

2026年第47周电影公益放映速览

农村流动数字电影市场(2026年11月17日—2026年11月23日):

据统计,当前国家电影公共服务平台(https://new.dfcc.org.cn)可供订购影片近5400部,其中2025年以来出品的影片约300部。2026年第47周全国约有29个省区市的121条院线订购了1001部影片,共计约14万场。

综合订购和放映数据,青海惠民农牧区数字电影院线有限公司、广东广阔天地农村数字电影院线有限公司、烟台市农村数字电影院线有限公司等本周表现较为突出。故事片方面,《小马鞭》《花儿为什么这样红》两部影片订购量显著上涨;科教片方面,《疲劳驾驶危害大》《不可忽视的"精神健康"》《发芽土豆是否真的不能吃》等影片排名较为靠前。

◎ "CMG电影文化嘉年华·成都专场"启动公益放映进基层活动同日发布

11月20日,在国家电影局指导下,由中央广播电视总台、成都市人民政府联合主办的"CMG电影文化嘉年华·成都专场"正式启幕,活动围绕"电影+"模式打造"金秋电影季"系列内容,融合产业宣介、文旅消费、非遗展示等多元板块,释放电影文化综合效能。"电影文化嘉年华——公益放映进基层"同步发布启动,作为本次嘉年华的重要公共文化板块,重点推动优质公益电影资源向各类基层场景下沉。

本次公益放映进基层活动聚焦普惠观影服务,打破传统放映场景限制,将流动影院布局到社区、学校、商圈、工业遗址地,面向广大市民免费展播经典影片。成华区工业遗址文创园区设置露天放映点位,持续开展经典影片展映,每日放映三部影片,打造露天沉浸式光影空间;放映队伍同步走进高校、居民社区,让群众在家门口就能享受公益电影服务,打通电影公共服务下沉基层"最后一公里"。

公益放映板块与嘉年华产业、文旅活动互为补充,一方面借助大型文化活动平台扩大公益电影影响力,丰富市民夜间与日常文化供给;另一方面以流动放映为载体,把经典光影送到不同群体身边,实现产业活力激发与基层文化惠民双向兼顾,进一步拓展公益放映的场景边界与服务内涵。

◎ 纪录电影《上学路上之山海无阻》登陆国家电影公共服务平台

本周登陆平台新片可关注纪录片《上学路上之山海无阻》。该片以国际化视角真实记录中国、印度、俄罗斯等地儿童跨越山海入学求学的动人故事,传递"每一个童年的梦想,都值得被看见"的正向主题。片中,生活于印度孟加拉湾海岸、中国四川、中国新疆、俄罗斯北极圈的四位少年,日常穿越河沼、峡谷、雪岭、荒原等艰险地貌,以乘渡船、徒步攀山、骑驴、搭直升机等不同方式奔赴校园。

除提名第38届中国电影金鸡奖最佳纪录/科教片外,该片还提名第14届"光影纪年"中国纪录片学院奖最佳纪录电影奖、入围第12届丝绸之路国际电影节展映单元、入围第四届华语纪录电影大会社会纪实类推荐作品、获评第23届成都国际儿童电影周"最受儿童喜爱影片"、获得第6届北京国际儿童电影展儿童关注单元组委会推荐奖,并入选"国家影像典藏工程"永久收藏作品及"2025年十大国产纪录电影"。

与此同时,还可关注国风动画《钟馗》《大雨》,以及《老年焦虑不可怕》《赢在就医之前—慢阻肺》《老年人居家护理实操指南》等健康养护类科教片。

(电影数字节目管理中心 车雪莹)



广告

《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联·民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I
国内邮发代号:22-88
定价:月刊,120元/年
订阅方式:全国各地邮局、"中国邮政微邮局"微信公众号、中国邮政报刊订阅网均可
十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社
征订热线:15735155820 13269221236

