

“爱艺之城”上半年涨粉 20 万+淘票票×全国艺联打造艺术片宣发阵地

8 月 25 日，“迭代与共融”艺术电影论坛在第十届北京国际电影节期间举办。论坛回顾了全国艺术电影放映联盟 2019 年度的发展历程，并发布了“重燃·艺术之光”优秀国产艺术片全国放映计划，全面助推我国艺术电影的发展。



阿里影业副总裁何弭出席论坛，介绍了艺术电影用户社区“爱艺之城”的发展现状。成立一年时间，这个由淘票票和全国艺联携手打造的线上社区，目前已吸引了超过 33 万名资深影迷的加入，仅 2020 上半年新增用户就超过 20 万人。现场多位嘉宾认为，该社区在平台建设、粉丝运营方面助推了艺术电影的发展。

此外，何弭在论坛现场宣布，由优酷和阿里影业携手发起 Iron Facts 纪录电影培育计划(简称“IF 计划”)。该计划旨在寻找中国最优

质的纪录电影项目，并给予投资、制作、宣发、播映的全链路支持，是中国唯一针对纪录电影的培育计划。世界级纪录片大师弗雷德里克·怀斯曼受邀担任该计划的终身名誉主席。



对于艺术片和纪录电影的发展，阿里影业始终给予关注。2019年8月30日，在纪录电影《徒手攀岩》的首映礼上，淘票票与全国艺联一起宣布了“爱艺之城”的上线，希望为所有喜爱艺术电影的影迷提供一个分享交流平台。一年之间，“爱艺之城”成为目前国内

增长最快的艺术电影社区，同时也是精准的艺术影片分发平台。

何弭介绍道：“‘爱艺之城’拥有一批艺术电影资深用户，他们年人均观影数达到 15 部，访问频次、影评撰写数也都高于普通用户。在这样的用户基础上，‘爱艺之城’能够帮助艺术片找到更多、更对的受众群，从而为影片创造更大的价值。”



例如针对《海上钢琴师》，“爱艺之城”在线上利用话题预热，在线下举办特色观影活动，帮助影片实现精准转化。后期传播中，“1900该不该下船”的话题讨论，引发大量用户互动，强化了口碑，最终助力这部复映老片票房突破 1.5 亿元。

“爱艺之城”是淘票票与艺联共同打造一个线上社区样本。此外，过去的一年中，淘票票和艺联发行的影片还有更广泛、更深入的合作，双方通过线上物料的传播、线下包场招募、权益互相供给，以此来共同扩增用户、壮大艺术电影用户群。

“‘遇见同好，分享热爱’，是‘爱艺之城’的宗旨。”何弭介绍道，“它通

过大型影节影展、线下特色观影场、线上集市、特色创意周边，还有实时艺术资讯等多元活动，让更多艺术片被看到，让更多艺术电影观众相遇。”

近年来，阿里影业先后助推《绿皮书》、《何以为家》、《徒手攀岩》等一批艺术片和纪录电影破圈。9月18日，由阿里影业出品的纪录电影，反映我国维和部队的《蓝色防线》即将上映。何弭表示，纪录电影和艺术电影一样，需要市场给予更多的关注和支持，使电影市场上的品类更加丰富，更好地满足观众日益增长的观影需求。