

春节档票房超 58 亿创记录！连中《流浪地球》等爆款，阿里影业再造“战狼式奇迹”！

2月10日，2019年电影春节档落下了帷幕。根据阿里影业旗下一站式宣发平台灯塔提供的数据，本次春节档累计产出综合票房超58亿元，同比上升不到1%；场次289万场，同比增长23%。截至10日晚9时许，春节档票房冠军《流浪地球》获得了20亿元的成绩，同比2018年春节档冠军《唐人街探案2》的19.1亿元增长了5%。



在这个被称为“竞争最激烈春节档”中，《流浪地球》凭借高口碑冲出重围，一路逆袭成为票房冠军。这部由阿里影业联合出品、淘票票联合发行的科幻电影，在大年初三首夺票房日冠，随后累计票房逐个超越此前预测中的前三甲《新喜剧之王》、《飞驰人生》和《疯狂的外星人》最终夺得春节档票房冠军。

在用户口碑方面，拔得头筹的同样是《流浪地球》。这部影片是春节档唯一在淘票票评分过9、豆瓣评分过8的高口碑电影，获得了原著作者刘慈欣、好莱坞导演卡梅隆，和包括《纽约时报》在内媒体的一致赞誉，被评价为“开启了国产科幻元年”。

三部“种子选手”预售破亿，《流浪地球》突围逆袭夺冠

2019 春节档，因为云集了宁浩“疯狂系列”的第三部《疯狂外星人》、韩寒和沈腾联手打造的《飞驰人生》以及周星驰的情怀之作《新喜剧之王》等佳作，而被称作最受影迷期待、也是竞争最激烈的一次春节档。



从灯塔专业版的数据来看，整个春节档购票的线上化率达到了历史新高的 91%；大年初一（2月5日）这一天的预售票房总和达到了7亿元，这天的最终票房被推到了历史新高的14.4亿元；早在2月3日，档期内就同时出现了三部预售过亿的电影，即《疯狂的外星人》、《飞驰人生》和《新喜剧之王》。

然而在这三个“种子选手”的合围之下，《流浪地球》后来居上夺得票房冠军，堪称此次春节档的一条故事主线。随着春节档的进程，《流浪地球》从预售第4的位置，在两天时间内反超成为头名，随后一直保持领跑并最终夺冠，排片占比也从首日的11.5%一路提升至34.9%，堪称档期里逆袭跨度最大的一部电影。



(图说：灯塔专业版报告中的每日票房排名走势)

对于另外几部影片，观影人群则呈现出了不同程度偏好。例如，男性用户占比最高的影片是《新喜剧之王》，比例为52%，而《小猪佩奇过大年》则备受女性喜爱，占比达到了65%；在年龄分布上，“00后”更喜欢《新喜剧之王》，占比为8%，而“70后”们则更偏好《神探蒲松龄》，观影占比达到了19%。

阿里巴巴生态矩阵推动“地球”，超高流量支持国产科幻大片

此次春节档的 8 部影片中，包括《流浪地球》、《飞驰人生》、《新喜剧之王》、《小猪佩奇过大年》和《廉政风云》等 5 部影片的背后都有阿里影业的支持。其中，国产硬科幻电影《流浪地球》在淘票票上获得了 9.2 的高分，在豆瓣上也是首日开分即站稳在 8 分以上，在春节档各影片中遥遥领先。这部爆款影片再次验证了“口碑驱动票房”的规律，在竞争激烈的春节档呈现出优质内容的绝对影响力。

联合出品《流浪地球》，这也是阿里影业自 2018 年以来连续第四次押中档期内的爆款影片，获得票房+口碑的双丰收。从 2018 年春节档票房冠亚军《红海行动》、《唐人街探案 2》，暑期档冠亚军《我不是药神》、《西虹市首富》，到国庆档逆袭夺冠的《无双》，背后都站着阿里影业这个爆款推动者。



FrantGwo郭帆 🏆 🌟

刚刚 来自Gwo's iPhone XS Max

感谢阿里影业和淘票票，携手同行！ @电影流浪地球 #电影流浪地球# #最强贺岁档#

@阿里影业:#流浪地球票房破10亿#由@阿里影业 联合出品，@淘票票 联合发行的电影《流浪地球》口碑炸裂，淘票票评分9.2，被业界称为中国硬科幻电影开山之作，截止2月8日13:50:58票房破10亿，感谢所有观众的支持！同时为所有主创点赞，感谢你们为中国电影贡献了这么好的作品！



(图说：《流浪地球》导演郭帆转发阿里影业微博)

作为国内首屈一指的影视互联网公司，以“创造快乐、成就梦想”为使命的阿里影业，很早就认同导演郭帆通过《流浪地球》在电影新类型的宝贵探索，认同影片传递的正能量价值观，因此毫不犹豫参与了《流浪地球》的投资。在合作过程中，阿里影业充分发挥自身“数据+

生态”优势，从制作、宣传和发行方面给予“海陆空”全方位的支持，优酷电影甚至提前购买了电影的网络版权。

在《我不是药神》、《西虹市首富》和《无双》等影片中，阿里影业多次联动支付宝、优酷、大麦网、UC 等阿里生态资源，通过放大口碑、精准化人群触达，助推影片成为档期内的爆款。此次在 2019 春节档，阿里影业再次将阿里巴巴商业操作系统的优势发挥到极致，为《流浪地球》赋能。



