



农村流动数字电影市场(2026年4月13日—2026年4月19日):
2026年第16周农村电影市场点评

据统计,当前国家电影数字节目交易平台(www.dfcc.org.cn)可供订购影片5000余部,其中2024年以来出品的影片近470部。2026年第16周全国有29个省区市的160条农村电影院线订购影片1659部,共计约38万场。

本周有14条院线订购影片过百部,11条院线订购影片过万场;2条院线回传放映卡超300次,5条院线回传放映场次超3000场。随着天气转暖,本周院线订购场次明显上升。其中,凉山彝族自治州农村数字电影中心、山东新农村数字电影院线、浙江新农村数字电影院线的订购数据较好。部分院线仍存在订购场次偏高、影片部数偏少的问题。希望各地院线积极优化影片供给结构,丰富片源类型,为广大观众提供更多元的观影选择。

故事片订购约21.5万场,《大劫案》《大突围》《浴血蒋家河口》等今年新上平台影片受到较多关注。科教片订购约16.5万场,由于多地全民国家安全教育日普法宣传活动于本周开展,《居家安全之火灾隐患排查》《预防电信网络诈骗》《居家安全之电动车火灾的预防》等安全主题影片订购火热。

光影护航新征程
安全教育入民心

今年4月15日是第11个全民国家安全教育日。今年的活动主题“统筹发展和安全·护航‘十五五’新征程”。各地院线积极响应号召,通过公益放映的形式,有效营造了国家安全“人人有责、人人尽责”的浓厚氛围。



广东省广州市花都区委国安办联合区委宣传部,在全区范围内正式启动国家安全、爱国主义教育主题“电影下乡”活动。这次活动陆续走进全区10个镇街、100个以上行政村,为村民们送上免费的视听盛宴,让国家安全教育以更鲜活、更亲切的方式抵达乡村一线。

四川省三台县立足基层实际,巧用电影公益放映,紧抓映前十分钟“黄金”宣传时段,采用快板书、幻灯片、发放防火宣传资料、放映安全防火科教片等多种方式,广泛开展防火安全常识宣传,受到当地干部群众好评。

江西省会昌县在城乡广泛开展国家安全主题电影公益放映活动。活动精选30余部主旋律影片,涵盖隐蔽战线斗争、国防建设等领域,并同步播放国家安全教育宣传视频,把国家安全理念转化为可感可知的生动故事,引导群众增强安全意识,共同维护国家安全。

国家安全是“安邦定国的重要基石”,只有筑牢安全屏障,才能保障高质量发展、推进中国式现代化、实现民族复兴。欢迎各地院线持续开展相关主题放映活动,用光影故事传递总体国家安全观,让国家安全意识深入人心。

光影致敬榜样
真情点亮初心

近期,多部根据真实人物故事改编的电影登陆国家电影数字节目交易平台,以鲜活故事传递直抵人心的精神力量。

《我,就是风!》改编自“广东新时代好少年”云浮市独臂少年张家城的真实故事,讲述了童年时失去右臂的张家城,凭借对篮球的热爱,以惊人的毅力,历经艰辛,在球场上找回自己,并拒绝商业诱惑,执着追求篮球梦想。

《我心向上》以甘肃省定西市马铃薯良种专业合作带头人、“2019年全国脱贫攻坚奉献奖”获奖先进个人李晓梅故事为原型,讲述了当代青年李梅主动投身脱贫攻坚实践,在定西老家自创土豆品牌、发展土豆产业、带动群众致富的感人故事。

《小马警官》根据“全国公安系统一级英雄模范”、贵州省贵阳市公安局花溪分局贵筑派出所民警马金涛的事迹改编,“小马警官”从警五年,在抓捕毒贩的行动中壮烈牺牲,用热血和生命忠实践行了党员初心,忠诚履行了警察誓言。

(电影数字节目管理中心 田晴)

国际票房点评
4月17日—4月19日

《超级马力欧银河大电影》国际市场连冠

■ 编译/谷静

上周末的国际票房冠军依然是环球影业的《超级马力欧银河大电影》,在81个国际市场新增周末票房4820万美元,其国际累计票房已达3.922亿美元,全球累计票房已达7.474亿美元,超过了中国电影《飞驰人生3》,正式成为今年迄今为止全球票房最高的电影。该片上周末在法国新增周末票房600万美元,当地累计票房已达3400万美元;在墨西哥新增周末票房500万美元,当地累计票房已达5550万美元;在澳大利亚新增周末票房410万美元,当地累计票房已达2350万美元;在德国新增周末票房380万美元,当地累计票房已达3430万美元;在英国和爱尔兰新增周末票房360万美元,当地累计票房已达4410万美元;在中国新增周末票房200万美元,当地累计票房已达1710万美元。

第二名是亚马逊米高梅的《挽救计划》,在88个国际市场新增周末票房



2100万美元,其国际累计票房已达2.88亿美元,全球累计票房已达5.73亿美元。该片在英国新增周末票房230

万美元,当地累计票房已达4030万美元;在中国新增周末票房220万美元,当地累计票房已达3670万美元;在澳大利亚新增周末票房210万美元,当地累计票房已达2250万美元;在韩国新增周末票房140万美元,当地累计票房已达1720万美元;在德国新增周末票房140万美元,当地累计票房已达1800万美元。

第三名是华纳兄弟公司发行的新片,由李·克罗宁执导的《木乃伊》,其净制作成本为2200万美元,上周末在77个国际市场上首映,收获票房2050万美元,全球首周末票房为3400万美元。该片在墨西哥首周末票房220万美元,在英国首周末票房140万美元,在西班牙首周末票房110万美元,在法国首周末票房100万美元,在印尼首周末票房99.3万美元。该片在全球的690块IMAX银幕上收获了200万美元。

