

2.2 电影营销的发展历程

2.2.1 “1.0时代”：以传统媒体和线下活动进行单向宣传

在1.0时代的电影营销中，主要以单向宣传为核心，主要通过传统媒体和线下活动来推广电影。这一时期的电影营销侧重于将影片的信息传达给观众，通过电视广告、报纸、杂志、海报等传统媒体手段来进行宣传。同时，利用线下活动如发布会、路演、首映礼等也成为了吸引观众注意力的方式。在传统媒体中，电视广告起到了重要的作用。通过电视广告，电影制片方能够将影片的预告片片段呈现给广大观众，吸引他们的兴趣并促使观众前往电影院观看影片。报纸和杂志作为常见的媒介也能够为电影提供广告位，通过刊登电影海报和宣传资讯来引发观众的注意。1.0时代的电影营销存在着诸多不足之处。传统媒体的宣传范围有限，很难实现精准定位，观众只有在收看相关电视频道或者阅读相关媒体时，才能获得电影的宣传信息，很难实现广泛而全面的覆盖。

2.2.2 “2.0时代”：以微博平台为主要代表，开展新媒体营销

在新媒体时代的发展浪潮中，微博成为了电影营销的新宠。电影制片方和营销团队能够充分利用微博，发布电影预告片、精美剧照、演员宣传等丰富内容，与广大用户进行即时、深入的互动。通过微博的评论、转发、点赞等功能，用户能够积极参与电影营销，增强对电影的认同感和信任感。与此同时，电影制片方可以与微博上的知名影评人、媒体人等建立合作关系，借助他们的专业影响力和广泛人脉，为电影赢得更多曝光和口碑，进一步提升观众的观影意愿。此外，电影制片方还可以巧妙利用微博热搜榜等功能，将电影相关话题推向热门，激发更多用户的关注和讨论，为电影创造更多话题热度。这种基于社交网络的传播方式，不仅有效降低了电影营销的传播成本，还显著提高了营销效率。

2.2.3 “3.0时代”：角力短视频平台，开展短视频营销

电影短视频营销在提前预热方面发挥了重要作用，帮助电影抢占口碑。短视频平台具有快速传播和用户互动的特点，通过发布电影预告片、花絮等吸引眼球，激发观众的兴趣和期待。随着数字化3.0时代的到来，短视频的崛起为电影市场推广注入了新动力。2018年的第一个月，在短视频刚刚进入大众视野的同时，电影《前任3：再见前任》以黑马之姿狂砍近18亿票房。电影主题曲《说散就散》和插曲《体面》成为短视频平台上的走红BGM，许多电影散场后在影院或街头暴风哭泣的画面在抖音上风行，还有模仿片中女主吃芒果的情节也层出不穷，电影中的失恋情绪弥漫整个短视频平台的同时，《前任3》成为网络红片，而票房成绩低开高走的《前任3》更进一步成为市场爆款，市场认为《前任3》的成功短视频平台是关键。可以说，巧妙运用短视频平台，

发布创意宣传片、幕后纪实和明星互动，短视频的直观性和娱乐性为传统电影营销带来活力和趣味，为电影市场开辟新篇章。

3 电影的短视频营销策略

3.1 依靠短视频分发电影相关的精彩切片

在数字时代，创作引人注目的剪辑或切片是吸引观众目光的关键。短视频切片，通常指的是将长视频内容切割成更短的片段，以适应社交媒体和短视频平台的观看习惯和技术要求。将选定的片段制作成时长15秒到1分钟的短视频。短视频切片通过创意元素，如特殊效果、快速剪辑或有趣的背景音乐，快速传达电影的主题和情感，同时激发观众的好奇心和观影欲望。另外，每个视频都会配上引人注目的标题和描述，使用关键词优化，以便在社交媒体上被更多人搜索到。可以说基于智能算法的推荐规则，电影精彩的预告片和切片的重要性更加凸显。以电影《满江红》为例，该电影在短视频营销中设计以下几种短视频切片策略来吸引观众。如制作一段张艺谋在片场讲述电影创作理念的短视频，时长约30秒；抑或通过大师的口述，展示这部电影的艺术追求和对历史人物的深刻理解；以及挑选电影中几个关键场景，比如《满江红》诗词片段所展现的激昂情感和对国家的忠诚触发观众情绪。精彩的电影切片容易在社交网络中被广泛传播，有助于形成正面的口碑效应，为电影的上映造势。

