

“重生”归来，“侏罗纪情怀”难掩创新疲态



网络平台最新数据显示，好莱坞科幻巨制《侏罗纪世界：重生》上映仅6天，中国总票房已突破3亿元人民币，在竞争激烈的暑期档新片中遥遥领先，市场表现超预期。

记者 刘宗智 济南报道

票房不断攀高

作为斯皮尔伯格缔造的“侏罗纪宇宙”第七部作品，《侏罗纪世界：重生》由环球影业制作，2025年7月2日北美首映，同步登陆中国院线。影片由曾执导过《哥斯拉》《侠盗一号》的加里斯·爱德华兹掌镜，《侏罗纪公园》编剧大卫·凯普执笔，斯皮尔伯格担任执行制片人，“寡姐”斯嘉丽·约翰逊、乔纳森·贝利等领衔主演。故事设定在《侏罗纪世界3》五年后，濒危恐龙族群栖身孤岛，其体内蕴藏着足以革新人类医学的神秘基因。为夺取这一宝藏，一支精英小队深入恐龙禁地，却遭遇远超预期的致命危机与惊天阴谋……

从票房成绩来看，“侏罗纪”IP的市场号召力依然不容小觑。北美首周1.47亿美元登顶周冠，同时创造了2025年迄今北美首映周末票房第三大佳绩，仅次于奇幻动作喜剧片《我的世界大电影》和奇幻冒险喜剧片《星际宝贝史迪奇》。中国市场，《侏罗纪世界：重生》上映后也一直蝉联票房冠军，截至7日中午，票房已达3亿元人民币，此前势头较猛的另一部好莱坞大片《F1：狂飙飞车》不得不暂避其锋芒，从榜单冠军退居至排名次席。

尽管《侏罗纪世界：重生》中精心埋设了致敬前作乃至斯皮尔伯格《E.T.外星人》、爱德华斯《哥斯拉》的诸多元素，意图唤起观众情怀共鸣，实际效果却未尽如人意。国内主要网站开分仅为6.2分，这一成绩既低于《侏罗纪公园》系列，同样不及《侏罗纪世界》系列的前三部。

观众普遍反映，影片视效震撼，恐龙呈现逼真依旧，但剧情陷入严重套路化桎梏。主线围绕制药公司雇佣兵（斯嘉丽·约翰逊饰）采集恐龙基因，副线则强行嵌套“作死一家人”的丛林冒险，两条叙事线关联松散，“剪去其一亦不影响

故事完整”。更被诟病的是，作为核心卖点的恐龙惊艳亮相却时长不足，惊悚氛围塑造薄弱，配角死亡处理仓促。有网友犀利点评：“观众未及害怕，人已入龙腹。”

印象最深是第一部

在好莱坞科幻冒险大片中，“侏罗纪”系列电影具有里程碑意义。它不仅开创了好莱坞此类电影的新篇章，填补了恐龙题材科幻电影的空白，同时也通过对侏罗纪恐龙世界的视觉建构，满足了观众对于史前恐龙文化的好奇与想象。

1993年，由好莱坞著名导演史蒂文·斯皮尔伯格执导，改编自迈克尔·克莱顿同名小说的电影《侏罗纪公园》上映后引起了巨大的轰动效应，观众与影评人为了这部电影纷纷涌向电影院，并对其给予了极高的评价。因此，《侏罗纪公园》成为当时最成功的科幻冒险电影，全球票房总额高达11亿美元，并且其电影衍生品的数量和种类惊人，掀起了电影产业经济发展的新高潮。

时隔四年，斯皮尔伯格又将《侏罗纪公园》第二部《失落的世界》继续推向大银幕，使《侏罗纪公园》成为系列电影，并形成独特的叙事背景、叙事框架和影像美学，使《侏罗纪公园》系列电影成为塑造和展现观众为之着迷、向往的史前恐龙文化的“专业户”，这一系列电影几乎对恐龙题材科幻电影形成了产业垄断倾向。

此后的《侏罗纪公园3》及《侏罗纪世界》系列同样广受欢迎。尤其是“侏罗纪”系列的第四部电影《侏罗纪世界1》，该片上映首周便刷新了“新片上映首周榜单”的全球票房纪录，最终影片全球劲收16亿美元票房，一度晋级电影史上最吸金的电影前三，目前位列全球影史票房榜第十位。但在不少影迷看来，印象最为深刻的还是斯皮尔伯格开创性的《侏罗纪公园》，今年这部《侏罗纪世界：重生》的水准仅徘徊于系列中游及格线。

再难灼烫心灵

“侏罗纪”系列在中国同样拥有深厚观众基础。上世纪90年代，《侏罗纪公园》三部曲便已登陆中国银幕，而《侏罗纪世界》三部曲更是暑期档常客。2018年北京电影节，“侏罗纪”四部连映，开票14秒即告售罄，足见其持久魅力。

“侏罗纪”IP为何能长青30年？究其根本，或许还是源于人类对恐龙世界奇异景观的探索欲与好奇心。正如主角所说，“就当在6500万年前的丛林中散步一样。”《侏罗纪世界：重生》中，沧龙和棘龙共生捕猎，在海洋中围困船只，泰坦巨龙在高可没人的草丛中踱步行进，这种飞跃的想象力将视觉奇观推向极致，为观众提供了原始的震撼体验。

作为经典的科幻冒险大片，“侏罗纪”系列作品同样秉承着深刻的人文情怀表达。创作团队并没有把影片打造成为单纯的视觉享受作品，而是希望在留给观众深刻印象的同时引发大众对现实问题的思考。从《侏罗纪公园1》开始，侏罗纪系列就一直在表达着人类应该尊重自然而非对抗甚至试图控制自然的主题，并将人与自然的关系投射到作品中人类与恐龙的矛盾上，在矛盾的发展中不断完善人类与自然和谐关系的对策。《侏罗纪世界：重生》延续了该系列的主题表达，在矛盾设计上更加激烈和复杂，力求将人类对抗自然的后果充分展现出来，达到警示世人的效果。

《侏罗纪世界：重生》的票房成功再次印证了超级IP的吸金能力，银幕上的恐龙依然能点燃观众的肾上腺素。然而，当技术奇观沦为流水线的标准配置，那份曾令全球观众战栗与狂喜的原始悸动，似乎已渐行渐远。这座辉煌了三十年的“侏罗纪公园”，是否终将在好莱坞的工业流水线上，凝固成另一具华丽却冰冷的商业化石？这不仅是本片的叩问，更是整个系列乃至好莱坞大片模式面临的难题。

编辑：孔昕 美编：陈明丽

“讲文明 树新风”公益广告

齐鲁晚报

点菜不铺张 吃剩“打包”走

敬天惜粮 勤俭节约

