

2026年第21周农村电影市场点评



据统计,当前电影数字节目交易平台(www.dfcc.org.cn)可供订购影片近5200部,其中2024年以来出品的影片近500部。2026年第21周全国有30个省区市的188条院线订购了1749部影片,共计25万余场。

本周有16条院线订购影片超100部,4条院线订购场次过万场;5条院线回传放映卡次数超200次,4条院线回传放映场次过5000场。综合订购和放映数据,江西欣荣农村数字电影院线、山东新农村数字电影院线、凉山彝族自治州农村数字电影中心等表现较为突出。

故事片订购方面,《孔秀》以5822场的订购成绩夺得桂冠,该片讲述了一位女性在时代变迁中的生活变化,体现出普通人、普通女性不甘于命运的安排,向往和追求美好生活;科教片方面,《家庭教育你我知》《高血压防治小常识》《消防安全之家庭防火》《关注青少年心理健康》《儿童近视早预防》等贴近生活、实用性强的影片备受青睐,涵盖家庭、健康、安全、青少年成长等主题,精准匹配基层群众科普需求。

光影惠民暖人心 同心聚力护民生

本周,公益电影放映聚焦边疆惠民、特殊群体关爱与灾后暖心安抚,深入基层、精准服务,用光影传递温情、凝聚力量,切实打通文化惠民“最后一公里”。

5月19日,“与人民同行”2026云南影视文艺系列活动在德宏傣族景颇族自治州陇川县正式开幕。作为活动的重要组成部分,“千场电影边境行”公益放映活动当日同步在沿边八州市火热展开。启动当天放映120场,覆盖村寨、学校、口岸、临沧、文山等地同步联动,选用《举起手来》《沂蒙六姐妹》及配音配音影片,加映防火、健康科普片,惠及边疆群众,助力民心相通。

近日,广东茂名市荔盛农村数字电



影院走进茂南区特殊教育学校,为百余名学子放映红色励志影片《小英雄雨来》,提前调试设备、优化观影环境,用温暖光影传递社会关爱,丰富特殊儿童校园文化生活;青岛新农村数字电影院线在全国助残日走进即墨祥泰残疾人综合服务中心,放映喜剧片《人生开门红》,以轻松氛围舒缓情绪,践行“公益电影+”服务模式。

广西柳州市文化广电和旅游局组建电影放映小分队走进柳州职业技术大学(社湾校区)地震受灾群众临时安置点,放映主旋律影片《烈火英雄》,传递众志成城、无畏奉献的精神,舒缓群众紧张情绪,为受灾群众注入直面困难、积极生活的勇气,以文艺力量助力灾后安抚工作。

各地持续延伸放映触角,优化服务细节,用光影传递温暖、凝聚力量,以文化惠民实效助力精神文明建设建设与民生保障。

多部影片登陆平台 多元题材焕新观影体验

本周,电影数字节目交易平台上《天宝》《寻秦记》《过家家》等多部优质影片,同步上新《SOS村》《一样的天空》《与往事干杯》《浪花一朵》等涵盖现实、情怀、喜剧、动作、科教等多元题材佳作,兼顾新片热度与经典情怀,类型丰富、看点十足,为基层观众带来“好看、新鲜、对味”的观影选择,持续丰富农村公益电影片源供给。

重磅新片亮眼登场,引爆观影热潮。《天宝》讲述了藏族老红军天宝投身革命,在中国共产党领导下,历经生死考验,从绝境突围到扭转乾坤,从屡挫屡战到势如破竹,从星星之火到燎原烈焰,亲历民族解放与新中国诞生壮阔历程的故事;《寻秦记》作为经典IP续作,古天乐、林峯等原班人马重聚,融合古装、动作、奇幻元素,再现穿越史诗,满满情怀与震撼视觉点燃期待;《过家家》由成龙、彭昱畅领衔主演,以陌生家庭的啼笑因缘为切入点,温情与幽默交织,在烟火气中诠释陪伴与救赎,适合全年龄段观影。

多元题材全线覆盖,满足差异化需求。现实题材中,《SOS村》《一样的天空》聚焦温情治愈,讲述人间大爱与成长故事;《与往事干杯》《云南故事》镌刻岁月情怀,回望时光里的温暖与坚守。喜剧动作类看点十足,《大福星》《大福星2》《福星俏佳人2》延续经典喜剧风格,爆笑情节不断;《武者》《狂吻俄罗斯》动作场面“硬核”,兼具热血与情怀;《注定爱你》《浪花一朵》甜蜜治愈,描摹浪漫爱情与青春活力。此外,《红星闪耀》《红西服》等红色经典传承革命精神,《现代农业之种养一体化》等科教片贴合农村需求,兼具实用性及科普性。

