蝴蝶》,他还有《香水》《游乐场》《无声胜有声》《坏习惯》等许多作品,他和老友陈奕迅一起唱的《better man》也被歌迷称为经典。

日前谢霆锋给歌迷们奉上了久违的新歌《异想天开》,并透露今年会制作完成新专辑。谈及被大家日常催开的演唱会,谢霆锋马上正色说道:“我还是对演唱会比较严格的人,我不希望就是一个音乐会,我希望是令大家难忘的一个演唱会。”

西路

## 王源扮演美猴 不料遇见“真猴王”

近日,王源微博发了一段小视频,是他在参加新一季《王牌对王牌》的节目录制时,在后台练习耍金箍棒的片段。视频中王源穿着一身铠甲,手拿金箍棒,耍起来有模有样。搞笑的是,真正的美猴王六小龄童老师正好路过,令王源感觉非常不好意思,引来周围一阵大笑。工作人员调侃称“关公面前耍大刀”,王源则笑着直呼“太尴尬了”。六小龄童老师虽然路过走得匆忙,但还是拍了拍王源的肩膀,并对他竖起了大拇指。

在新一季《王牌对王牌》中,王源与沈涛继续以“王牌队长”和“王牌主持”的身份助力助阵第三季节目。而另一位“王牌队长”则由沈腾担任。此外,两位新任的“王牌特工”也已惊喜揭晓,她们分别是气质才女欧阳娜娜,以及“欢喜女神”贾玲。

马明

## 演员严屹宽将当爹

1月24日是严屹宽的生日,他在生日当天宣布了即将升级当爹的喜讯,并晒出了妻子杜若溪孕检的照片,并发文感谢妻子,称收到了“最好的生日礼物”。杜若溪随后转发为老公送上生日祝福。

严屹宽在微博晒出妻子孕检的照片以及两人的合照宣布妻子怀孕:“收到了最好的生日礼物,感谢我的肉肉”,并艾特妻子杜若溪本人的微博。随后严屹宽将这条微博置顶。在三十九岁生日这天,严屹宽宣布妻子怀孕的消息并与网友们分享,一家人幸福满满,令人羡慕。随后李静在评论中祝严屹宽生日快乐。网友们也纷纷祝福严屹宽。 懿娴

## 能抓住观众情绪的电影就有市场

通过猫眼专业版app提供的数据对比我们可以发现,最近的两部现象级影片《芳华》和《前任

3》在观众结构上颇为相似,都是二三四线观众占据了主流。

三四线观众占比的增高或许只能说明,占据我国人口绝大多数的三四线居民越来越多地开始走进电影院,但这和审美取向无法建立起直接的相关联系。对于《前任3》的态度对立或许并不存在于“精英观众”和“草根观众”、一线城市观众和三四线城市观众这样简单粗暴的划分中。所谓的“审美隔阂”确实存在,但是并非由地域和教育程度区别开来,而是以一种更微妙的方式存在着。

3》和其他电影之间的审美门槛也许并不存在。《前任3》能成功,首先就是因为它给了观众一个最直接的走进电影院的理由:或者是因为喜欢主演,或者是因为喜欢主题曲,或者干脆是想借着“前任”的话题哭一场自己的前任,甚至是随便挑一部讨论度高的电影打发时间……

但把观众拉进电影院还不够,在票房大赛里,全程高速飞奔的选手可遇而不可求,像《前任3》这样稳定输出的中长跑型选手远比爆发力强、持久力差的院线几日游型选手赢面更大。《前任3》成功最重要的一



韩庚在《前任3》中再现《大话西游》经典片段

臆想中存在于《前任