

28岁 未成年

FOREVER YOUNG

2016

导演：张末
监制：张艺谋
演员：范冰冰、李晨、欧豪



FOREVER YOUNG

Content

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

1

项目背景介绍

2

电影+网剧
基本信息

3

商务合作内容

IP营销背景

受众保障-粉丝电影
题材保障-青春文学改编
票房保障-IP运营案例

《小时代1-4》



累计17.86亿

《何以笙箫默》



3.54亿

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

2016年乐视影业即将上演
基于IP衍生又一大作《28岁未
成年》必将再创票房奇迹！



王牌制作班底

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

乐视影业王牌导演
张艺谋首部担
当**监制**影片，为女儿
第一部作品保驾护航。



导演**张末**处女作，
张艺谋之女，毕业于纽
约大学电影学院。从女
人的视角拍摄女性题材
电影，作品更为细腻易
于受众达成情感共鸣。

“上阵父女兵” 提升《28岁未成年》作品的社会影响力，为影片社会化传播奠定基础！

明星情侣搭档

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

“我们” 范爷 + 大黑牛

2015年5月29日，李晨+范冰冰微博高调公布情侣身份，一时间掀起了全球“我们”主题微信微博疯传！

短短一天的时间“我们”定情微博已经转发**超过97万次**，单从**范爷**这边跟着转发的就**超过55万次**，传播效力可想而知。

暂定

焦点明星情侣担任《28岁未成年》电影男、女一号，
娱乐江湖必将再掀疯浪！

唤醒女性认知题材

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

重塑青春 不忘初心

一部有机会回到17岁重塑青春女性题材的影视作品，唤醒处于28岁人生分界线前后的“轻熟女”重新审视自己的价值观，用“未成年”的勇气，自由、任性的活出精彩自我甚至改变命运！

运营模式

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

网剧《28岁未成年》

校园 穿越 剧情
热烈版 那些年

如果你有机会穿越回到11年前，你想做出哪些改变？



电影《28岁未成年》

青春
治愈 励志

如果现在的你和十年前的你坐在同一张椅子上，你会对她（他）说什么？



IP运营规划

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

电影开机
2015年10月20日

电影上映
2016年5月



网剧开机
2015年11月

网剧上映
2016年2月

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

先聊下电影.....

Letv乐视网

影片基本信息



28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

片 名：《28岁未成年》

导 演：张末

监制：张艺谋

主 演：范冰冰、李晨、欧豪

制 片 人：张昭

语 言：普通话

时 长：90分钟左右

开机日期：2015年10月20日

预计档期：2016年5月

电影故事梗概

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

28岁的凉夏与猫粮恋爱10年同居5年，每天都在为结婚做准备，每天认真的敷脸，对着自己眼角的细纹发愁，打电话咨询婚礼场地，挑选婚纱，上淑女课程待嫁状态.....

然而这个时候的猫粮正在筹备公司的第二轮融资的事情，无暇顾及凉夏的一些小情趣，可以说是反感，提出了分手！

凉夏在因猫粮提出分手而悲伤欲绝时，吃了魔法巧克力，让28岁的凉夏重返了17岁小凉夏的心智。小凉夏对猫粮的冷漠及她的年轻状态，让他又燃起了对她的兴趣。装在大凉夏身体里的小凉夏因为偶遇爱上了严岩。

于是展开了大凉夏和猫粮，小凉夏和严岩两段爱情故事.....

大、小凉夏实际是一个人，他（她）们该如何选择.....

关于自我发现以及自我吐槽的略带伤感的治愈系爱情轻喜剧故事。

导演

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

张末

导演，1983年3月31日出生，张艺谋女儿。

毕业于纽约大学电影学院。

曾担任《三枪拍案惊奇》剪辑以及《山楂树之恋》和《金陵十三钗》的副导演。



监制

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

张艺谋

中国电影导演，“第五代导演”代表人物之一，美国波士顿大学、耶鲁大学荣誉博士。代表作品《红高粱》、《菊豆》、《大红灯笼高高挂》、《秋菊打官司》、《活着》、《一个都不能少》、《我的父亲母亲》、《英雄》、《十面埋伏》、《满城尽带黄金甲》及《金陵十三钗》、《归来》、《长城》。



女一号 凉夏

范冰冰

凉夏，毕业后一直没有工作，只顾上各种主妇课程待嫁未婚夫猫粮.....

