

《我要我们在一起》领跑 520 档，阿里影业延续“我的爱情故事”系列《我在时间尽头等你》后，《我要我们在一起》续写小档期爱情故事

在电影五一档之后，“520 档”首次正式走入了行业视野。根据灯塔专业版数据，影片《我要我们在一起》自 5 月 20 日 13 时 14 分上映以来，4 天时间票房超 2 亿，目前总观影人次近 600 万，影片预售即破 3000 万，几项数据在同档期的多部爱情片中均排名第一，成为 520 观影首选。该影片由陈国富监制，沙漠执导，由工夫影业、阿里影业出品，淘票票发行，中影、工夫影业联合发行。



电影改编自 2013 年的一个豆瓣长帖。2013 年，原作者李海波根据自身经历写就了一段爱情长跑故事，帖子中的烟火气、可以无限放大的生活细节都打动了监制陈国富，“这个故事很接近现实情景，很容易联想到我们自己身上，相信每个人都

会有共鸣。”他当即决定买下改编版权，并与当时身在偏远地区的原作者取得了联系。

有从业者通过影片发现，这也是出品方阿里影业继去年七夕与安乐影片共同推出《我在时间尽头等你》后，此次携手工夫影业再次推出爱情片佳作，在小档期延续“我的爱情故事”系列。作为阿里影业“锦橙合制计划”新作，《我要我们在一起》也成为深耕爱情类型片，并以此开拓全新档期的最新探索。



在影片映前，片方和发行方共同制定了一套精准的宣发策略。项目初期，影片通过灯塔试映会调研，决定选择对爱情影片需求较强的档期，2021年5月20日也成为了符合社交属性和情感需求的最佳选择。发行团队更是将观影仪式感贯彻到底，将当日影片公映时间定为13点14分，结合片名，成为了一句“我要我们在一起一生一世”的真情告白。

作为“我的爱情故事”系列第二部，《我要我们在一起》同样根据爱情片类型

偏好，重点围绕年轻用户以及下沉城市，策划了一系列路演及宣传活动，并且组织了全国大规模业内看片，将影片口碑提前扩散至观影及行业人群。在观影过程中，大量观众被感动得泪流不止，更有不少情侣在观影全程紧握双手、相互依靠，观影结束后彼此表达爱意。

和该系列前作一样，音乐营销再次成为了重点动作，影片邀请莫文蔚演唱主题曲《这世界那么多人》，“这世界那么多人，多幸运我有个我们”的主题引发了用户共鸣；短视频也再次成为情绪营销的重要阵地，此次影片的抖音热度更加空前，5月11日曾以5840.6万的话题日播放量排名第一，截至目前相关话题累计播放量达到5.6亿。热度助推下，该影片也成为了观众在520的观影首选。