

# 电影《西游记真假美猴王》官宣，“儒意+万达”整合速度越跑越快

近日，儒意前董事的“百亿票房”制片人陈祉希就任万达电影新掌门人，外界还在预测“儒意+万达”未来将如何实现业务协同与资源互利时，接手一周的陈祉希便雷厉风行展开了实战，2月4日上午，儒意出品的动画电影《西游记真假美猴王》官宣并释出先导海报。

阔别多年，大银幕上再见动画类型的西游电影无疑令人兴奋，更何况《西游记真假美猴王》的配置也相当豪华：儒意掌舵人柯利明亲自上阵监制影片，“八六版”《西游记》主演六小龄童、马德华，参与电影的动作捕捉；赵霁、张科执导，前者是《白蛇：缘起》《新神榜：杨戬》一众高票房动画电影的导演，后者此前也是多部高票房动画电影的动画总监。

产业层面，《西游记真假美猴王》则是中国儒意收购万达电影后，双强联手发挥优势合作的第一部作品。此前，儒意影业主宣发影片《白蛇：浮生》定档2024七夕档时，万达电影便开始助阵影片营销，“儒意+万达”宣发体系逐步成型，此次万达电影同样站在《西游记真假美猴王》身后，不过“儒意+万达”的业务协同已经从宣发拓展到了衍生品运营。由此可见，“儒意+万达”的生态联动不仅已经初具规模，也正在以惊人的整合速度持续深化。

在《西游记真假美猴王》的定档中，业内外感受最深的一是“儒



意+万达”强势的前置宣发能力。2月4日，#电影西游记真假美猴王 官宣#话题登上微博热搜与抖音热榜，其中微博话题阅读量破亿。春节档多部影片营销正酣的大背景下，《西游记真假美猴王》登上微博主榜热搜第11位，高于春节档所有影片，在榜时长更是达到4小时之久。

主流社交平台实现强曝光的同时，“儒意+万达”也开启了线上线下精准化、长线化的营销渗透：《西游记真假美猴王》海报发布时，万达影城便立时完成了影城会员推送与8500万影迷规模的社区资

讯发布，实现了电影消费者渠道的精准覆盖。

聚焦微博、抖音等社交平台的传统宣发，与面向万达影城过去多年积累的高忠诚度、高频观影用户的精准社区宣发合力，兼具了广度与深度，这对影片前期影响力的渗透和长线市场认知的培养所带来的价值，是不难想象的。

如果说“儒意+万达”的宣发体系再度进化尚在业内预料之中，那影片在概念阶段就开启超前衍生品运营，显然是市场未曾猜测到的。

一般来说，多数电影官宣时仅

会释出海报、预告片等常规物料，但此次《西游记真假美猴王》联合景德镇陶瓷大学百名学生绘制了100个美猴王陶瓷杯，相关创绘纪录片与联名创绘陶瓷杯随着电影海报一同上线。不难看出“儒意+万达”对于衍生品长线运营给予厚望，万达电影旗下时光网本身具备8年之久的衍生品市场布局，主要来自于对已成熟IP的购买和运营，缺乏高价值自有IP，这也意味着时光网在衍生收入的天花板是限高的。

而随着儒意内容资源的注入，时光网立刻拥有了IP话语权，在

衍生品市场的红利价值翻倍。这场梦幻联动既是一次对传统文化与影片的成功推广，从中也可见儒意在内容增值上的想象力，再有了万达电影产品端的助力后所发挥出的势能。

放眼万达电影的生态链，以及整个电影市场的生态链，时光网都是足够独特的存在：它能够在全电影场景下打通线上线下的电影票、衍生品售卖，在最短的链路下实现从内容到成交的转化。未来，“儒意+万达”的全主控IP，在衍生品开发上势必会进一步挖掘时光网的生态价值，探索IP衍生品的更多可能性。

今年春节档，“儒意+万达”联手出现在了《第二十条》《飞驰人生2》《热辣滚烫》《熊出没·逆转时空》等多部影片背后，精准押注档期热门影片，在产业布局上，“儒意+万达”显然也已经在全面提速，贯穿线上线下的超前置宣发渗透与IP深度运营，自然也将复用到更多影片身上。

回头来看，万达电影官宣陈祉希出任董事长时，便明确提出陈祉希将管理旗下影业、院线、发行、衍生品等所有业务版块，这其实已经预示了“儒意+万达”这艘巨舰的未来航向：整合全产业链资源，打通内容端、宣发端、衍生品端的全链优势，并在此基础上实现对电影IP从上游到下游的超长线运营与深度价值转化。

**故乡福园**

National Memorial Park  
National Funeral Home  
7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电: 张真 Cassy  
手机: 703-937-7299

风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。