- 毕业院校：上海师范大学谢晋影视艺术学院
- 电影作品：《苹果》、《观音山》、《二次曝光》、《一夜惊喜》、《X战警：逆转未来》《王朝的女人》等



28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



男一号 猫粮

李晨

猫粮，凉夏相恋10年未婚夫，事业型男。

- 毕业院校：北京群星艺术学院
- 代表电影作品：《奔跑吧兄弟》、《鬼吹灯之九层妖塔》、《咱们结婚吧》《心花路放》



28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



男二号 严岩

28岁
未成年

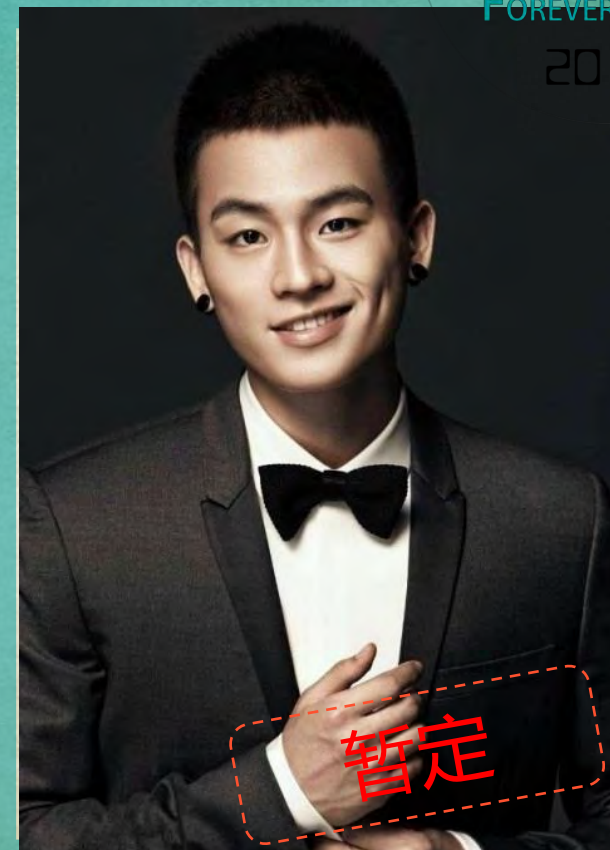
FOREVER YOUNG

2016

欧豪

严岩，变回17岁的小凉夏男朋友，长相标致小帅哥。

- 毕业院校：广州艺术学校
- 代表电影作品：《左耳》、《临时同居》、《我就是我》



女二号 白晓柠

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

陈意涵

白晓柠，凉夏闺蜜，唯一知道凉夏变身秘密的人，同时是一个塔罗牌占卜师。

- 毕业院校：景文科技大学
- 代表电影作品：《闺蜜》、《痞子英雄》、《流星蝴蝶剑》、



客串演员

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

邓超

变身道具魔法巧克力的电视购物导购及快递员，神经质表演手法。

- 毕业院校：中央戏剧学院
- 代表电影作品：《集结号》、《中国合伙人》、《狄仁杰之通天帝国》、《分手大师》、《烈日灼心》等



温馨提示：邓超 苏宁易购代言人，片中导购形象神似苏宁易购邓超版新广告片调性！

Letv 乐视网

电影可植入品类

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

巧克力



电影中巧克力是女主角变回17岁的重要道具，会有多次露出机会，且会赋予它魔法；

快递or电商



电影中女主角是通过电视购物买的魔法巧克力，由邓超送快递；

化妆品口红



片中女主角除了日常会使用品牌口红，还会用口红作画，很好的商业植入桥段；

电影可植入品类

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

专车平台or汽车



电影中女主角会有天然的打车环节，可植入专车品牌的APP露出及使用；

Letv乐视网

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

看下网剧讲的什么故事.....

