

2023年第25周农村电影市场点评为农村流动数字电影市场(2023年6月17日—2023年6月23日):

据统计,当前电影数字节目交易平台(www.dfcc.org.cn)可供订购影片超4630部,其中2021年以来出品的影片超390部。2023年第25周全国有29个省区市的154条农村电影院线订购1255部影片,共计25万余场。



动家,石家庄籍著名才女安娥的传奇经历。作为五四新文化运动中产生的文化先锋,安娥在国之危难中写下了大量鼓舞人民抗日救亡的文艺作品,她创作的《卖报歌》《渔光曲》以及作词的《打回老家去》等至今闪烁着艺术的光华。

电影《安娥》在同名舞台剧基础上再次创作,音乐、唱腔、表演等方面都有所精雕细琢,使影片更加贴近时代、贴近生活、贴近观众。该片登陆交易平台后受到河北地区院线的广泛青睐,三周末订购近9000场。

除此之外,《满江红》《万里归途》《熊出没·伴我“熊芯”》《龙马精神》等“过亿”大片持续受到院线关注,其中《万里归途》已基本锁定2023年上半年故事片订购冠军。

科教片订购方面,《儿童成长之关爱牙齿》《双管齐下治疗儿童腺样体肥大》《儿童步行交通安全》《儿童防溺水常识》等关注儿童健康安全的影片本周仍然是院线关注热点。

露天电影丰富群众文化生活广受称赞

随着气温一路走高,各地陆续进入夏季公益电影露天放映旺季。设置在街道社区、村镇广场等户外放映点更加接地气、亲民众,既能欣赏到优秀电影,又能了解政策获取知识,还能增进亲朋好友交流。露天放映是广大基层群众喜闻乐见的传统惠民文化活动,受到大家的广泛好评。

“高考刚结束,就在家门口看了一场免费电影,心情特别放松,父亲节马上到了,祝天下

所有的父亲节日快乐、幸福安康,也祝所有学子考进理想的大学”。日前,为庆祝莘莘学子完成高考,新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市水磨沟区多个街道的公益电影放映队为孩子们放起了露天电影,让孩子们能舒缓身心,放松娱乐。

河南省舞钢市科协联合市电影公司利用夏收后农民抢种玉米的有利时机,采取故事片加科普电影的形式安排放映活动,及时普及玉米种植“耕、种、管、收”生产过程科普知识,增强农户玉米科学种植和管理,助力农户玉米种植增产增收。观众感慨地说,“送米来,送米面,不如这部科教片。各种农业科普片非常对我们的‘口味’,只要有时间,自己都会来看。”

“小孙子跑回家告诉我门口小广场放电影,我这饭没吃完就着急忙慌提了凳子来了,看了这场露天电影,禁毒知识咱懂得更多了!”内蒙古自治区乌兰察布市商都县开展全民禁毒宣传月公益电影放映活动,通过映前讲解禁毒预防教育知识、放映毒品预防教育宣传片和禁毒题材故事片,提高辖区群众防毒拒毒意识。

端午小长假期间,辽宁省大连市金普新区金石滩街道金山社区文明实践站开展公益电影放映活动,放映内容涵盖热门电影、人文故事片、科学教育影片等,不仅满足了社区居民精神文化需求,还丰富了社区居民的文化消暑生活。一位老大爷由衷地感叹道:“感觉像是回到了小时候,没想到现在还能和儿孙重温儿时的欢乐,很开心!”

(电影数字节目管理中心 车雪莹)

评剧电影《安娥》上新三周斩获订购周冠

由河北省石家庄市评剧院一团创排的评剧电影《安娥》本周拿下故事片订购冠军。该片主要讲述了我国著名剧作家、词作家、诗人、翻译家和社会活



国际票房点评
6月23日—6月25日

《消失的她》国际市场夺冠
《我爱你!》位居第六名

■编译/谷静

上周末,恰逢中国端午假期,中国影片《消失的她》以7040万美元的三天周末票房登上了国际周末票房榜的冠军,该片的累计票房已达9760万美元。前十名榜单上,还有另外一部中国影片——《我爱你!》,该片以1170万美元的周末票房位居第六名,其累计票房已达2350万美元。

第二名是迪士尼/皮克斯的《疯狂元素城》,该片在上映的第二周表现更好,仅下滑了18%。在40个市场中收获票房3130万美元,其国际累计票房已达5560万美元,全球累计票房已达1.21亿美元。该片在中国市场虽然没大放异彩,但仍以1110万美元的当



地累计票房票房领先海外市场;紧随其后的是韩国(当地累计票

房已达960万美元)、墨西哥(当地累计票房已达460万美元)、阿根廷(当地累计票房已达310万美元)和法国(当地累计票房已达270万美元)。

第三名是华纳兄弟公司的《闪电侠》,上周末在78个国际市场的票房收入为2660万美元,较上上个周末下滑了59%,国际累计票房已达1.23亿美元,全球累计票房已达2.11亿美元。排名前五名的市场是中国(当地累计票房已达2360万美元)、墨西哥(当地累计票房已达1440万美元)、英国(当地累计票房已达850万美元)、巴西(当地累计票房已达540万美元)和韩国(当地累计票房已达470万美元)。

