

邓丽君传奇人生
将拍成电视剧

电视剧《邓丽君之我只在乎你》已于3月16日开机。该剧由吴蒙恩导演、李顺慈编剧,陈妍希、何润东、江珊、彭冠英、侯勇等联袂主演,讲述“华语世界永恒的声音”邓丽君传奇的一生以及她的追梦历程。

在该剧中,出演邓丽君一角的人选花落陈妍希。陈妍希凭多部热播影视作品的甜美形象深入人心,演技真实自然颇受观众认可。

谈及接戏初衷,陈妍希深感荣幸:“我对女子最美好的想象都在邓小姐身上体现了,她是我的偶像,我也想把心中这么美好的人和满满的温暖更好地呈现给大家。”

据悉,为了能更好的诠释邓丽君的成长过程,陈妍希不仅请了多位专业老师,研究与学习邓丽君的音乐,苦练形体、声乐及舞蹈,还专程前往香港等地寻访邓丽君的成长足迹,并从邓丽君的三哥邓长富先生处了解了有关邓丽君的生平成长故事及性格特点,下足了功夫。

在《邓丽君之我只在乎你》中,曾荣获过飞天奖、金鹰奖、华鼎奖等多项大奖的江珊、侯勇两位戏骨将出演邓丽君的父母,与陈妍希组成“亲子档”温情飚戏。

本报综合

王晶筹拍《贼王》
梁家辉任达华主演

近日,王晶新片《贼王》在香港国际影视展正式曝光,该片是王晶《追龙》三部曲的第二部,由王晶、关智耀执导,梁家辉、古天乐、林家栋、任达华主演,阵容豪华。

值得一提的是,四位主演上一次一起演戏还是在2005年的《黑社会》中,每个人的表现都可圈可点,尤其是梁家辉还斩获了香港电影金像奖最佳男主角。

《贼王》故事以张子强为原型,他曾经绑架过香港许多富豪,绑架勒索的金额曾经还录入了吉尼斯世界纪录大全,堪称世纪贼王。

片中,高智商悍匪龙志强(梁家辉饰)在香港回归前,在港英政府不作为的时代背景下,趁机屡犯巨案,先后绑架富豪利家及雷家长子,勒索超过20亿元,而事主怕被报复,交赎款后承诺不报警,让龙志强及其团队一直逍遥法外,影片讲述的是警方委派卧底何天(古天乐饰)潜入犯罪团伙后发生的故事。

据悉,该片目前尚在剧本筹备阶段,开拍时间未知。

张辽



扫码关注
观影粉丝团
(近报)



戏精牡丹

办公室小野

papi 酱

★ Part.1 野生主播变身知名网红

要说2018年走红最快的短视频博主,“戏精牡丹(赵泓)”绝对是绕不开的名字。仅半年时间,他就推出了多部爆款短视频,全网点击量累计数亿,微博粉丝近200万。在短短几分钟的影片内,赵泓仿佛“精分(精神分裂)”一般,一人饰演多个角色:一会儿是唠叨妈妈“张嬢嬢”,一会儿是娇嗔女儿“赵凯丽”,一会儿又变成职场新人“菲欧娜”……香蕉是牡丹的签约经纪人,一次偶然的相遇让两人一拍即合,香蕉负责剧本创作,赵泓专攻人物塑造,随即便有了观众们今天看到的“戏精牡丹”。

“有个性”是网红引发关注的必备要求,“戏精牡丹”用他“妇女代言人”的人设塑造着自己的标签,而同样在一众

美食短视频中脱颖而出的网红,还有被喻为“美食界泥石流”的“办公室小野”。2017年2月,一则“在办公室用饮水机煮火锅”的视频开始像病毒一般在网络上迅速扩散,并在极短时间内霸榜微博热搜第一,全网播放量破亿。

和牡丹的半路出家不同,出生于1994年的小野,本身就是洋葱视频的签约员工,“尽管要煮美食,但我们要做一些更有趣,更吸引眼球的东西”。当时,小野刚好在网上看到一个女孩用卷发棒煎肥牛,立马联想到自己办公室里有电熨斗,于是她第一支视频“电熨斗熨肥牛”就这样诞生了。“办公室不只有KPI(绩效指标),还有吃和远方”也顺理成章地成为了她的品牌口号。