Letv乐视网

网剧基本信息

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



片 名：《28岁未成年》

题 材：穿越青春校园

导 演：待定

监制：待定

主 演：待定

制 片 人：张昭

语 言：普通话

开机日期：2015年11月

预计档期：2016年2月

网剧故事梗概

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

凉夏已经28岁了，可相恋十年的男友猫粮，仍不愿结婚，引得凉夏终日与男闺蜜严岩吐槽。高中时猫粮的潇洒不羁，是吸引17岁凉夏的原因，然而成年后面临生存压力，仍一味追求自由快乐的猫粮，却令凉夏不满。终于，凉夏盼来了猫粮的求婚，可谁料婚礼前夕，猫粮竟逃婚了！凉夏大受打击，离开婚礼现场时遭遇车祸，心脏停跳的她，被送进急诊室抢救.....

凉夏醒来，却是11年前，高中军训时猫粮跟自己告白的一幕！凉夏生气猫粮逃婚，一耳光上去，揽着严岩就潇洒离开。一连串的奇异经历，终于让凉夏确信，自己并非来了天堂，而是穿越回了17岁！
由于预知会发生什么，凉夏做了跟以前完全不同的选择.....

凉夏穿越在17岁与28岁之间，由于17岁的改变28岁的人物关系也发生了变化，在穿梭于校园生活及当代生活中发生了系列趣事。

商务合作汇总

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

28岁
未成年

FOREVER YOUNG
2016

导演：张末
监制：张艺谋
演员：范冰冰、李晨、欧豪



1

网剧+电影

内容娱乐整合营销

植入类型及示意

片尾呈现

2

电影

内容外部娱乐整合营销

公关活动合作

元素授权

映前贴片

超前点映、品牌包场

植入类型

理念植入

以电影的核心价值、主题内涵主张客户品牌理念：完整表达品牌的价值理念等，整部电影犹如一只超长广告片，不断诉求客户品牌理念；

剧情植入

以某段剧情发展为诉求，表达客户品牌主张、产品功能，使特定产品或功能成为推动一段剧情发展的中心，起到渲染剧情或推动剧情发展的作用。

形象植入

以演员的气质态度、生活方式代言品牌地位及品牌品质；将品牌的内涵与电影人物高度的契合继而通过电影将品牌内涵展现的淋漓尽致。

场景道具广告植入

场景植入：根据固定场景以客户品牌形象设计布置，安排重要剧情在此场景中发生，以剧中的背景画面展示客户品牌LOGO；

道具植入：在剧中使用并展现产品道具或玩具；

广告植入：小区广告牌，电梯内广告，超市内粘贴海报，电视广告户外广告等植入。

借助电影剧情，巧妙嵌入品牌产品形象，以达传播赞助企业形象或品牌促销目的。

可根据赞助企业需求有针对性策划剧情。

常规植入形式：1次深度情节植入+2次产品露出。

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



理念植入示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



《分手大师》植入 牧马人：影片通过男主角追求自由及车身的装饰 完美贴合诠释出牧马人“自由”的理念。

剧情植入示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

《十月围城》

植入名表品牌Audemars Piguet ,
成为推动剧情和人物关系发展的关键物品



《分手合约》兰玉婚纱品牌巧妙的台词植入



道具植入示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



《何以笙箫默》康师傅茉莉清茶、茉莉蜜茶道具植入

形象植入示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



《中国合伙人》片尾融合剧情需要，呈现向创业家致敬视频，多位标志性创业人物成为其领导企业的精神代言。



《非诚勿扰》中舒淇饰演的空姐梁笑笑成为海南航空的形象宣传



《穿Prada的女魔头》中“女魔头”米兰达强化了Prada的品牌共鸣



《丝丝心动》定制女主角梁晓柔飘柔洗发水隐形代言人

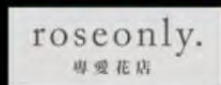
片尾鸣谢示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