全球票房周末榜(6月23日-6月25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
《消失的她》 Lost In The Stars	\$70,423,000	\$70,423,000		\$97,603,500	\$97,603,500		MULTICN	1	淘票票
《疯狂元素城》 Elemental	\$49,763,000	\$31,300,000	\$18,463,000	\$121,114,915	\$55,600,000	\$65,514,915	迪士尼	41	迪士尼
《闪电侠》 The Flash	\$41,865,000	\$26,600,000	\$15,265,000	\$210,943,503	\$123,300,000	\$87,643,503	华纳兄弟	79	华纳兄弟
《蜘蛛侠:纵横宇宙》 Spider-Man: Across The Spider-Verse	\$41,300,000	\$22,000,000	\$19,300,000	\$560,250,646	\$243,200,000	\$317,050,646	索尼	64	索尼
《变形金刚:超能勇士崛起》 Transformers: Rise of the Beasts	\$37,200,000	\$25,600,000	\$11,600,000	\$341,247,711	\$218,300,000	\$122,947,711	派拉蒙	70	派拉蒙
《不要见怪》 No Hard Feelings	\$24,600,000	\$9,500,000	\$15,100,000	\$24,600,000	\$9,500,000	\$15,100,000	索尼	49	索尼
《小美人鱼》 The Little Mermaid	\$18,074,000	\$9,400,000	\$8,674,000	\$499,341,764	\$229,100,000	\$270,241,764	迪士尼	53	迪士尼
《小行星城》 Asteroid City	\$12,945,000	\$3,945,000	\$9,000,000	\$16,693,714	\$6,479,000	\$10,214,714	环球	36	焦点
《我爱你!》 Love Never Ends	\$11,706,400	\$11,706,400		\$23,453,000	\$23,453,000		MULTICN	1	中影
《速度与激情10》 Fast X	\$6,361,000	\$5,281,000	\$1,080,000	\$689,254,150	\$544,693,000	\$144,561,150	环球	85	环球

北美票房点评
6月23日—6月25日

《蜘蛛侠:纵横宇宙》北美夺冠

■编译/谷静

上周末,索尼动画的《蜘蛛侠:纵横宇宙》在其上映的第四周,以1930万美元的成绩再次回到了榜单第一名的位置,较前一个周末跌幅为28.5%。该片上周末在北美的3785块银幕上放映,较前一个周末减少88块银幕,平均单银幕票房为5099美元,其北美累计票房已达3.2亿美元。

第二名是迪士尼/皮克斯的《疯狂元素城》,上映第二周末,新增票房1850万美元,较前一个周末跌幅为37.6%。该片上周末在北美的4035块

银幕上放映,平均单银幕票房为4575美元,其北美累计票房已达6550万美元。

第三名是前一个周末的冠军,华纳兄弟/DC的《闪电侠》新增周末票房1510万美元,较首周末暴跌72.3%。该片上周末在北美的4256块银幕上放映,较前一个周末增多22块银幕,平均单银幕票房为3586美元,其北美累计票房已达8760万美元。

榜单上唯一的新片《不要见怪》,首周末仅收获票房1510万美元,位居第

四。上周末在北美的3208块银幕上放映,平均单银幕票房为4706美元。该片的投资为4500万美元,在疫情后来看,一部爆米花喜剧片获得这一成绩已经算良好的开端。这部影片的观众占比64%;54%是白种人,24%是拉丁裔和西班牙裔,6%是黑人,17%是亚洲/其他人。这部R级电影在美国中南部、西部和中西部地区表现最为强劲,其PostTrak的正面评价仍然稳定在84%,观众推荐率为59%。

美国周末票房榜(6月23日-6月25日)

名次	片名	周末票房/涨跌幅%	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	《蜘蛛侠:纵横宇宙》 Spider-Man: Across The Spider-Verse	\$19,300,000 -28.50%	3785 -88	\$5,099	\$317,050,646	4	哥伦比亚
2	《疯狂元素城》 Elemental	\$18,463,000 -37.60%	4035 -	\$4,575	\$65,514,915	2	迪士尼
3	《闪电侠》 The Flash	\$15,265,000 -72.30%	4256 22	\$3,586	\$87,644,000	2	华纳兄弟
4	《不要见怪》 No Hard Feelings	\$15,100,000 -	3208 -	\$4,706	\$15,100,000	1	索尼
5	《变形金刚:超能勇士崛起》 Transformers: Rise of the Beasts	\$11,600,000 -43.90%	3523 -157	\$3,292	\$122,947,711	3	派拉蒙
6	《小行星城》 Asteroid City	\$9,000,000 954.60%	1675 1,669	\$5,373	\$10,214,714	2	焦点
7	《小美人鱼》 The Little Mermaid	\$8,674,000 -21.50%	3275 -205	\$2,648	\$270,241,764	5	迪士尼
8	《银河护卫队3》 Guardians of the Galaxy Vol. 3	\$3,518,000 -33.50%	2010 -250	\$1,750	\$351,122,883	8	迪士尼
9	《黑化游戏》 The Blackening	\$3,025,000 -49.70%	1775 -	\$1,704	\$12,266,705	2	狮门
10	《柜魔》 The Boogeyman	\$2,541,000 -30.30%	1640 -500	\$1,549	\$37,710,059	4	迪士尼