


电影《咱们结婚吧》

商务合作方案



北京太合娱乐文化发展股份有限公司



目录

Part1 电影概述

Part2 宣传推广

Part3 商务合作

Part 1 电影概述



影片介绍

2015.02.14情人节上映

4对男女于结婚前发生的
4段不同的爱情故事
带你在2015年情人节、春节
感受最浪漫！温馨！爱情大片儿！





电视剧《咱们结婚吧》人群基础
优酷、搜狐视频等12家网站总播
放量达到40亿，央视收视冠军；
创13年网络及央视收视双记录

电影《结婚前夜》成熟结构
多国上映票房口碑皆好；韩
国票房冠军

2015年最具瞩目电影
《咱们结婚吧》

电影背景



中国两大行业顶尖机构!

联合打造!



最顶尖团队&最成熟运作&最强势资源



清爽气质女神：高圆圆

2013年最受关注的一线女明星



不仅作品受到关注
恋情也被持续热议。
两人**婚期已近**的消息更被高度关注！



大片男一号标配（拟定）：刘青云

华语电影长红一线小生



华语电影界当红**20**年一线小生
13次被提名电影最佳男主角
6次获得电影最佳男主角奖
出演作品兼**叫好又叫座**

台湾优格女孩：郭采洁

影视歌全面发展，电影界新宠儿



凭影视歌三栖发展
曾获最佳歌曲、最佳专辑、最佳新人及
最佳女配角奖；
3次提名最佳女主角
成为**亚洲人气小天后**，**正当红新星**

内地最具人气女星（拟定）：刘诗诗

红遍两岸三地的新四小花旦之一



凭借《步步惊心》《仙剑奇侠传》等
获最佳女演员、**最具商业价值女演员**、
最具人气等奖项
所担当女主角的**电影票房近3亿**
与**吴奇隆**恋情备受关注
与吴奇隆合作《步步惊心》正在热播



国内一线男女明星搭档 实力演绎! (部分拟定)

演员阵容



多明星
聚合



话题点
集合



粉丝群
集合

多明星的
庞大商业效应

高关注!
广宣传!



票房
保证



商业价值
最大化

主创阵容

导演 刘江

多次创年度最高收视的导演！
只出精品的导演！



主创阵容



制片人 包世宏

现任完美世界超导影视公司CEO

代表作：《疯狂的石头》

出手票房皆过亿！



编剧 王红卫

北京电影学院副教授 导演系副系主任

代表作：《疯狂的赛车》09年票房1亿
《无人区》13年票房2.2亿



Part 2 宣传推广



新时代“婚前爱情”大片儿

电影定位

它可能是你：

曾经甜到哀伤的爱情回忆

正在经历的幸福满溢

未来向往的爱情归宿



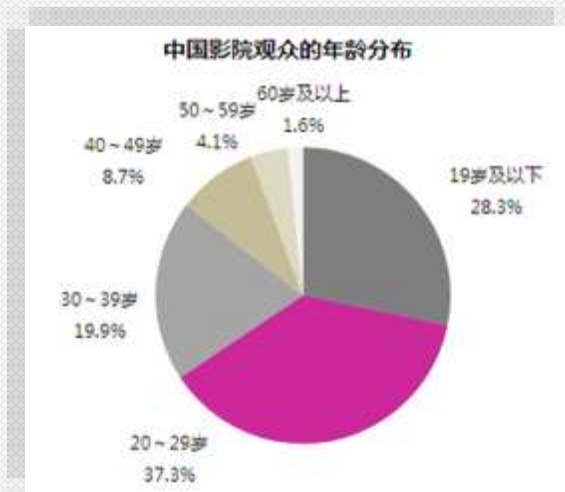
无论你是80后还是90后，你都会
在这里找到你“爱情的共鸣”

影片受众群体以80，90后为主

- 该题材作品观众群体主要由80、90后构成
 - 从网络视频观看人群结构数据看出，《咱们结婚吧》电视剧版及《结婚前夜》核心观众群为80，90后群体，且以女性群体为主。电影消费人群超过70%的群体亦为80、90后（与该类题材作品**受众高度重合**）



数据来源——中国网络视频指数



全明星阵容形成全媒体覆盖

多明星多互动

明星情感话题炒作

引发关于“婚前爱情”全民讨论

促使影片高强度曝光，从而渗透卖点，形成消费引导

发布会+多明星多地影迷见面会



开机发布会、预告片系列海报发布会、映前映后明星见面会等

情人节主题院线系列地面活动



示例：“看完就领证儿”活动；“接吻免票”活动等

百对新人浪漫求婚大型活动



示例：帮百对新人实现浪漫创意求婚，其中亮点感人视频病毒传播，全网针对求婚、爱情、结婚话题展开，最终大型集体婚礼举行。

全媒体整合策略





8 个月的超长宣传周期

4个爱情故事引发的全面话题讨论

1系列娱乐炒作事件

3场星光灿灿的电影发布会

多明星多地影迷见面会

整合电视、网络、平面、户外、新媒体。

强势传播！全面打通电影传播通路！

Part 3 商务合作



- 情节植入
- 场景曝光
- 产品曝光



剧中植入



我是从58同城上

新晋Y28回国下



这饺子是湾仔的吗

湾仔码头

- 客户探班
- 参加电影首映礼

互动



- 视频授权
- 主海报授权
- 剧照授权
- 剧情素材
- 软性报道素材

宣传主视觉授权



拍摄期：7月-9月

商务合作报价

权益类型		权益描述	500万	400万	300万
剧内植入	情节植入	全剧重要情节融入桥段	2次	1次	1次
		人物绑定	主角绑定	主角绑定	-
	产品曝光	品牌或产品曝露（海报、户外广告牌、灯箱等）	1次	1次	-
互动	客户探班	产品曝露（以前景、背景、特写、道具使用等各拍摄方式进行产品曝露）	2次	1次	1次
	首映礼电影观摩名额	在拍摄过程中，组织客户进行片场探班	2	1	1
宣传主视觉授权	视频授权（电影片花）	可组织品牌客户进行观影活动	30	20	10
	主海报（概念海报）授权	授权合作品牌使用电影相关元素进行联合推广宣传，允许品牌在各类媒体（电视、车展、报纸、杂志、网络、户外等等）进行联合推广宣传。具体呈现形式，需得到出品方的确认后，方可进行发布。			
	剧照授权（非演员个人形象）				
	剧情素材		企业可使用与植入品牌相关的剧情素材，用于品牌中国境内门店、微博、微信、中国官网等自媒体媒介播放。	Y	Y
软性报道素材	企业可使用与植入品牌相关的剧情素材，进行营销事件的软性报道，同时作为影片战略合作伙伴及赞助商发布相关信息。具体发布内容，需得到出品方的确认后，方可发布。	Y	Y	Y	
联合宣传	宣传品 客户鸣谢LOGO	电影片尾鸣谢字幕、官方电影海报、影院大型立牌、电影易拉宝、挂轴（涉及所有宣传物料）	Y	Y	Y
	网络微博	在电影宣传期间，剧组官方微博与客户官方微博进行互动。具体发布频次、内容、日期需要提前沟通和确认。	Y	Y	Y

期待与您的合作

Thanks!

