

## **《小猪佩奇过大年》电影北美 5 日上映，阿里影业国际化战略“进阶”**

由阿里影业出品的动画电影《小猪佩奇过大年》，将于 2019 年农历猪年大年初一在中国大陆和港澳地区上映。据悉，美国观众在同一天也能看到这部在中国春节档上映、老少咸宜的优质动画电影。

美国时间 1 月 31 日，阿里影业在美国加州帕萨迪纳举行发布会，阿里影业总裁张蔚与 STXfilms 主席亚当·福格尔森宣布，《小猪佩奇过大年》将于 2 月 5 日在美国 32 个城市同步上映，由 STXfilms 担任美国发行方。在电影中扮演外婆的归亚蕾出席了发布会。

最新数据显示，该片在内地首日预售已突破 1700 万，领先同档期同类型动画电影。



## 让中国春节文化与世界分享

阿里影业总裁张蔚表示：“阿里影业是一家弘扬大情怀、正能量的公司，我们希望让中国优秀的传统文化得到更好传承。我们与 eOne 一起制作了这个美好的，充满中国年俗和文化的小猪佩奇电影，我们不仅乐见电影在中国的热映，也很荣幸能与 STXfilms 一起，把电影分享给美国观众，让海外同胞能够与中国观众一起走进电影院，共同庆祝中国春节。”

STX Films 主席亚当·福格尔森表示，他非常喜欢这部动人的电影，STX 在过去一年与阿里的合作非常愉快，很高兴能够再次与阿里影业合作，将电影发行到美国的 32 个城市，超过 60 家影院。希望这个充满爱与温情的故事，能给大家带来愉快的观影体验。

电影中外婆的扮演者归亚蕾现场表示，很高兴能够在洛杉矶看到这部电影。电影在美国上映后，她会带着自己的孙女去电影院观看。“以往的电影宣传需要坐 13 个小时飞机，这次却只需要 30 分钟。”她表示，当拍完戏带着小猪佩奇的玩偶回到家，看到孩子的表情，她就知道，拍摄这部电影是一件非常有意义的事情。



图为张蔚（右）和归亚蕾（左）在发布会现场

《小猪佩奇过大年》讲的是一个充满年味儿的中国故事，影片以真人参演部分和动画剧情相结合，专门设计了国宝熊猫双胞胎的角色，以及舞龙、包饺子等各式各样的中国农历新年习俗，朱亚文、刘芸、归亚蕾、常蓝天、方青卓、李大光、王圣迪、单禹豪等主演。阿里影业

旗下阿里鱼作为官方独家授权衍生品合作伙伴，为消费者提供特定主题的电影周边。截止目前，电影在内地的首日预售已突破 1700 万，领先同档期同类型动画电影。

此前，电影宣传片《啥是佩奇》自 2019 年 1 月 17 日发布后即在中国引发热潮，获得 2.3 亿的播放量，在微博获得 16 亿的阅读，并且火到了海外。远在异乡的海外华人，在网上看到这个极富中国乡土气息的佩奇形象，纷纷留言表达对亲人的思念和对故土的眷恋。



[www.peppacny.com](http://www.peppacny.com)

业内人士预计，《小猪佩奇过大年》在春节期间全球范围的上映，或引发全球华人的观影热潮，电影将成为无法回家过年的海外同胞庆祝春节的独特仪式。

《小猪佩奇过大年》重新诠释了“合家欢”概念。就像电影里展现的一样，合家欢不止是一家三口，还可以是一家八口。佩奇宣传片结尾描绘的祖孙三代观看电影的场景，极有可能成为 2019 年春节电影院最动人的场景。

## 绿皮书丑娃娃推动国际化战略再进阶



阿里影业自成立之初就重点布局国际化战略，与传统的中国影视公司仅在资本层面参与海外制作不同，《小猪佩奇过大年》力图用海外观众都了解的小猪佩奇形象，讲述中国故事，把中国的传统文化传播给世界各地的家庭和孩子，能够让世界更好的了解中国，了解中国的文化，让小猪佩奇这个英国 IP，形成了“入海”再“出海”的文化交流态势。

北京时间 1 月 22 日晚，第 91 届奥斯卡奖提名名单在洛杉矶揭晓。由阿里影业联合出品的《绿皮书》斩获最佳影片、最佳男主角、最佳男配角、最佳原创剧本和最佳剪辑 5 项奥斯卡提名。据悉，奥斯卡颁奖礼将于 2 月下旬举行。如果《绿皮书》最终能够问鼎奥斯卡最佳影片，阿里影业将成为全球首家出品奥斯卡最佳影片的影视互联网公司。不仅如此，今年 1 月，阿里影业宣布将联合出品好莱坞动画电影《丑娃娃》，并深度开发丑娃娃 IP 全产业链产品。丑娃娃 IP 也将成为阿里影业首个全产业链长线开发的国际 IP。

今年5月，阿里影业与Amblin Partners再度合作的《一条狗的使命2》将于美国上映，此前，阿里影业参与的《一条狗的使命》在国内票房达6亿，票房超过美国本土。去年，阿里影业和派拉蒙合作的《碟中谍6》也在全球取得了近8亿美元的好成绩。

据悉，除确定在美国上映之外，《小猪佩奇过大年》还将在英国同步上映，在新加坡定档2月7日。另外，电影将在中国华南粤语地区发布粤语配音版本。

相比起其他西方品牌，正是中国导演和制作团队对家庭传统价值观的入微观察，才使得小猪佩奇的宣传片取得刷屏级的成功。国际主流媒体不约而同地关注到《小猪佩奇过大年》的走红。美国纽约时报、彭博社、英国每日电讯报、BBC、西班牙埃菲社、新加坡联合早报等媒体纷纷报道“中国佩奇”在全球的火热。

英国电视媒体分析师汤姆·哈林顿发文表示，正是与阿里影业这样的中国公司合作，才成就了佩奇的成功。**“对于西方的内容创作者，没有中国本土合作伙伴的帮助是很难走进中国市场的。连迪士尼和奈飞这样的企业也无法做到独立地创作出适合中国人的内容。而与阿里影业合作正是佩奇取得现象级成功的关键。”**