★ Part.3 整合营销寻求长期变现

仅靠一个产品,一两个人的创意,小作坊式的生产模式,很难支撑长期的商业变现,这几乎是困扰所有网红团队的一道死命题。打造产品矩阵,实现内容联动,就成了网红经济运作机构的共同奋斗目标。

据papitube(papi酱团队创办的创意视频平台)的负责人霍泥芳介绍,他们会在全网平台上选择签约那些稍有影响力的中下层主播,并将其逐步培养成知名网红产业。如今,papitube旗下已拥有三十余个网红产业,涵盖影视、文化、美妆、美食、旅游等十余个垂直领域,全平台的总粉丝量高达

1.3亿。洋葱视频则更愿意打造素人网红产业,他们以“小野”为核心,提出了“办公室家族”的概念,“小野”视频中的同事“小作”如今也作为网红正式出道。

如今,香蕉也在有意识地开始打造自己的产业矩阵以满足整合营销的势头,“张嬢嬢和赵凯丽的受众可以覆盖女性市场;儿子赵国国这个角色,可以对准学生受众,产品涉及教育领域;今后我们还会推出国国的发小李壹,让他专门负责游戏领域的客户;而李壹的老婆赵红的定位可以是美食、生活方式博主,主要做零食测评……”

★ Part.2 低成本创造百万收益

尽管背靠洋葱视频这样专门孵化网红的新媒体公司,但“办公室小野”团队的初期编制却称得上是简陋的可怜——一部苹果7plus手机,一台价格比手机还要便宜的电脑,再加两个女孩,这就是她们的全部家当。

如今,“办公室小野”团队已经发展到拥有全网2000多万粉丝,分发200多家视频平台,团队的规模才慢慢扩充到八个人,其中包含创意、摄像、剪辑、采购、运营等。

编制轻巧,是目前市面上短视频团队共有的特征。“牡丹”的团队如今有四个人,除了赵泓本人和合伙人香蕉,还有“赵国国”的扮演者,以及一位实习生,他们使用的最贵的一款道具就是“张嬢嬢”经常拿在手里的“貂皮”——一块价值

199元的宜家毛毯,“我的大脑就是我们最大的成本”,香蕉说。“办公室小野”视频中出现的道具大多取材于办公室的饮水机、熨斗,食材就成了他们最贵的道具。但即便是像“papi酱”这样的头号博主,其团队成员也不超过5个人。

尽管制作成本低廉,但伴随着巨大流量带来的影响力,越来越多的品牌客户开始将目光投放到短视频领域。犹记得两年前,“papi酱”的广告拍卖会上,某美妆品牌以2200万的“天价”中标,这个纪录至今无人打破。抛开噱头不谈,目前,“戏精牡丹”这样的新人,其每支视频的广告植入价位在40万左右,“办公室小野”的广告植入费在70万到100万之间,而“papi酱”则更高。

★ Part.4 进军影艺圈成变现新方向

总体来说,网红经济的存在完全取决于它所依附的这名网红,正是因为网红的更迭速度太快,也就让网红经济有了“不确定性”,甚至网红经济可以称得上是一种“短命的商业模式”。也正是基于此,很多网红个人或者专业的网红孵化公司的目标都是将网红的经济价值进行快速变现。

除了广告拍卖,某些有表演基础的网红也逐渐开始试水影视作品,向传统影视演艺圈进军。例如2013年爆红的网红武汉大学校花黄灿灿,先后参加了《天天向上》和《奔跑吧兄弟》等综艺节目,之后便开始进

军电影行业。在2018年春节前,“戏精牡丹”也作为嘉宾现身《奇葩大会》,这被看作是他从网红界“出圈”,以短视频创作为跳板尝试更多可能性一个标志。

而早在2017年,papi酱也献上了自己的综艺和电影首秀,分别参与了《吐槽大会》以及电影《妖铃铃》的拍摄。这些作品都很好地发挥了papi酱的吐槽精神和段子手天赋,让她成功跻身主流娱乐圈。由此看来,除了持续的优质内容产出,怎么找新路子,搞出新玩法,是内容创业这一年新的思考方向。

本报综合