

国庆收官“三料冠军”花落《无双》，阿里影业再获黄金档期“爆款王”

截止10月7日，大盘数据显示：《无双》累计票房近7亿元，这也宣告该影片正式夺得今年国庆档票房冠军。这部由阿里影业出品、淘票票联合发行的影片，实现了国庆档票房、口碑以及上座率的“三料冠军”，在国庆假日期间引发了全国观影热潮。



5  
亿

无双  
PROJECT GUTENBERG

2018.10.06  
用户评分 8.8  
观影人次 1642.2万

21:02:17  
5亿+俱乐部

阿里巴巴影业集团出品 淘票票联合发行

票房头条 | 数据源于淘票票专业版



图为淘票票专业版 10月7日 23:59 票房数据

这已经不是今年阿里影业第一次在重要档期市场大获全胜了。同样的押中档期内的爆款影片、获得票房+口碑双丰收，阿里影业在进入 2018 年以来已完美复刻了三次：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》；以及国庆档冠军《无双》——业内评价，阿里影业已成为“爆款收割机”，其秉持优质内容战略正启航稳进。

**阿里影业出品+淘票票发行，档期爆款标配**

自9月30日上映起，《无双》就口碑爆棚，淘票票、豆瓣分别评分8.8、8.1。根据淘票票专业版的数据显示，《无双》的上座率始终远超同档期影片，且排片率在逐日提升——7日，《无双》的排片率已达到26%，超过第二名8个百分点。

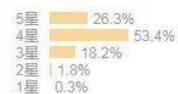
## 无双 無雙 (2018)



导演: 庄文强  
编剧: 庄文强  
主演: 周润发 / 郭富城 / 张静初 / 冯文娟 / 廖启智 / 更多...  
类型: 动作 / 犯罪  
制片国家/地区: 中国大陆 / 香港  
语言: 汉语普通话 / 粤语  
上映日期: 2018-09-30(中国大陆) / 2018-10-04(香港)  
片长: 130分钟  
又名: Project Gutenberg / Mo seung  
IMDb链接: tt7183578

豆瓣评分

8.1  70891人评价



好于 88% 犯罪片

好于 93% 动作片

同样的口碑炸裂、引领着排片率不断攀升的现象，观众还可以在《红海行动》、《我不是药神》、《西虹市首富》等多部影片中找到。在它们背后，是一组不能被忽视的强大助推力——出品方阿里影业以及发行方淘票票。

在针对《无双》的宣发中，阿里影业再次发挥生态优势，联动支付宝、花呗、优酷、大麦网、口碑、UC等阿里生态资源，通过精准化人群运作，力保影片上座率稳居国庆档第一。具体来说，通过对淘票票用户购票历史行为、类型片喜好，对优酷看过《无双》预告片以及港剧喜爱者打标签，都精准推荐了《无双》售票和相关信息。

作为联合发行方，阿里影业旗下的用户观影决策平台淘票票，则通过上座率优势拉高了影片的排片空间，让《无双》排片率升至最高26%，成为国庆档唯一排片率持续增长的头部影片；同时，淘票票平台上的想看数和优质影评也为用户提供了准确的观影决策依据，吸引更多

多人走进影院，从而助力影片票房一跃而上。据数据显示，《无双》在一二线票仓的票房占比达 59%，而四线及以下城市的票房占比也达 20.7%。

此外，《无双》和其他爆款影片的背后，还有阿里影业旗下的一站式宣发平台“灯塔”的身影。国庆前夕，“灯塔”推出了 2.0 版本，从产品、数据、服务等方面进行全面升级，为行业提供更具效率和效果的电影宣发。

在随后而来的国庆档，这个升级后的互联网宣发利器很快得到了应用。《无双》上映前，“灯塔”为其安排了试映会，从人群定位、物料策略建议、口碑和渠道等几方面给片方提出建议，各项数据给电影宣发提供了专业的参考依据，直接决定了电影与物料的正向连通。



今年 4 月才上线的“灯塔”，目前已经服务超过 30 部影片，开通 115 个企业账号、举办 13 场试映会、覆盖 4600 万点映用户、为客户累计节省了 18%的宣发费用。依托阿里大生态

体系的用户群，灯塔通过大数据精准掌握观众兴趣和需求，更科学有效地制定宣发策略，并针对用户反馈进行快速反应。

《无双》在宣发上也通过多种策略争取年轻观众的注意力，在中秋档就率先开启了高校路演。年轻化策略最终起到了效果，淘票票专业版数据显示，《无双》想看人数的人群画像中，20-24岁人群比重最高，占到28%，29岁以下想看观众更是超过66%。此外，增量票房也是一大亮点。数据显示，《无双》在40-49岁的受众群体中占比高达18.1%，这也成为细化人群票房拉升的基础。

依托多渠道流量入口及用户画像等全方位的数据分析，在线票务平台正在电影市场中发挥越来越重要的作用。近年来，随着在电影内容布局上的独具慧眼，阿里影业通过旗下的淘票票、“灯塔”，正在为诸多电影“保驾护航”，将优质内容提升打造成为爆款。

### **“优质内容+新基础设施”，双轮驱动爆款收割机**

从春节档冠亚军《红海行动》、《唐人街探案2》，到暑期档冠亚军《我不是药神》、《西虹市首富》，阿里影业出品加上淘票票发行，已逐渐成为业内公认的“爆款标配”。连续收割各档期的票房冠亚军，阿里影业的独到眼光和打法，是随着核心战略的确立而逐渐“修炼”而成的。

去年，阿里影业调整了核心业务，形成了涵盖内容生产制作、互联网宣传发行业务、IP 授权及综合运营、院线票务管理及数据服务的全产业链生态。这也是互联网+影视产业的发展行至十字路口，头部企业带领行业所做出的探索。

到了今年上影节期间，阿里影业董事长兼 CEO 樊路远明确提出了“新基础设施+优质内容”的双轮驱动战略，明确了这家互联网影视公司对于构建用户触达、内容产业和商业化的产业布局思路。至此，阿里影业的“爆款收割”路径变得空前明晰起来。



“对优质内容的投入无上限”、“‘迷信’内容，相信宣发”。2018 年以来，阿里影业始终坚持双轮驱动战略，一面通过独到眼光与档期内最优质内容的片方合作，一面通过互联网宣发来放大好内容的声量，为优质内容的“1”后面加上一串“0”。

《无双》影片本身凭借悬疑剧情和大卡司的发挥树立了良好口碑，而同时作为联合发行方的淘票票，在影片口碑的持续发酵上发挥了巨大作用。除了自身购票平台大 V86%的推荐度和 17 万人次的想看人数形成“硬性引导”外，淘票票还利用自身的流量优势，充分扩散口碑。包括上述各档期头部影片在内，这些爆款诞生的背后，都是口碑在先，流量在后。淘票票作为互联网宣发平台，更多是以“口碑助推器”和“流量连接器”的形象出现。至此，优质内容被全面提升为爆款。

中国电影产业在飞速发展，互联网+影视的行业变革也在实时推进。就在这个国庆档期间，中国电影 2018 年度票房仅用 277 天就突破了 500 亿，提前去年 47 天达到了这一成绩。这其中，既有行业自身日趋成熟的必然，也有阿里影业这样的入局者为影视带来的变革驱动。当影视+互联网已经成为新常态，掌握优质头部内容+新基础设施的公司，终将引领时代，为电影市场的格局带来剧变。