(图说：阿里生态全矩阵助力春节档爆款《流浪地球》)

春节期间，淘票票的入口已经进入了手机淘宝这个超级 APP 的首页球区，并且以《流浪地球》的主题图标展示，最大程度上形成了为该影片触达用户的流量入口；同时联动天猫国际，为电影量身定制专题页面；再加上另一个国民级应用支付宝也在首页以不同方式推荐该片，《流浪地球》能够借助覆盖超过 6 亿用户的阿里巴巴中国零售平台，对观影人群进行最大范围、最深层次的触达。

此外，阿里影业旗下的衍生品授权开发平台阿里鱼，还联合品牌方推出了《流浪地球》同款“太空流浪鞋”，通过产品在新媒体平台的互动，拉进用户与科幻电影及衍生品的距离，也为影片带来了更多流量。据悉，“太空流浪鞋”与电影同步上线预售，未来阿里鱼还将开发《流浪地球》IP 联名系列产品。

|| 燃爆 ONEMIX® ||

揭秘新宇宙神器
流浪太空鞋 | 全网首发预售
ALL NETWORKS START PRE-SALE

V

你是英雄就来拯救地球

ONEMIX®
A COOPERATION TO IN THE WANDERING EARTH 流浪地球
2019 大年初一

“流浪冒险之旅”
个性化定制 太空鞋 20款IP合作款

你的选择代表你的英雄属性
不同技能 无所不能

玩觅 × 流浪地球
联名款
冰火英雄



玩觅 × 流浪地球
联名款
铁甲战士



这样打破圈层的用户触达，能够将原本非科幻题材的人群带进电影院观看《流浪地球》，并且让“家国情怀”、“国产科幻特效”这样的主题尽可能触达人群，最大程度为影片创造增量观众。这样的打法，已经在此前由阿里影业出品、淘票票发行的影片中创造了多个成功案例。

再获“战狼式”大胜，阿里影业向行业头部发起冲击

在春节档期间，有独立分析认为：《流浪地球》的诞生，是新行业格局下影视企业摸索的新出路，其票房大获成功，将照亮在黑暗里前行的影视企业，加速国内硬科幻电影的发展；而在其背后，阿里影业正在通过对优质内容的深入布局，以及进一步夯实行业新基础设施、释放阿里巴巴的商业系统能力，持续为影视行业赋能，并向行业的头部位置发起冲击。

在这个农历新年，阿里影业囊括了档期内 8 部影片中的 5 部，堪称春节档的最大赢家。由阿里影业出品的《飞驰人生》票房突破了 10 亿元，《小猪佩奇过大年》也收获了破亿的成绩。近年来，阿里影业对于上游内容领域的深入布局 and 不断积累，也是此次助推《流浪地球》、《小猪佩奇过大年》等影片影响力不断攀升的原因之一。



由阿里影业和 eOne 合制的《小猪佩奇过大年》，在春节档成为了另一部具有强大影响力和号召力的影片。这部合家欢题材的影片，让千万家庭团聚在影院银幕前共度春节；另一方面，数亿出圈刷屏曝光，各大媒体的广泛关注，包括此前《啥是佩奇》宣传片，都让小猪佩奇在新年伊始就抢尽风头。电影上映后很多家长还欣喜留言，“这是孩子走进电影院看的第一部

电影，很有意义”，粉红猪宝宝在猪年征服了千万小粉丝的心，为中国家庭带来了浓浓的亲情。

根据灯塔专业版的数据，2019 春节档中“拉升新用户占比”这个维度排名中，《小猪佩奇过大年》以 22% 的排名高居第二，为影院带来了增量观影人群。

秉持“有影响力、正能量”的理念，阿里影业正在坚持与多家优秀的制片公司建立战略合作关系，深化优质内容战略，和在影视上游内容制作上的布局。此次《流浪地球》由阿里影业和北京文化联手打造，这是双方自《战狼 2》、《我不是药神》以来再度合作的优质作品；此外，阿里影业与亭东影业联手推出的《飞驰人生》，正在成为春节档的另一爆款。



1月15日、23日，阿里影业相继宣布与亭东影业、华谊兄弟达成战略合作，将与两家影视公司就电影合作投资制作等层面展开长期合作，持续推进“锦橙合制计划”。阿里影业此前

与亭东影业曾联手推出《乘风破浪》；与华谊兄弟，曾就《芳华》展开过深度合作，同时阿里影业将在未来五年拥有华谊兄弟 10 部主投上映电影的优先权。

2018 年 11 月，阿里影业发布了“锦橙合制计划”，宣布将在未来五年以主投、主控或主宣发的身份，和一流制作团队合作推出多部合制优质电影。该计划的首部作品《小猪佩奇过大年》已于春节档中收获了成功；第二部作品，由阿里影业和华策、自由酷鲸合制出品的《刺杀小说家》已于去年 11 月开机，预计将在 2020 年上映。该影片也因其新颖的题材、强大的卡司阵容而备受关注。

在电影市场回归理性、影片内容和口碑成为行业发展核心驱动力的背景下，阿里影业的“优质内容+新基础设施”战略正在逐步开花结果。业内人士分析，坚持以开放生态赋能影视行业，同时在优质内容领域做深入布局，这必将使阿里影业在 2019 年获得更大的成功。