3.2 设置议题引发全网热议

在数字时代，影片的成功不再仅依赖于传统的艺术质量和娱乐价值，短视频营销的内容上常常选取电影中的一个剧情转折点，一个有争议的话题，抑或是一个深具感染力的情节等，通过议题的设置引起观众的兴趣和讨论。以《热辣滚烫》为例，电影营销围绕贾玲“减肥100斤”的话题吸引了大量的讨论，成功吸引了观众的注意力，观众纷纷关心：贾玲真减肥100斤吗？减肥后的贾玲长什么样？此外，在电影中，贾玲与职业女拳击运动员张桂玲有一场激烈的拳击对决。而张桂玲作为曾经的拳王，其出拳的力量自然非同一般。然而，在宣传中，贾玲却声称自己为了让镜头更真实，让张桂玲真打、用力打，张桂林也发文对贾玲刮目相看，这样一种真实反差的人设给观众提供巨大的互动空间。通过这些策略，电影营销账号可以有效地利用短视频在电影营销中创造引人注目的话题，这不仅增加了电影的可见度，还有助于建立起围绕电影的社区和对话。通过精心策划和创作有吸引力的短视频内容，制片方可以迅速吸引观众的关注和参与，引领全网热议，实现影片的广泛传播和深入讨论，从而推动票房和观众的积极参与。

3.3 做客网红直播间推广新作

在数字媒体时代，网红的直播间已成为电影宣传的新高地，以其实时互动性和广泛的受众基础，为电影新作推广提供了独特而高效的途径。通过邀请电影制作团队做客网红

直播间，与网红及其粉丝群体进行即时交流，电影制作方不仅能显著提升影片的公众曝光度，还能有效增强影片的话题性和讨论热度。

以科幻电影《流浪地球2》为例，电影团队做客各种带货网红直播间，与观众分享电影的制作过程和创作理念，同时解答观众提问，引发了热烈的互动和讨论。这不仅提升了电影在公众中的知名度和拉近与观众的距离，也开创了网络直播间宣传电影的新玩法。直播结束后，制作方可以继续利用直播内容进行二次传播。将直播中的精彩片段剪辑成短视频，在各大短视频平台发布，扩大影片的传播范围。同时，与网红建立长期合作关系，共同推出与电影相关的衍生产品或活动，可以进一步巩固和提升宣传效果。通过精心策划和执行网红直播间的电影新作推广策略，电影制作方可以有效提升影片的公众曝光度和话题性，拉近了与观众的距离，为电影的成功上映开了一个好头。

4 电影营销的传播伦理思辨

4.1 是良心大作，还是诈骗式营销？

电影的短视频营销确实成就了很多高票房电影，但对于那些动辄10亿票房的电影作品，我们不禁反思，观众到底是因为电影水准高走进电影院，还是因为电影营销将观众“骗进”了电影院？不可否认，近些年中国电影的质量和艺术水平在不断提升，对于那些良心大作，观众心甘情愿为优质影片买单，但是如果电影营销噱头大于电影本身，观众往往会有一种上当受骗的失望。因为今天不少电影营销为了迅速吸引观众的注意力，他们往往会采用夸大宣传或编造虚假信息的手法进行宣传。不实或夸大其词的宣传信息虽然在短期内可能获得一定的关注度，但从长远来看，这必将损害制作单位的声誉，降低观众对电影质量的信任度，换言之，短视频营销不应该是电影以低质杠杆撬动巨大商业收益的捷径，而更应该是优质作品的筛选器。在当下这个信息爆炸的时代，电影营销者更应审慎地运用各种传播手段，避免给观众造成审美疲劳或反感。他们应当寻求创新与真实并存的营销策略，以此赢得观众的信任和喜爱，同时也为电影行业的健康发展贡献力量。

4.2 是深耕内容，还是押宝营销？

在新媒体浪潮席卷电影营销领域的当下，一个常被提及的迷思浮出水面：电影营销是应更侧重于内容的深耕，还是依赖炒作和营销策略来押宝成功？这一议题触及了电影作为文化艺术的本质，同时也反映了商业化运作下的复杂考量。电影作为一种独特的文化艺术形式，其核心价值在于内容的创作与表达。优秀的电影通过精湛的制作、引人入胜的故事情节和深刻的人物塑造，触动观众的心灵，引发共鸣。因此，从艺术的角度出发，深耕内容无疑是电影制作的首要任务。这意味着制作团队需要投入更多的资源和精力在影片的构思、拍摄、后期制作等各个环节，力求打造出高质量、有深度的作品。可以说，电影的质量水准是撬动商业价值的基础，也许有不少电影凭借噱头“幸运”地取得不错的成绩，但是当观众发现观影体验与营销有着较大的落差时，透支的是观众对电影行业的信任，伤害的是中国电影市场的发展。不可否认，一个成功的营销策略可以有效地提升电影的知名度、吸引观众的关注，让优秀的作品取得应有的市场价值，回馈兢兢业业的创作者们，但过度依赖营销策略而忽视内容质量，往往会导致电影口碑的下滑和观众信任的丧失。深耕内容与营销策略的平衡是电影各参与方的权衡与选择。应该说，好的电影作品更需要好的营销，好电影是从0到1，好的营销是让电影从1~100，甚至更多。在两者之间，深耕内容远应该优先于短视频营销，只有在保持电影质量的基础上，再搭上短视频营销的快车，中国电影市场才有可能蓬勃发展。

