后疫情时期电影网络营销策略研究

一.成果完成人及所在单位： 张心怡，文化产业与旅游学院 指导教师：罗昌智

二.成果简介：

以后疫情时期电影网络营销策略为研究对象，将文献研究法、调查研究法、实证研究法等方法相结合。本项目将研究目标设定为疫情期间电影网络营销策略研究，旨在研究电影网络营销策略创新的机制与路径，对电影网络营销的具体策略做出一定程度实证研究，凸显实践性与实效性。通过对电影网络营销策略的研究，减少疫情对我国电影市场的不利影响，尽快带活电影市场；通过探索电影网络营销策略，深化电影产业乃至整个文化产业的发展，以电影为龙头，构建全文化产业链的闭环，推进我国文化产业高质量发展；创新电影网络营销策略，为电影市场营销提供新路径，促进电影在互联网时代深度发展。

三. 主要研究内容及创新点：

新冠肺炎疫情对电影行业都带来影响或冲击，全球影业或将进入“寒冬期”。一方面，影视公司无电影可拍或者开拍不了。另一方面，疫情导致影院在疫情期间多数甚至全部停业。在此情况下，很多电影转档至头条系平台进行线上首播发行。为此，本项目的主要研究内容为：

（一）后疫情时期电影营销的模式转变

1.电影发行的窗口更迭

2.电影营销的线上联动

（二）、当下电影网络营销的类型与特征

1.话题营销策略

（1）以“话题”带动营销

（2）《送你一朵小红花》的营销策略

2.场景化营销策略

（1）在“场景”中实现营销

（2）《你好，李焕英》的营销策略

3.跨界营销策略

（1）用“跨界”打通营销

（2）《唐人街探案 3》的营销策略

（三）电影网络营销的瓶颈与路径选择

1.电影网络营销的瓶颈

（1）影片空降，极限定档

（2）内容小众，触达有限

2.电影网络营销的路径选择

（1）精准定位，抓大放小

（2）用户共创，触达变现

（3）线上直播，票房引流

（4）带动情绪，社交裂变

本项目将研究目标设定为疫情期间电影网络营销策略研究，旨在研究电影网络营销策略创新的机制与路径，对电影网络营销的具体策略做出一定程度实证研究，凸显实践性与实效性。

四. 主要研究成果及应用情况

未发表论文，产出研究报告一份，建构电影市场网络营销的创意策略，为电影市场营销提供新思路。

联系人：张心怡， 电 话：15032507743 Email:1227313096@qq.com