

### 看《星星》遭时尚

# 跟“全销女” 学穿大牌



红遍亚洲的电视剧《来自星星的你》(以下简称《星星》)即将迎来万众期待的大结局。该剧播出的两个多月里,这个红得发紫的吸金平台愈加成熟。闪光的不仅是都教授的超能力和千女王的百变造型,还有那些大大小小形形色色植入与反植入的衍生品。不知不觉,炸鸡与啤酒火了,《爱德华的奇妙之旅》火了,千颂伊女王全身的百变行头,也火了。

现代快报记者 涂慧文

#### 全销女的消费蝴蝶效应

《星星》播出以来,在全亚洲引起了旋风般的轰动。超能力外星帅哥与百变造型演艺女王的故事,在这个冬季迷倒了无数人。据韩国《中央日报》消息,上周播出的第18集收视率为27.4%,再一次刷新了播出以来的最高收视纪录;在中国,网络播放点击率也超过了10亿次。

在这个万众瞩目的平台之上,任何一个产品的亮相都能引起一阵风潮。Chloe、Jimmy Choo、Givenchy、Celine、Balmain、UGG悉数登场,让全智贤饰演的女主角千颂伊在戏中耍足了女王的派头。

戏外,通过《星星》一剧,全智贤成功晋升为“全销女”。所谓“全销女”,是指有能力使得在表演中出现的赞助商品全部销售一空,非常有人气的女艺人。她们平时就显示了非凡的时尚感觉,在演出中更是将适合自己的风格充分发挥出来,吸引了更多

的人气。

从服饰到化妆品,从头到脚,只要是全智贤在《星星》中穿戴过的东西,询问度都非常高。“是什么品牌的商品”“我也想穿”等类似的话语层出不穷,随之带来的销售状况也是非常乐观。这股“全销女”带来的蝴蝶效应,完美诠释了“来自星星的”消费冲动。

#### 植入与反植入 解不开的大牌韩剧缘

尽管众多一线大牌在《星星》中有着较高的曝光率,但有趣的是,从片尾的赞助商名录中,我们并不能找到它们的名字。很显然,这些大牌在剧中的出现并不是刻意为之的植入式广告。

韩剧中看似非常自然的植入式广告在韩国本土已经遭到了一些诟病。“越来越多”、“越来越露骨”,成为观众反感植入式广告的主要原因。

相比之下,一线大牌的“反植入”做得

更为成功。没有露骨的品牌露出,也没有刻意的夸张表演,当Chloe、Jimmy Choo、Givenchy、Celine等等大牌穿在千女王身上,一切都是那么自然地展示出来。千女王怡然自得地扮美,不仅没有审美疲劳,还引起荧屏外的观众们一片想要模仿的冲动。

即便是没有得到这些一线大牌的赞助,很多韩剧往往也会不惜重金主动购置,据早前报道,李敏镐在《继承者们》中的行头甚至是其本人自费购买。《星星》借助大牌的行头,显示出制作精良的诚意,而大牌登上《星星》,则是名利双收之举——这就是大牌与韩剧之间妙不可言、欲罢不能的缘分。

#### 千女王百变造型秀大牌

白色外套、黑色内搭、半身纱裙,千颂伊在《星星》第一集首次亮相的全套穿搭完全照搬大牌T台搭配,可谓诚意满满,出场就宣示了这部剧集其实是千女王的时装展示秀。一线品牌度假穿成家居服,编织袋大衣穿出女王霸气风格,千女王不遗余力地向大家展示着“来自星星的”品位。