《战狼2》新媒体顾问团

多部电影成功发行的背后，都有这位南阳80后小伙

王子健：《战狼2》的票房助推器

□本报记者 田园 吴秋水 文/图

相信很多人看过电影《战狼2》，为电影中的爱国情怀所感动。这部电影创下了56.77亿元的票房纪录，累计观影人次达1.4亿，跻身全球影史“单一市场观影人次”榜首，成为进入全球票房TOP100的首部亚洲电影，开创了中国电影的新纪元。你知道吗？这部电影的新媒体营销策划者是南阳小伙王子健。

◆怀揣梦想 只身闯北京跨入影视圈

在这个烟雨仲秋、桂香满城的时节，记者在白河边的淯吟书房采访了从北京回家探望父母的王子健。1983年出生的王子健原名王希春，从小生活在宛城区红泥湾镇潘庄村。小时候，王子健酷爱画画，曾在我市二职专学习美术，随后考上了郑州中原工学院学习影视动画。大学期间，王子健以优异的成绩获得了新生入学奖学金、国家励志奖学金、河南省优秀毕业生奖学金等。毕业后，他改名王子健独闯北京，加入了北漂一族。

通过几年打拼，2010年5月，王子健成立了天迈文化传媒（北京）有限公司，从此跨入影视传媒行业。央视导演王刚强、著名演员濮存昕、李玉刚、著名相声演员于谦等，都是王子健公司的合作伙伴。2016年，王子健受邀担任王宝强《大闹天竺》电影的宣传总监。同年8月，王子健创立了北京神域世界影业。

◆热血加盟 助力《战狼2》掀起票房狂飙

2017年3月，受登峰国际文化传媒邀请，王子健的团队加入了《战狼2》项目组。“第一次见面，吴京导演就安排我们团队看了3小时的全片。看完全片，大家热血沸腾，不仅为影片的质量所折服，也为导演的敬业所感动。”黎明时分，导演握住王子健的手说：“为了中国电影，欢迎加入战狼分队。”谈起这些，王子健依旧很兴奋。

“京哥是少有的银幕内外形象统一的明星，他深信自己要传达的东西，而且很爱这个行业，他讲到电影的时候眼睛会发光。”这是王子健对吴京的最大感受。吴京与谢楠夫妻二人多次到北京神域世界影业与王子健探讨方案，正式开创与“新媒体顾问团”的合作模式。北京神域世界影业作为电影《战狼2》的独家新媒体顾问团，利用全新的“新媒体顾问团”模式深度参与《战狼2》宣传发行的各个环节，为电影的“票房狂飙”推波助澜。

◆策划精准《战狼2》不断刷新票房纪录

《战狼2》精准继承了《战狼1》中宏大的家国情怀，延用了《战狼1》中“犯我中华者，虽远必诛”的口号。王子健的团队提出了“新媒体宣传的基调应通过剧情渲染国人爱国情结，激发鼓舞每个人的大国梦”。经过多次讨论，团队提炼出了“我们不是生活在和平的年代，只是生活在和平的国家”这句发人深省的话，进一步将影片的核心与中国的伟大复兴紧密联系起来。

“因为拍摄团队包含十几个国家的成员、演员，故事大都在海外。《战狼2》又是首次国产影片中美两地同时首映，我们借助这个点提出让中美两地演员在首映发布会上实时连线，营造海内外共同庆祝的盛况。”王子健回忆说：“发布会当天，中美连线冲上微博的热搜榜，对首映4小时破亿起到有效的催化作用。”

在30天的路演中，记录下导演“接地气”的一面，通过温情的角度传播，让受众真切感受到导演的生活，激发同感，成为“精神股东”。这种“日常记录”的营销方式，甚至不逊于电影情节的感染，成为了《战狼2》宣传的又一推动力。

《战狼2》宣传的硬汉、大国梦、重工业等标签从预告片、海报、音乐、话题到线上营销、线下活动，层出不穷。截至记者采访当日，《战狼2》总票房已达56.77亿元，不断刷新着中国电影票房历史纪录。

◆乡愁萦怀 愿为南阳发展尽心尽力

王子健及其团队为推动中国唯一一部票房进入世界票房前一百名的国产电影做出了努力。他告诉记者：“这样的成绩对我们来说仅仅是一个开始，人最大的价值和成就是把自己工作、生活打理好，以此来影响自己身边的人，帮助、带动身边的人实现自己的价值。”

采访结束时，王子健望着白河湿地公园深情地说：“无论我在哪个地方，只要回到南阳，站在这片从小生活过的土地上，就觉得很亲切、很踏实。这里有我儿时趟过的麦地，年少轻狂时和同学蹲过一夜的解放广场，还有和小伙伴们摇浆畅游的白河、并肩淋雨的人民路。我希望以后能通过自己的努力，将南阳历史文化推广出去，为家乡的发展和腾飞尽一份绵薄之力。”王子健坦言，一下步，他将带着资金和项目回到家乡，打造南阳品牌文化产业和历史文化产业。

吴京与王子健合照

故地重游

接受采访

出彩南阳人
高手在民间 请你来推荐 电话：13693880802 18623772233