



农村流动数字电影市场(2025年6月13日—2025年6月19日):  
**2025年第25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5100余部,其中2023年以来出品的影片500余部。2025年第25周全国有29个省区市的185家院线订购了1704部影片,共计31万余场,其中故事片订购约20万场,科教片订购约11万场。本周有15条院线订购影片超100部,6家院线订购场次过万场;2家院线回传放映卡次数超300次,2家院线回传放映场次超万场。

◎ 多地开展“安全生产月”主题电影公益放映活动

今年6月是第24个全国“安全生产月”,主题为“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”。多地电影公益放映单位积极配合组织电影放映活动,集中开展安全宣传,营造全社会关注、全民参与的良好氛围。

6月16日,河北唐山市“安全生产月”千场主题电影展映活动拉开帷幕。展映活动历时1个月,期间将推出多部兼具警示性与观赏性的安全题材故事片及科普宣传片,深入市中心区域(路北区、路南区、高新开发区)社区、广场等基层单位及各县(市、区)5480个行政村开展巡回展映,计划放映5000余场次,力求将安全宣传触角延伸至城乡最基层,实现安全知识普及的全域覆盖。

重庆开州区6月以来开展黄金安全月惠民电影放映主题活动

动,每场电影放映前都安排15-20分钟安全知识宣讲,通过“电影放映+安全宣教”融合模式,让群众在享受惠民电影放映服务的同时学习安全知识,掌握应急技能。

江西抚州启动“光影减灾下基层,防灾守护赣鄱乡”主题电影放映活动,将“电影+体验+互动”深度融合,打造沉浸式安全文化课堂,引导居民在趣味互动中掌握安全知识,切实将“人人讲安全、个个会应急”的理念融入群众文化生活。

陕西榆林榆阳区积极组织开展“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题电影公益放映进厂矿、进乡村、进社区等活动,6月份以来累计开展放映100余场次,观影群众5000余人,将安全知识巧妙融入群众喜闻乐见的观影体验,让安全理念深入人心。

◎ 电影数字中心推出“全民反诈在行动”集中宣传月影片推介专题

中央宣传部、公安部6月16日联合启动“全民反诈在行动”集中宣传月活动,活动主题是“反诈是门必修课,筑牢防线守好责”。电影数字节目管理中心微信公众号推介了《金钱堡垒》《猎屠》等4部故事片以及“全民反诈”系列科教片,并号召各地放映单位组织开展防范电信网络诈骗“进社区、进农村、进家庭、进学校、进企业”的“五进”宣传放映活动,进一步加大反诈宣传力度,不断提升群众防骗意识,切实营造全社会反诈浓厚氛围。

平台新片方面可关注《华侨女英雄李林》《情满木兰》2部主旋律题材电影。《华侨女英雄李

林》讲述了华侨抗日女英雄李林一生的事迹。李林原名李秀若,1915年出生在福建漳州,1940年牺牲于山西朔州,为著名抗日华侨女英雄,100位为新中国成立作出突出贡献的英雄模范人物之一。《情满木兰》以福建莆田的母亲河——木兰溪为背景,讲述了主人公阿刚在生活的艰辛中,以坚韧不拔的意志和深沉如海的爱,抚育养子养女的感人故事。

科教新片方面可关注一批“电力”“用电”题材影片,如《居民安全用电》《保护电力通信设施安全》《打击窃电犯罪》《电力设施安全警示录》等。

(电影数字节目管理中心 车雪莹)



国际票房点评  
6月20日—6月22日

《新·驯龙高手》国际市场连冠

■ 编译/谷静

上周末,正如预期环球影业的《新·驯龙高手》再次领跑国际及全球周末票房,在81个国际市场新增周末票房5360万美元,较首周末票房下滑37%,上映两周国际累计票房已达1.977亿美元,全球累计票房已达3.582亿美元。第二个周末,一些国家票房表现强劲,其中包括巴西(-13%)、澳大利亚(-28%)、德国(-28%)、荷兰(-32%)、中国(-32%)、韩国(-33%)和墨西哥(-38%)。在除英国/爱尔兰、中国和韩国外所有市场均保持第一名。日本将于9月上映。迄今为止,票房排名前五名的市场分别是墨西哥(当地累计票房已达2450万美元)、中国(累计票房已达2320万美元)、英国(当地累计票房已

达1680万美元)、巴西(当地累计票房已达1260万美元)和韩国(当地累计票房已达960万美元)。全球IMAX银幕累计票房为2840万美元,其国际市场为1300万美元。

第二名是丹尼·博伊尔执导的《惊变28年》,在59个国际市场收获票房3000万美元,全球票房6000万美元。在市场热度的带动下,《惊变28年》以640万美元的首周末成绩荣登英国票房榜冠军宝座。墨西哥紧随其后,以270万美元的首周末成绩位居第二名。中东地区首周末票房为180万美元。其他值得关注的市场包括澳大利亚(170万美元)、韩国(150万美元)、德国(130万美元)、法国(130万美元)和西班牙(120万美元)。