此次平台上新影片兼顾新片热度与经典回味,商业质感与乡土适配,既有院线热门新作,也有情怀老片与实用科教片,类型全、看点足、接地气。平台持续以多元片源满足不同年龄、不同群体观影需求,让基层观众在家门口就能看好片、看新片、看喜欢的片,以光影赋能乡村文化振兴,丰富群众精神文化生活。

(电影数字节目管理中心 李斌)

国际票房点评 5月22日—5月24日

《星球大战:曼达洛人与古古》 国际市场夺冠

■ 编译/谷静

上周末,迪士尼的《星球大战:曼达洛人与古古》在51个国际市场中首映,首周末票房6300万美元,加上北美本土的票房收入,其全球累计票房已达1.496亿美元。从某种角度来看,这一成绩并不理想——低于《星球大战外传:侠盗一号》和《游侠索罗:星球大战外传》的首周末票房,也远远落后于2015年至2019年上映的“天行者传奇”正传“三部曲”的票房。换个角度来看,该片是“迪士尼+”电视剧《曼达洛人》的大银幕衍生作品,因此主要吸引的是该剧的粉丝,而且表现也相当不错。迪士尼/卢卡斯影业或许可以感到欣慰,因为该片虽然略低于2018年的《游侠索罗:星球大战外传》(首周末票房1.485亿美元,制片预算3亿美元),但其制片预算(仅为1.65亿美元)却低得多。英国以710万美元的首周末票房位居榜首;接下来是德国(首周末票房650万美元)、中国(首周末票房530万美元)、日本(首周末票房490万美



元)、澳大利亚(首周末票房460万美元)和墨西哥(首周末票房390万美元)。排名前十名的国际市场还包括三个欧洲国家——法国(首周末票房380万美元)、西班牙(首周末票房240万美元)和意大利(首周末票房200万

美元),以及巴西(首周末票房130万美元)。

第二名是中国影片《给阿嬷的情书》,继续保持强劲的票房势头,上周末新增票房3960万美元,比前一周增长1%。这部家庭剧情片自4月30日上映以来,累计票房已达1.516亿美元。该片制作预算略高于200万美元,是今年目前全球票房前十名中三部亚洲影片之一。

第三名是环球影业发行、狮门影业出品的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》,上周末在83个国际市场新增周末票房2852万美元,国际累计票房已达4.68亿美元,全球累计票房已达7.824亿美元。英国/爱尔兰仍然是该片最强劲的国际市场,当地累计票房已达6000万美元,其次是法国(当地累计票房已达4440万美元)、德国(当地累计票房已达2960万美元)、墨西哥(当地累计票房已达2900万美元)和意大利(当地累计票房已达2710万美元)。

全球周末票房榜(5月22日-5月24日)

片名	当周票房(美元)			累计票房(美元)			发行情况		
	全球	国际	美国	全球	国际	美国	国际发行公司	上映地区数	本土发行公司
《星球大战:曼达洛人与古古》 Star Wars: The Mandalorian and Grogu	\$144,960,000	\$63,000,000	\$81,960,000	\$144,960,000	\$63,000,000	\$81,960,000	迪士尼	52	迪士尼
《迈克尔·杰克逊:巨星之路》 Michael	\$48,536,000	\$28,526,000	\$20,010,000	\$782,357,000	\$468,137,000	\$314,220,000	环球	84	狮门
《给阿嬷的情书》 Dear You	\$39,560,000	\$39,560,000		\$151,579,000	\$151,579,000			1	大麦
《穿普拉达的女王2》 The Devil Wears Prada 2	\$33,793,000	\$21,200,000	\$12,593,000	\$604,118,726	\$408,000,000	\$196,118,726	迪士尼	53	20世纪
《痴迷》 Obsession	\$31,317,000	\$8,917,000	\$22,400,000	\$73,989,000	\$21,205,000	\$52,784,000	环球	46	焦点
《绵羊侦探团》 The Sheep Detectives	\$14,582,000	\$5,600,000	\$8,982,000	\$82,219,000	\$38,700,000	\$43,519,000	MULTI	58	亚马逊米高梅
《鬼上车》 Passenger	\$13,500,000	\$4,800,000	\$8,700,000	\$13,500,000	\$4,800,000	\$8,700,000	派拉蒙	50	派拉蒙
《群体》 Colony	\$12,291,300	\$12,291,300		\$12,294,000	\$12,294,000		MULTI	4	
《误杀瞒天记3》 Drishyam 3	\$11,470,389	\$10,440,000	\$1,030,389	\$14,721,091	\$13,220,000	\$1,501,091	MULTI	15	百代
《真人快打2》 Mortal Kombat II	\$9,170,000	\$3,000,000	\$6,170,000	\$118,267,000	\$45,500,000	\$72,767,000	华纳兄弟	80	华纳兄弟

