

近年来,国产网游在海外的“出境率”越来越高,不仅数量在增加,种类也更加多元

“文化+”打法,让中国游戏“玩”出海

本报记者 刘小燕

“在日本地铁站能看到国产网游的广告,还是自己经常玩的游戏,让人感觉非常惊喜又亲切。”6月28日,在日本生活的陕西人周旋告诉记者,近几年,身边玩国产网游的日本朋友明显增多,大家通过这些游戏了解到中国游戏产业的迅速发展,感受到游戏中承载的中国文化。

国产游戏持续海外圈粉

“因为我自己就很爱玩游戏,还在杭州一家游戏公司的用户社群岗位工作过一段时间,所以比较关注各类游戏的用户评价。”5年前来到日本时,周旋就已经对游戏产业和游戏文化在日本的受欢迎程度有所耳闻,令她没想到的是,国产网游甚至是更大范围的中国游戏,早已悄悄走入日本的年轻人群体。

周旋向记者介绍,当地玩家可能不会特别留意某款游戏来自哪个国家,但国产网游比较好区分,其中一大因素就是语言。“比如欧美等地的游戏,在引入日本时会全系统翻译成日语。但日本人阅读中文难度比较低,所以中国游戏进入时,会直接保留角色名、游戏环节等特有名词的原中文词汇。”

还有一些海外游戏玩家,则倾向于通过网游了解中国游戏产业的发展。来自印度尼西亚的妮莎,是一款由上海某科技公司开发的多人在线战斗竞技游戏的忠实用户。“这款游戏玩起来非常刺激,而且能做到在保证武器切换和团队配合极其流畅的同时,让场景画面看起来也很精致逼真。”妮莎说。

2023年中国游戏产业年会发布的《2023年中国游戏出海研究报告》显示,中国游戏企业出海业务在周边地区已成常态化,北美、欧洲市场布局也逐步提速。与此同时,记者留意到,近年来各地为游戏出海提供了诸多政策

阅读提示

作为中国文化出海“新三样”的网游,凭借流畅的娱乐体验、丰富的人物画面和有趣的剧情设计,收获了广大海外游戏用户的喜爱,而其中蕴含的中国文化元素,让这些游戏在海外市场更具独特性。

支持。例如,2022年7月,北京市东城区制定并出台了《国家文化出口基地建设实施方案》,明确提出“健全国际网络游戏繁育体系,鼓励和支持精品化产品海外发行,弘扬中华优秀传统文化”。江苏省商务厅等26部门于2023年1月发布的关于推进对外经济贸易高质量发展的若干措施中提出,要促进动漫、网络游戏出口,引导原创作品融入中华文化元素,进一步丰富网络游戏品类。

在游戏中看见中国文化

通过实时在线组队,妮莎匹配到许多同样对中国游戏痴迷的海外玩家,也认识了很多朋友。“中国也是游戏技术大国,中国游戏甚至超过了本土游戏的流行程度。”在妮莎看来,自己有些错过了中国游戏在海外传播的第一阶段,而中国游戏在印尼的流行速度也越来越快,还有大量有趣的游戏值得去尝试。

出海的国产网游及更多中国游戏,在海外传播的不仅是游戏产品本身,更以独特的中国文化元素圈粉。“网游+文化”的设置,让国产游戏从激烈的游戏市场中脱颖而出,也为提升用户粘性、拓展发展方向提供了土壤。

在周旋的印象中,一款国产换装游戏在传播中国文化方面就做得非常成功。“这款换装游戏在中国农历新年期间,上线了大量的中式新年服装,以及糖葫芦、汤圆等春节食物,还在剧情设计上让角色过新年,这些极具特色的设置让很多日本玩家了解了中国的春节。”周旋说,这些文化元素的加入,让海外游

戏玩家知道了中国过年的时候大家在做什么、吃什么,有哪些重要的习俗和节日形象,“还有朋友玩了游戏之后对我说春节快乐,特别感动”。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁在接受记者采访时指出,网游是文化“新三样”出海中的重要组成部分,首先在于Z时代年轻人对游戏有一种天然的文化娱乐需求,而游戏本身的沉浸式交互特征,使其在输出的同时,让价值观、情感等内容更容易得到认同。

“从过去进军东南亚等游戏产业相对薄弱的地域,到现在逐步在欧美日韩主流游戏市场上获得突破,国产游戏出海的内核驱动就是文化传播。”资深游戏产业分析师张书乐认为,国产游戏通过独有的中国风形成了区别于海外游戏的风格差异,但同时注重拥抱市场,通过中式玄幻加入海外玩家熟悉的奇幻、科幻内容,又或者将蒸汽朋克、赛博朋克等海外潮流文化和中国元素巧妙融合,使国产游戏的出海势头正猛。

“文化+”打法值得期待

让人略有担心的是,《2023年中国游戏出海研究报告》显示,2023年中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为163.66亿美元,同比下降5.65%,继2022年以后再次出现下降,这也意味着游戏出海已不再是蓝海市场。

面对激烈的海外游戏市场,“文化+”的打法能否让国产游戏迎来新机遇?对此,周

旋结合自己对身边日本朋友的观察表示,一些产品的“文化+游戏”模式有效改变了某些玩家对中国游戏和中国文化的偏见。“还能看到的是,国产古风类游戏可能最开始水土不服,但有中国网文接触背景的人会更熟悉并且喜爱。”周旋表示,这暗示着国产游戏在进入海外市场时不必急于过度本土化,有独特文化特色的游戏反而难以被替代。

妮莎也告诉记者,自己是在团队游戏的过程中,通过其他玩家的介绍才了解到这款游戏来自中国,这正是遗憾之处。“从内容来看,里面的中国文化特征不是很明显,加一些中国独有的武器或者场景,就能更容易辨别出来。”妮莎说,自己还被推荐了许多其他的中国游戏,在文化融合方面就做得更好。