参考文献

- [1] 周杨.短视频与国产电影的营销策略探究[J].电影文学,2023(21):130-133.
- [2] 陈宇航.4C视域下电影营销在短视频平台的传播策略——以抖音“电影回廊亭”为例[J].新闻文化建设,2023(15):161-163.
- [3] Shuyuan Y. Analysis of top box office film poster marketing scheme based on data mining and deep learning in the context of film marketing. [J]. PloS one, 2023, 18(1): e0280848-e0280+848.
- [4] 南茜.新时代电影营销中短视频平台的应用与创新路径[J].西部广播电视,2022,43(22):151-153.

The Development of Oil Painting Material Science Expands the Expressive Force of Oil Painting Art

Xin Liu

Weifang Institute of Technology, Weifang, Shandong, 261100, China

Abstract

This paper discusses the expansion of the development of oil painting material science to the expression of oil painting art. In recent years, the progress of oil painting material science has provided more possibilities for oil painting art creation. It is found that through the scientific improvement of oil painting pigments, the color brightness, stability and environmental protection of oil painting materials have been significantly improved. At the same time, the research has found that the application of new oil painting materials and technologies, such as nano-pigments, 3D printing, etc., has brought a stronger visual impact to the audience, thus expanding the artistic expression of oil painting. Through the above research, the importance of oil painting material science in the development of oil painting art is also proved. Its development and application not only promote the progress of oil painting technology, but also enrich the expressive force of oil painting art to a greater extent. This provides a new thinking and experimental platform for the artistic creation of oil painting, and also reveals the profound connotation of the close connection between art and science and is beneficial to artistic innovation.

Keywords

oil painting material science; artistic expression of oil painting; scientific improvement; art and science; art innovation

油画材料科学的发展对油画艺术表现力的拓展

刘鑫

潍坊理工学院, 中国·山东 潍坊 261100

摘要

论文探讨了油画材料科学的发展对油画艺术表现力的拓展。近年来, 油画材料科学的进步为油画艺术创作提供了更多可能性。发现, 通过对油画颜料的科学改良, 油画材料的色彩鲜艳度、稳定性和环保性等都得到了显著提高。同时, 研究发现, 新型的油画材料和技术的应用, 如纳米颜料、3D打印等, 为观者带来了更强的视觉冲击力, 从而扩大了油画的艺术表现力。通过上述研究, 也证明油画材料科学在油画艺术发展中的重要性, 其发展和应用不仅推动了油画技术的进步, 也在更大程度上丰富了油画艺术的表现力。这为油画艺术创作提供了新的思考和实验平台, 同时也揭示了艺术与科学紧密联系并有益于艺术创新的深刻内涵。

关键词

油画材料科学; 油画艺术表现力; 科学改良; 艺术与科学; 艺术创新

1 引言

油画, 作为一种源远流长的视觉艺术形式, 其艺术表现力令无数热爱艺术的人们痴迷。然而, 油画的艺术表现力并非只由画家的创作技巧决定, 油画材料的科学性也在其中起到重要作用。近年来, 科学技术的迅速发展大大推动了油画材料科学的进步, 为油画艺术创作打开了更广阔的可能性。例如, 颜料的科学改良不仅使得油画的色彩更为鲜艳, 其稳定性和环保性也得到了显著提高, 带给观者更强的视觉冲击力。此外, 在科技的推动下, 油画材料的创新和应用,

如纳米颜料、3D打印等新兴技术的运用, 为油画艺术创作开辟了新的领域。这些技术不仅推动了油画技术的进步, 也在更大程度上丰富了油画艺术的表现力。因此, 深入探讨油画材料科学的发展对油画艺术表现力的影响, 对于推动油画技术与艺术的进步, 具有极其重要的理论意义和实践价值。

2 油画材料科学的发展历程

2.1 古代油画材料的使用与特性

古代油画材料的使用历史悠久, 并在漫长的时间中发展出了一套独特的技法和材料^[1]。早期的油画家主要使用天然来源的矿物、植物和动物制品来制作颜料和颜料剂。最常用的矿物颜料包括朱砂、蓝铜矿和赤铁矿等, 这些矿物通过研磨和混合不同的油脂制成颜料^[2]。植物颜料则常见于用染

【作者简介】刘鑫(1988-), 男, 中国山东淄博人, 硕士, 助教, 从事美术研究。