北美票房点评 5月22日—5月24日

《星球大战:曼达洛人与古古》 北美影市夺冠

■ 编译/谷静

上周末,是北美的阵亡将士纪念日小长假,为期四天的假期周末,所有电影的总票房为2.09亿美元,比去年创下的3.301亿美元的纪录下降了37%。

上周末的冠军影片是迪士尼新上映的《星球大战:曼达洛人与古古》,影片上周末在北美的4300家影院上映,周五单日票房3300万美元,周六单日票房2550万美元,周末三天票房8196万美元,假期四天票房有望达到9700万-9800万美元之间,突破1亿美元的目标仍然有可能发生。看过《星球大战:曼达洛人与古古》的观众给出了A-的CinemaScore评分,PostTrak的“强烈推荐”评分也稳定在71%。在过去(指新冠疫情之前),迪士尼通常会保守地预测周末票房,但疫情之后,这家工作室的预测基本准确,不会为了博取眼球

而故意低估票房。该片的观众构成多元化,其中52%为白人,24%为拉丁裔/西班牙裔,10%为黑人,8%为亚裔美国人,6%为美洲原住民其他族裔。在观看该片的购票者中,68%是“迪士尼+”订阅用户(网飞订阅用户占比为62%)。目前,IMAX和PLF影院的票房占比高达48%,其中IMAX占比16%,3D影院占比8%。12岁以下儿童的好评率高达95%,54%的观众表示“绝对值得一看”;据说,这样的评分足以让家长

们“唠叨”是孩子要去看。

第二名是焦点发行的新片《痴迷》,影片上周末在北美的2655家影院上映,周五单日票房600万美元,周末三天票房1990万美元,假期四天票房2480万美元,北美累计票房已达5510万美元。

第三名是狮门影业的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》,影片上周末在北美的3306家影院上映,周五单日票房500万美元,周末三天票房1850万美元,假期四天票房2360万美元,北美上映五周累计票房已达3.178亿美元。

美国周末票房榜(2026年5月22日-5月24日)

名次	片名	周末票房/涨跌幅%	影院数量/变化	平均单厅收入	累计票房	上映周次	发行公司
1	《星球大战:曼达洛人与古古》 Star Wars: The Mandalorian and Grogu	\$81,960,000 -	4300 -	\$19,060	\$81,960,000	1	迪士尼
2	《痴迷》 Obsession	\$22,400,000 30.30%	2655 40	\$8,436	\$52,784,010	2	焦点
3	《迈克尔·杰克逊:巨星之路》 Michael	\$20,010,000 -23.50%	3560 -	\$5,620	\$314,220,189	5	狮门
4	《穿普拉达的女王2》 The Devil Wears Prada 2	\$12,593,000 -29.50%	3300 -530	\$3,816	\$196,118,726	4	20世纪
5	《绵羊侦探团》 The Sheep Detectives	\$8,982,000 -6.20%	3207 -347	\$2,800	\$43,519,041	3	亚马逊米高梅
6	《鬼上车》 Passenger	\$8,700,000 -	2534 -	\$3,433	\$8,700,000	1	派拉蒙
7	《真人快打2》 Mortal Kombat II	\$6,170,000 -54%	2726 -808	\$2,263	\$72,766,785	3	华纳兄弟
8	《我爱时尚盗窃》 I Love Boosters	\$3,723,000 -	1750 -	\$2,127	\$3,723,000	1	Neon
9	《超级马力欧银河大电影》 The Super Mario Galaxy Movie	\$3,170,000 -29.50%	2005 -788	\$1,581	\$423,637,830	8	环球
10	《挽救计划》 Project Hail Mary	\$2,717,000 -32.90%	1321 -856	\$2,056	\$339,609,690	10	亚马逊米高梅