

# 票房未达预期 口碑两极分化 《阿凡达3》为何难续传奇

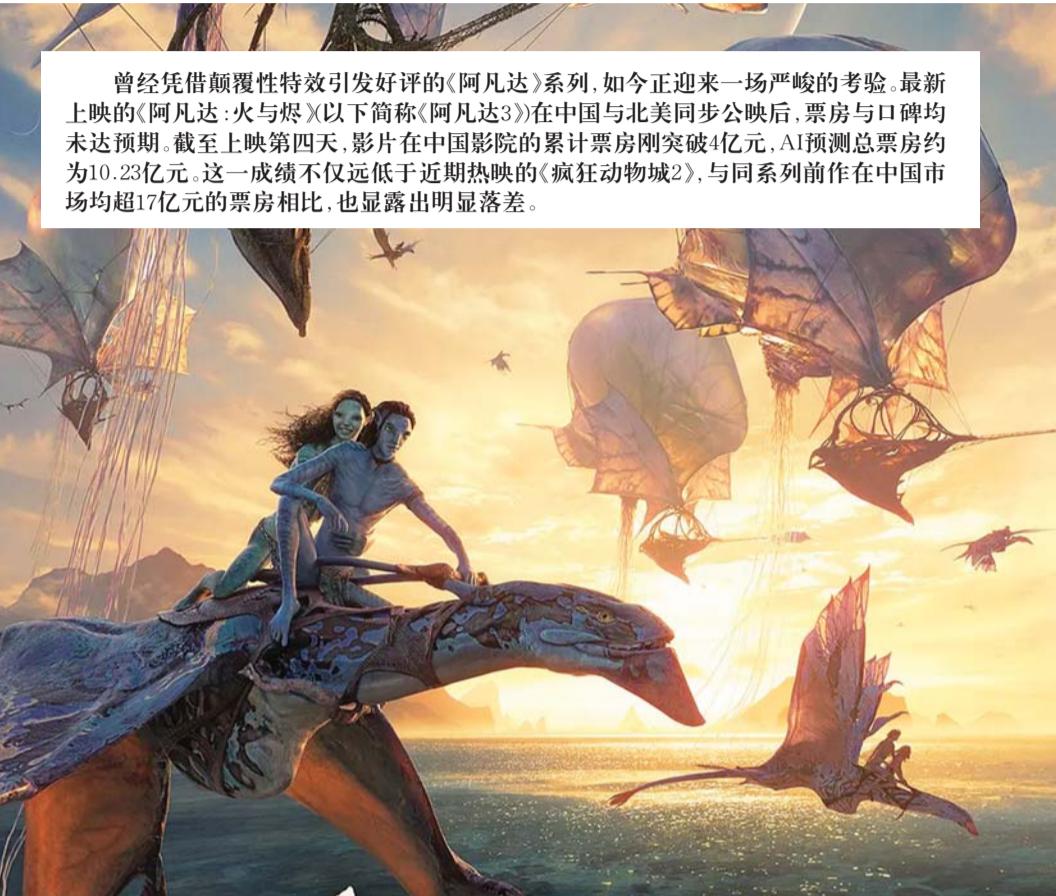
记者 刘宗智 济南报道

## 市场热度不及预期

12月19日,《阿凡达3》正式在中国与北美同步公映。这部自全球知名IP“阿凡达”系列延伸而来的续作依旧由卡梅隆执导,剧情紧跟2022年的《阿凡达:水之道》,探索人类与自然、科技与情感的深层命题。杰克一家在搭乘游牧民族“风之商人”翱翔天际的同时,也遭遇了性情凶猛的“灰烬族”袭击。这个种族与大地之母间有着深刻的矛盾,他们将撕开潘多拉星球不为人知的黑暗传说,同时人类势力也将影响纳威族的抉择,一段奇幻冒险由此展开。

影片上映前一晚,71岁的卡梅隆特意配合中国时间,通过IMAX大银幕与中国200多家影城的观众实时连线。他希望中国观众在沉浸于巨幕上宏大的场景、令人惊叹的视效与激烈的动作场面之余,更能借由3D技术真正“走入”故事,与角色同呼吸、共悲喜,完整踏上这趟三个多小时的旅程。此前,卡梅隆及影片主演也曾出席海南岛国际电影节《阿凡达3》首映礼,足见对中国市场的重视与期待。