第三名是中国影片《酱园弄·悬案》,首周末票房2360万美元,其累计票房已达2650万美元。

全球周末票房榜(6月20日-6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	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
《新·驯龙高手》 How to Train Your Dragon	\$90,587,000	\$53,587,000	\$37,000,000	\$358,189,000	\$197,704,000	\$160,485,000	环球	82	环球
《惊变28年》 28 Years Later	\$60,000,000	\$30,000,000	\$30,000,000	\$60,000,000	\$30,000,000	\$30,000,000	索尼	60	索尼
《地球特派员》 Elio	\$35,000,000	\$14,000,000	\$21,000,000	\$35,000,000	\$14,000,000	\$21,000,000	迪士尼	44	迪士尼
《星际宝贝史迪奇》 Lilo & Stitch	\$29,400,000	\$19,700,000	\$9,700,000	\$910,349,181	\$523,600,000	\$386,749,181	迪士尼	53	迪士尼
《酱园弄·悬案》 She's Got No Name	\$23,642,000	\$23,642,000		\$26,528,000	\$26,528,000		MULTICN	1	猫眼
《碟中谍8:最终清算》 Mission: Impossible - The Final Reckoning	\$19,350,000	\$12,800,000	\$6,550,000	\$540,879,000	\$362,500,000	\$178,379,000	派拉蒙	67	派拉蒙
《疾速追杀:芭蕾杀姬》 Ballerina	\$10,330,000	\$5,795,000	\$4,535,000	\$104,579,300	\$53,461,300	\$51,118,000	MULTI	59	狮门
《地球上的星星》 Sitare Zameen Par	\$10,217,662	\$9,130,000	\$1,087,662	\$10,217,662	\$9,130,000	\$1,087,662	MULTI	23	SHREE-INTL
《俱毗罗》 Kubera	\$10,083,841	\$8,370,000	\$1,713,841	\$10,083,841	\$8,370,000	\$1,713,841	MULTI	15	PRATH
《物质主义者》 Materialists	\$7,915,506	\$2,100,000	\$5,815,506	\$31,420,137	\$7,500,000	\$23,920,137	索尼	12	A24

北美票房点评  
6月20日—6月22日

《新·驯龙高手》北美连冠

■ 编译/谷静

上周末的北美影市虽然有两部新片上映,但周末票房冠军依然是环球影业的《新·驯龙高手》。上周末所有影片的总票房1.265亿美元,同比下降18%。很难与去年同期《头脑特工队2》的第二个周末票房相媲美,后者以1.012亿美元的票房收入荣登动画电影史上最佳第二周末票房榜。《新·驯龙高手》在北美4373家影院上映,周五单日票房1080万美元,周六单日票房1450万美元,周日单日票房1160万美元,首周末三天票房3700万美元,其北美累计票房已达1.604亿美元。

第二名是索尼的新片《惊变28年》,该片在北美3444家影院上映,周五单日票房1410万美元,周六单日票房880万美元,周日单日票房700万美元,首周末三天票房3000万美元。该片周五的票房高对于一部恐怖片来说

并不意外,但是到周六票房的下滑幅度比其他恐怖片更大,跌幅为38%。2022年的《惊声尖叫》周五至周六票房下跌24%,《死神来了6:血脉诅咒》下跌了14%,《危笑》在周五首映和周六之间上涨了4.6%。《惊变28年》PostTrak上52%的推荐率还算可以,这部由博伊尔执导的电影最终获得了CinemaScore的B级评分。该片的净制作成本为6000万美元,其全球首周末票房已达6000万美元,所以这部僵尸题材的翻拍电影的票房收入已相当可观。多元化观众群占比:白人占46%,拉丁裔和西班牙裔占25%,非裔占12%,亚裔美国人占10%。25岁以上的男性观众占比49%,仍然是该片最大的观众群体。

第三名是迪士尼和皮克斯的《地球特派员》,该片在北美3375家影院上映,周五单日票房900万美元,周六单

日票房660万美元,周日单日票房540万美元,首周末三天票房2100万美元,成为皮克斯电影中首周末票房最低的影片。尽管如此,该片的观众评价很高,CinemaScore总体评分为A+,25岁以下观众评分为A+。迪士尼动画成功的新范式在于它在迪士尼+上的最终观众群,但如果不能在开始时创造足够大的热潮,又怎么指望口碑传播呢?虽然皮克斯可以制作一部感人的电影,但有些东西阻碍了观众涌入影院,这在营销中显而易见:一个戴着眼罩的男孩和傻乎乎的外星人根本行不通。对于像皮克斯这样年龄跨度从5岁到80岁的动画电影品牌来说,《地球特派员》的观众年龄层偏低,12岁以下的观众占比为39%,而《头脑特工队2》的观众年龄层偏高,12岁以下的观众占比为20%。

美国周末票房榜(2025年6月20日-6月22日)

名次	片名	周末票房/跌幅%	影院数量/变化	平均单片收入	累计票房	上映周次	发行公司
1	《新·驯龙高手》 How to Train Your Dragon	\$37,000,000 -56.30%	4373	17 \$8,461	\$160,485,295	2	环球
2	《惊变28年》 28 Years Later	\$30,000,000	3444	- \$8,710	\$30,000,000	1	索尼
3	《地球特派员》 Elio	\$21,000,000	3750	- \$5,600	\$21,000,000	1	迪士尼
4	《星际宝贝史迪奇》 Lilo & Stitch	\$9,700,000 -38.30%	3375	-300 \$2,874	\$386,749,181	5	迪士尼
5	《碟中谍8:最终清算》 Mission: Impossible - The Final Reckoning	\$6,550,000 -37.90%	2603	-339 \$2,516	\$178,378,837	5	派拉蒙
6	《物质主义者》 Materialists	\$5,815,506 -48.70%	2844	- \$2,044	\$23,920,137	2	A24
7	《疾速追杀:芭蕾杀姬》 From the World of John Wick: Ballerina	\$4,535,000 -53.50%	2537	-872 \$1,787	\$51,118,159	3	狮门
8	《功夫梦:融合之道》 Karate Kid: Legends	\$2,424,147 -53.80%	2006	-1,002 \$1,208	\$49,400,000	4	索尼
9	《死神来了6:血脉诅咒》 Final Destination Bloodlines	\$1,885,283 -52.90%	1342	-796 \$1,404	\$134,804,000	6	华纳兄弟
10	《俱毗罗》 Kubera	\$1,750,000	500	- \$3,500	\$1,750,000	1	Prathyangira影业