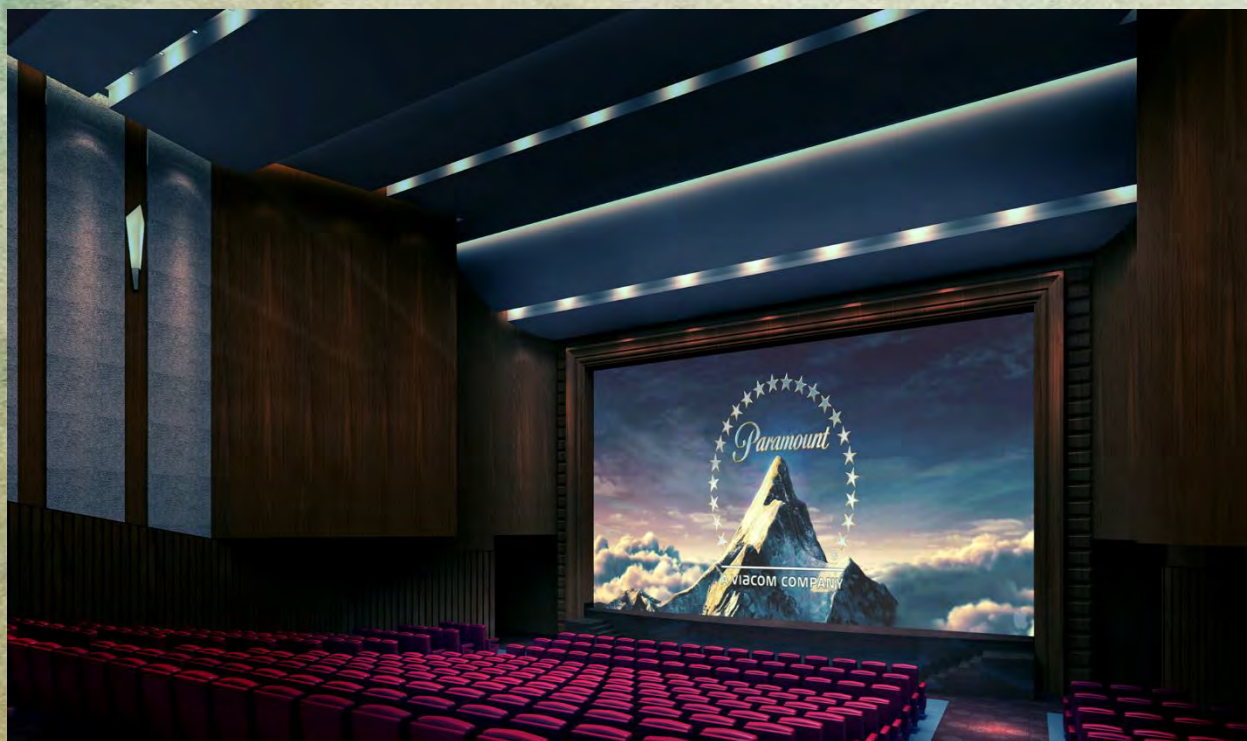
特别鸣谢单位
Special Acknowledgements



进化中的 新世界存在

影片片尾字幕滚动赞助企业
LOGO标识呈现。
图为《小时代3》片尾示例。

电影映前贴片示例



28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

合作意义：

通过影片细分市场受众群体，快速准确地网罗目标消费群，降低千人宣传成本。电影贴片广告效果超出传统电视广告数倍，收视率、到达率均接近100%，潜移默化的引导电影观众成为商业企业消费群体。