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
《超级马力欧银河大电影》 The Super Mario Galaxy Movie	\$83,230,000	\$48,230,000	\$35,000,000	\$747,477,000	\$392,230,000	\$355,247,000	环球	83	环球
《挽救计划》 Project Hail Mary	\$41,456,000	\$21,000,000	\$20,456,000	\$573,093,000	\$288,000,000	\$285,093,000	MULTI	89	亚马逊米高梅
《木乃伊》 Lee Cronin's The Mummy	\$34,015,000	\$20,500,000	\$13,515,000	\$34,015,000	\$20,500,000	\$13,515,000	华纳兄弟	78	华纳兄弟
《爱情抓马》 The Drama	\$15,805,020	\$10,963,000	\$4,842,020	\$89,732,438	\$50,076,000	\$39,656,438	MULTI	46	A24
《名侦探柯南:高速公路的堕天使》 Detective Conan: Fallen Angel of the Highway	\$12,328,100	\$12,328,100		\$30,478,400	\$30,478,400			1	东宝
《鬼屋》 Bhooth Bangla	\$10,097,582	\$9,120,000	\$977,582	\$10,166,057	\$9,120,000	\$1,046,057	MULTI	20	FUNASIA
《河狸变身计划》 Hoppers	\$7,900,000	\$5,000,000	\$2,900,000	\$367,164,918	\$206,000,000	\$161,164,918	迪士尼	53	迪士尼
《杀木地》 Salmokji: Whispering Water	\$4,409,000	\$4,409,000		\$9,471,000	\$9,471,000			1	Shobx
《错觉而已》 Juste une illusion	\$3,732,000	\$3,732,000		\$3,732,000	\$3,732,000			1	GAUMONT
《替补悍警》 Normal	\$3,107,000	\$457,000	\$2,650,000	\$3,111,000	\$461,000	\$2,650,000	MULTI	12	MAG-US

北美票房点评
4月17日—4月19日

《超级马力欧银河大电影》北美影市连冠

■ 编译/谷静

上周末,北美整体票房为9360万美元,比去年同期下降32%。去年同期正值复活节假期,《罪人》首周末票房为4800万美元。

冠军影片依然是环球影业的《超级马力欧银河大电影》,在北美的4170家影院上映,周五单日票房755万美元,周六单日票房1690万美元,周日单日票房1050万美元,周末三天票房3500万美元,上映两周累计票房已达3.552亿美元。

另外一部春季的票房支柱——亚马逊米高梅影业的《挽救计划》位居第二名,上周末在北美的3820家影院上

映,周五单日票房522万美元,周六单日票房890万美元,周日单日票房620万美元,周末三天票房2040万美元,上映五周北美累计票房已达2.85亿美元。

第三名是新线影业的新片《木乃伊》,上周末在北美的3304家影院上映,周五单日票房520万美元,预计周六单日票房500万美元,首周末三天累计票房超过1300万美元。该片的CinemaScore评分为C+,在PostTrak影院的观众中,男性占56%,18-34岁年龄段的观众占62%。拉丁裔和西班牙裔观众占比最高,达37%,其次是白人

(33%)、黑人(15%)、亚裔(9%)和美洲原住民/其他族裔(6%)。据RelishMix报道,在影片上映前,该片在TikTok、YouTube、Facebook、Xbox和Instagram等社交媒体平台上的触达人数已达2.65亿,占恐怖片类型电影触达人数的26%,与新冠疫情后流行的恐怖电影的触达人数相当。《木乃伊》的演员们在社交媒体上也十分活跃,尽管触达人数不多,例如维罗妮卡·法尔孔拥有12.8万粉丝,莉拉·科斯塔拥有12万粉丝,杰克·雷纳拥有8.2万粉丝,导演克罗宁拥有3.9万粉丝。

美国周末票房榜(2026年4月17日—4月19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	《超级马力欧银河大电影》 The Super Mario Galaxy Movie	\$35,000,000 -48.60%	4170 -114	\$8,393	\$355,247,060	3	环球
2	《挽救计划》 Project Hail Mary	\$20,457,000 -15.30%	3820 3	\$5,355	\$285,093,697	5	亚马逊米高梅
3	《木乃伊》 Lee Cronin's The Mummy	\$13,515,000 -	3304 -	\$4,090	\$13,515,000	1	华纳兄弟
4	《爱情抓马》 The Drama	\$4,842,020 -43.70%	2629 -522	\$1,841	\$39,656,439	3	A24
5	《你我在托斯卡纳》 You, Me & Tuscany	\$3,800,000 -51%	3157 6	\$1,203	\$14,370,700	2	环球
6	《河狸变身计划》 Hoppers	\$2,900,000 -30.30%	2475 -375	\$1,171	\$161,164,918	7	迪士尼
7	《替补悍警》 Normal	\$2,650,000 -	2060 -	\$1,286	\$2,650,000	1	Magnolia 影业
8	BTS 世界巡演《阿里郎》日本站:现场直播 BTS WORLD TOUR 'ARIRANG' in JAPAN: LIVE VIEWING	\$1,800,000 -	1189 -	\$1,513	\$1,800,000	1	Trafalgar 发行
9	《勤杂工》 Busboys	\$1,650,000 -	800 -	\$2,062	\$1,650,000	1	Mind Blowing 影业
10	《鬼屋》 Bhooth Bangla	\$950,000 -	500 -	\$1,900	\$950,000	1	-