国际票房点评
11月20日—11月22日

《饥饿游戏:收获日出》国际市场夺冠

■ 编译/谷 静

上周末,狮门影业的《饥饿游戏:收获日出》取得了近年来最好的首周末成绩,全球票房收入达2.25亿美元,其中1.05亿美元来自84个地区的4万块银幕。这一数字超过了狮门影业此前2026年上映的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》的全球首周末票房(2.188亿美元),以及去年11月感恩节前夕上映的百老汇音乐剧改编电影《魔法坏女巫2》的全球首周末票房(2.23亿美元)。《饥饿游戏:收获日出》在国际市场的84个地区中有81个位列榜首。首周末票房最高的地区分别是:英国,1740万美元,创下该系列电影及狮门影业历史最高首周末票房纪录;澳大利亚910万美元;德国840万美元;法国710万美元(观影人次75万);墨西哥700万美元;中国590万美元。



第二名是派拉蒙公司的《寒夜怪谈》,影片第二个周末国际票房增加1430万美元,下跌48%。这使得该片国际累计票房达到4590万美元,国际票房占比从55%上升至59%,其全球累计票房已达7840万美元,这部改编自《圣诞颂歌》的影片最终票房突破1亿美元大关的可能性越来越大。

第三名是索尼和Prime Focus影业出品的印度影片《罗摩衍那:传奇崛起》,上映第三周,新增国际票房1170万美元,其国际累计票房已达1.545亿美元,全球累计票房已达1.83亿美元。该片在泰国(当地累计票房190万美元)、尼泊尔(当地累计票房150万美元)、印度尼西亚(当地累计票房120万美元)、荷兰(当地累计票房61万美元)和柬埔寨(当地累计票房35.5万美元)等多个市场也荣登印度电影的票房榜首。其他票房表现突出的市场包括印度(当地累计票房11.29亿卢比/1.228亿美元)、阿联酋(当地累计票房540万美元)、澳大利亚(当地累计票房510万美元)、马来西亚(当地累计票房170万美元)和德国(当地累计票房120万美元)。即将发行的地区包括阿根廷(11月26日)、中美洲(11月26日)、哥伦比亚(11月26日)、厄瓜多尔(11月26日)、秘鲁(11月26日)和捷克(11月26日)。

全球票房周末榜(11月20日-11月22日)

	片名	当周票房(美元)		累计票房(美元)		发行情况	
		全球	国际	全球	国际	上映地区数	国际发行公司
1	《饥饿游戏:收获日出》The Hunger Games: Sunrise on the Reaping	2.25亿美元	1.05亿美元	2.25亿美元	1.05亿美元	85	MULTI
2	《寒夜怪谈》Ebenezer	2200万美元	1430万美元	7840万美元	4590万美元	65	派拉蒙
3	《罗摩衍那:传奇崛起》Ramayana	1380万美元	1170万美元	1.829亿美元	1.545亿美元	64	索尼
4	《我演洛奇》I Play Rocky	1310万美元	380万美元	2030万美元	990万美元	36	MULTI
5	《戴帽子的猫》The Cat in the Hat	1060万美元	370万美元	7020万美元	2310万美元	51	华纳兄弟
6	《OM: Chapter 1 – Udhiram》	950万美元	890万美元	950万美元	890万美元	18	MULTI
7	《你能看到一切》You Can See Everything	760万美元	510万美元	1.02亿美元	850万美元	22	MULTI
8	《野马九号》Wild Horse Nine	610万美元	360万美元	3900万美元	2100万美元	38	迪士尼
9	《哥斯拉-0.0》Godzilla Minus Zero	530万美元	260万美元	1.101亿美元	5560万美元	49	MULTI
10	《Hadoota》	440万美元	440万美元	1170万美元	1080万美元	17	MULTI

北美票房点评
11月20日—11月22日

《饥饿游戏:收获日出》北美影市夺冠

■ 编译/谷 静

Rentrak报告称,今年1月1日至11月22日的北美累计票房为89.7亿美元,比2025年同期增长20%。上周末所有影片的总票房为1.68亿美元,比去年同期《魔法坏女巫2》上映时下降8%。