合作分类：电影贴片广告

公关活动示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



- √ 影片首映礼
- √ 影片新闻发布仪式

元素授权示例

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



- 官方素材原则、平面37原则、视频1/3原则
- 规避明星代言
- 以宣传影片为目的
- 宣传资源丰富能促进合作

院线包场权益

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016

院线权益仅供参考，限活动当天，具体执行按不同影院可配合的内容为准！

超前点映

影片公映前，提供部分场次超前观影，每场200人左右，现场体现品牌权益；

品牌包场

影片上映后，每场200人左右，现场体现品牌权益，单场映前贴片、品牌元素主形象露出、接待台等；

厅内权益

- 1、定制品牌专属座椅套
- 2、包场影厅观影前播放品牌广告

厅外权益

- 1、影城LED大屏播放品牌广告
- 2、摆放品牌的战甲及阵地物料（如易拉宝）提供场地进行品牌商品展示及活动
- 3、可提供影城部分灯箱展示位进行品牌露出（仅限包场活动当天）
- 4、在卫生间内外可展示品牌的元素（贴纸，指引牌，仅限包场活动当天）
- 5、可在影院大堂播放品牌商家的音乐
- 6、可为定制一款品牌专属电影票

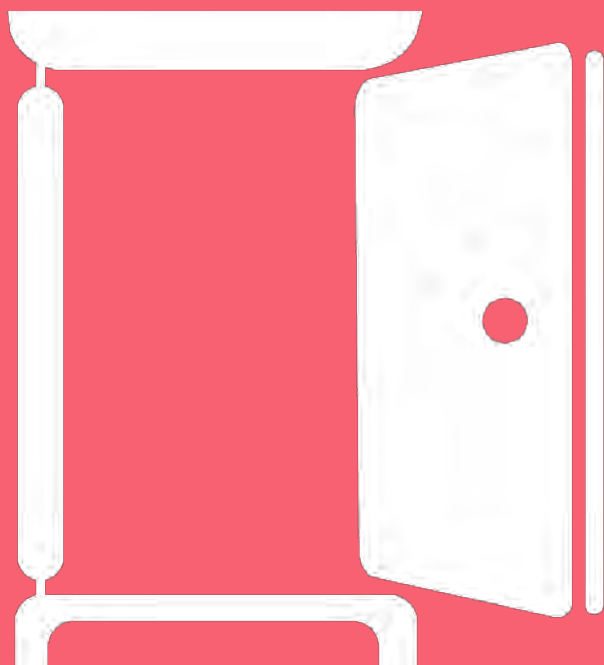
备注：超前点映会根据电影整体推广策略来规划，可能会砍掉这部分内容可替换为品牌包场，具体以实际执行为准！

THANK YOU

28岁
未成年

FOREVER YOUNG

2016



营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库

十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十 十

营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、营销案例、行业资讯！

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接
每年超100G资料分享，**每天持续更新.....**

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载

成为营销任意门

钻石会员

每年超100G资料

持续更新1000+方案

致力打造营销策划人便捷使用的网站



掌门人官方微信



网站

上汽×阿里·互联网汽车
品牌战略及上市整合营销方案

Answer

一汽-大众华中区2018春节返乡人群网络传播

正荣集团20周年年度传播方案

MIA电音节-SHANGHAI站招商方案

天猫超市
CHAOSHI.TMALL.COM

“年终盛惠”活动传播方案

媒·说 一你听见了吗？

2018体育内容大年下的赛事营销

慕思抱枕新品开发品牌策略方案

东风雪铁龙
抖音全年运营方案

萌的坚果

零食行业的品牌定位

VOLVO第三极暨K516上市传播互动战役



2018美的扫地机器人新品推广
整合营销推广方案

billboard®

· 登陆中国 - 电音派对巡演及音乐节活动方案

安踏跑步18PF全年推广方案

让我们用创意触摸年轻

康佳Kmini洗衣机2017-2018年度品牌传播策略方案
KONKA Kmini washing machine brand promotion strategy scheme in 2017-2018

KFC 6大经典国漫IP合作
暑假儿童餐推广计划

双汇2018数字营销

“好食成双 汇聚一堂”

100年润发电商策略提案

威汉营销传播集团

花瑶花 · 品牌定位思考

Powered by Genudite