但高声浪并未转化为预期中的高票房。《阿凡达》系列前两部电影在中国市场的票房均突破17亿元。2022年12月,《阿凡达2》预售开启4日后点映及预售票房已突破1亿元,上映前6小时突破2亿元。而今年的《阿凡达3》开售遇冷,中国影院首日票房(含点映及零点场)1.21亿元,剔除点映收入,实际首日票房不足1亿元。从购票热度来看,与前作上映时IMAX场次一票难求相比,《阿凡达3》的上座率略显低迷,周一工作日的上座率为1.4%左右,仅有IMAX等特效厅仍维持着一定的热度。



## 口碑呈现明显分化

在口碑方面,《阿凡达3》也呈现出两极态势。视觉表现依然是其最受肯定的部分。部分观众认为,影片的特效依然保持了卡梅隆一贯的高水准,3D效果沉浸感十足,某些场景的视觉冲击力甚至超越了前作,“真的就像是在潘多拉星球”。无论是漂浮的巨大水母牵引商队的奇幻场景,还是几场大战中超出预期的袭击节奏和场面调度,都给观众带来了沉浸式的体验。“灰烬族”的设定和潘多拉星球黑暗传说的展开,为影片故事增添了新的层次。

据悉,影片包含超过3500个

CG镜头。制作团队采用了先进的数字模拟技术,真实地还原了火焰的燃烧、蔓延和爆炸效果,每帧200万片独立渲染的灰烬粒子特效,从飘落的灰烬到堆积的灰烬堆,每一个细节都栩栩如生,使观众仿佛能身临其境感受火焰的烈度和温度。卡梅隆在与中国观众连线时透露,第三部新登场的“游商族”源自他五十年前的构思。早在20世纪70年代,他就画了这种漂浮水母带着商队的画面,那是为另一个故事准备的,后来开始创作《阿凡达2》和《阿凡达3》剧本时,他提议把这些奇幻种族融入故事中。

然而,在叙事层面,影片遭遇了不少批评。部分观众指出剧情

发展缺乏新意,许多情节桥段似曾相识,人物动机和情感转折显得生硬,难以引发共鸣。目前,《阿凡达3》豆瓣开分为7.6分,是该系列最低分,不仅低于《阿凡达》第一部的8.8分,也低于《阿凡达2》的7.8分。《阿凡达3》的口碑并非仅在中国引起争议,其全球各地开局表现均不及预期。烂番茄新鲜度69%,不及第一部《阿凡达》81%的新鲜度和《阿凡达2》76%的新鲜度,未能掀起观影热潮。

## 叙事与片长成观影阻力

《阿凡达》系列曾凭借技术革新改写影史,但如今观众对视觉

奇观的兴奋阈值已大幅提高。在经历过前两部的震撼后,市场更期待它在故事与情感层面带来新突破。

影片核心情节围绕“抓捕-解救-再抓捕-再解救”循环展开,主角一家多次陷入被俘与营救的套路,情节推进缺乏创新。创作者试图融入多个支线,如灰烬族的诞生背景等,但这些支线均一笔带过,未充分展开,导致叙事重心不明确。观众可能因过多分散的线索而感到困惑,影响对主线故事的关注。部分观众认为电影的精彩动作场面集中在后半段,前半段铺垫过长,导致整体节奏失衡。例如,火山大战和海空对决等高潮场景虽震撼,但前期拖沓的叙事削弱了整体的紧张感和连贯性。网友在社交媒体平台吐槽,“感觉就是个很常见的续集,而不是对前情和主题的创造性重塑”“大概是《阿凡达2》把我们宠坏了,这第三部感觉有些重复,几乎没有新东西”“特效像2025年的,故事像2005年的”。

此外,高票价和过长片长也成了影响观众观影决策的重要因素。在一些城市,《阿凡达3》的IMAX票价高达上百元,令不少观众望而却步。长达三个多小时的片长,也让一些观众在观影过程中感到疲惫和不耐烦,尤其是当剧情节奏未能持续保持紧张感时,冗长的叙事反而成了观影体验的负担。部分观众直言,“这电影太多无聊的重复,其实不需要演3个小时”。在《疯狂动物城2》等“优质大片”的同期竞争下,《阿凡达3》难免显得有些力有不逮。

《阿凡达3》的表现,折射出超级IP在持续开发中遇到的普遍困境:如何让视觉奇观更好地服务于故事表达?如何在延续主题的同时避免套路化?《阿凡达4》《阿凡达5》已在制作中,这一超级IP若想在未来重新赢得观众,关键在于能否在后续作品中实现自我突破与创新。

编辑:孔昕 美编:陈明丽

“讲文明 树新风”公益广告



遵规守序的文明社会  
离不开每一个人的支持