上周末的北美周末票房冠军是狮门影业的《饥饿游戏:收获日出》,该片在4018家影院上映,周五单日票房5600万美元,周六单日票房3630万美元,周日单日票房2770万美元,首周末三天票房1.2亿美元。狮门影业和苏珊·柯林斯实现了哈利·波特电影在票房上都未曾实现的壮举:一部衍生/前传电影在北美首映票房突破1亿美元。之所以如此强调这一点,是因为三年前狮门影业推出的《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》票房惨淡,仅收获4460万美元,当时人们感觉柯林斯的这部系列电影的热度已经跌至谷底,注定要永远徘徊在中等水平。然而,事实并非如此。这部新作一年前发布的预告片在上映后的24小时内就获得了1.09亿的全球观看量,成为狮门影业历史上观看次数第二多的预告片,仅次于《迈克尔·杰克逊:巨星之路》。如果想在一个经典系列电影中弥合老粉丝和新一代粉丝之间的鸿沟,就必须用新的方式致敬老粉丝。因此,为了让粉丝们疯狂,早在去年12月就泄露了消息,原版《饥饿游戏》的两位主演詹妮弗·劳伦斯和乔什·哈切森将在前传中回归——这一幕在原著小说中也出现过。狮门影业在宣传中充分利用了他们和伍迪·哈里森,让他们亮相《今夜秀》和《看我怎么办》等节目。据EntTelligence统计,《饥饿游戏:收获日出》上周末吸引了710万观众(比《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》首周末320万观众增长了122%),平均票价为16.06美元,儿童票价为13.80美元,普通PLF票价为19.62美元。下午5点前的午场电影占总客流量的45%。

第二名是亚马逊/米高梅出品的《我演洛奇》,上周末在美国2477家影院上映,周五单日票房380万美元,周六单日票房320万美元,周日单日票房220万美元,周末三天票房930万美元,北美累计票房已达1040万美元。

第三名是派拉蒙公司的《寒夜怪谈》,上周末在美国3545家影院上映,周五单日票房200万美元,周六单日票房330万美元,周日单日票房240万美元,周末三天票房770万美元,北美累计票房已达3250万美元。

美国周末票房榜(2026年11月20日-11月22日)

名次	片名	周末票房/跌涨幅%		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	《饥饿游戏:收获日出》The Hunger Games: Sunrise on the Reaping	$120,000,000	–	4018	–	$29,865	$120,000,000	1	狮门
2	《我演洛奇》I Play Rocky	$9,328,000	1789.40%	2477	2,448	$3,765	$10,422,798	3	亚马逊/米高梅
3	《寒夜怪谈》Ebenezer	$7,700,000	-59.50%	3545	10	$2,172	$32,546,820	2	派拉蒙
4	《戴帽子的猫》The Cat in the Hat	$6,850,000	-39.40%	3262	-741	$2,099	$47,119,053	3	华纳兄弟
5	《哥斯拉-0.0》Godzilla Minus Zero	$2,695,000	-68.40%	2107	-1,139	$1,279	$54,559,640	3	GKIDS
6	《你能看到一切》You Can See Everything	$2,524,732	-52.90%	1252	-593	$2,016	$93,470,379	6	A24
7	《野马九号》Wild Horse Nine	$2,500,000	-44.80%	2000	-175	$1,250	$17,964,466	3	探照灯
8	《鬼影战士》Ghost Soldier	$2,350,000	-54.00%	2558	–	$918	$12,490,971	2	–
9	《荒野丛林》Wildwood	$2,299,143	-48.30%	1298	-887	$1,771	$52,394,143	5	–
10	《罗摩衍那:传奇崛起》Ramayana	$2,065,000	-64.40%	681	-431	$3,032	$28,408,872	3	索尼