“中国文化的对外传播,必然经历海外受众从模糊到熟悉的过程,而游戏作为一种数字媒体,可以在强互动过程中达成沉浸式体验,文化代入感更强烈。”张书乐认为,搭载文化元素的游戏产品,本身就依靠独有文化IP和文化理解,形成了“护城河”,尤其是在国产游戏在游戏核心技术上不出众、现有优势游戏类型的窗口期已经接近尾声的当下,以文化作为差异化的核心竞争力将更为重要,也更能让国产游戏有充足时间在技术上追平全球顶流大厂。

同时,郑宁也对中国游戏的出海给出提醒,要尤其注意符合当地的民族习惯、文化习俗和宗教习惯,注意做好对未成年人的保护工作。在她看来,游戏的世界观、价值观设定要符合全球普遍公认的价值体系,并配备专业力量做好著作权、商标注册、数据和个人信息保护等知识产权方面的工作。

文化“新三样”^⑤ 乘风出海



“非遗+研学”感受传统文化魅力

日前,福建省永春县的小朋友在家长的带领下走进竹森香堂研学基地,体验永春香的制作技艺,从中感受非遗文化,丰富暑期生活。近年来,永春县推出“非遗进校园”“非遗+研学”等活动,通过一系列财税优惠政策,助力“非遗”产业健康发展。

图为制香非遗技艺传承人林文森正在指导小朋友制香。
本报通讯员 王旺旺 摄

视线

适当延长开放时间、简化预约程序 到博物馆,度过清凉暑期

本报记者 赵爽

眼下,为期两个月的暑期旅游旺季拉开序幕。暑假期间,“亲子游”“研学游”进一步带动博物馆热,公众参观博物馆的热情愈发高涨。为充分发挥博物馆社会教育功能,更好满足广大公众精神文化需求,近日,国家文物局办公室发布《关于做好2024年暑期博物馆开放服务工作的通知》(以下简称《通知》),让广大观众特别是青少年在博物馆中度过“清凉一夏”,乐享暑假时光。

《通知》明确,重点场馆、热门场馆可根据实际情况,适当延长开放时间,策划云展览、云直播、云教育以及流动展览等方式,最大限度满足公众参观需求。优化安检和核验流程,缩短观众排队等候时间,增设防暑设备和必要防暑药品、饮品,切实做好观众和一线工作人员防暑降温工作。《通知》强调,经评估无须通过预约机制实现分流、错峰,场馆应取消预约。如确需预约的,应结合实际优化预约机制,加强精细化管理,尽可能简化预约程序。

记者了解到,为了更好地满足游客的进馆需求,今年暑期,陕西历史博物馆、三星堆博物馆、湖南博物院等场馆均推出延时参观举措。以三星堆博物馆为例,其在7、8月份实行延时服务,延时至晚8时闭馆。三星堆博物馆副馆长董静表示,延时参观服务是为了提升暑期游客的体验感,让游客拥有更加充裕的参观时间。此外,三星堆博物馆还在订票、退票、游客服务等方面做出优化调整,在游客参观过程中,博物馆会提供更多的文创产品、充电宝、防暑降温产品等。

针对热门旅游场所抢票难、预约难的情况,北京市文化和旅游局6月曾发布通知,除故宫、国家博物馆等旅游景区和对外开放单位外,全市旅游景区已全面取消预约要求。记者了解到,目前,北京市大部分博物馆已取消预约参观机制,观众不预约就可到现场购票或直接入馆。例如,北京大运河博物馆,游客持有效身份证件,现场验证并安检后即可参观;北京艺术博物馆、北京古代钱币博物馆等,观众可现场购票也可通过线上购票渠道提前购票。相关措施的实施让博物馆资源得到了更充分利用,有助于缓解热门博物馆预约难的困局。

暑期是广大观众特别是青少年参观博物馆的高峰期。《通知》指出,各地博物馆应结合暑期特点,策划开展适合青少年参与的特色展览和教育活动,强化博物馆教育功能。今年暑假,浙江省杭州市园林文物局将组织全市各博物馆推出39个临时展览、107场社教活动,吸引更多青少年入馆参观。以杭州市下辖的淳安县为例,淳安县博物馆将于暑期举办3期淳安竹马研学活动,活动内容主要包括竹马展陈馆参观、竹马教学、竹马妆造介绍、竹马演出、互动体验等环节,由淳安竹马的代表性传承人开展现场教学,让青少年们在研学活动中全方位了解淳安的国家级非遗代表性项目。

暑期观展热度上升,有游客反映一些热门场馆外出现“黄牛”倒票现象,不文明观展问题时有发生。对此,《通知》要求各地博物馆要加大对“黄牛”囤票、倒票等行为的打击整治力度,切实维护公众基本文化权益,并主动发布预约规则、参观须知、文明参观倡议等,引导观众通过正规渠道预约门票、参与研学活动。

推进文化和旅游深度融合

广西实施“文化润景”和“景区焕新”工程

本报讯(记者鹿慧敏 通讯员孟萍)记者从广西壮族自治区文化和旅游厅了解到,近日该厅印发《广西实施“文化润景”工程行动方案(2024—2026年)》和《广西实施“景区焕新”工程行动方案(2024—2026年)》,提出大力实施文化润景工程和景区焕新工程,推进文化和旅游深度融合,迭代升级旅游产品和供给模式,加快广西文化旅游强区和世界级旅游目的地建设。

文化润景工程行动方案提出,充分挖掘广西文化底蕴,弘扬优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化,以文塑旅、以旅彰文,大力实施文化润景、诗书润景、演艺润景、节庆润景、影视润景五大行动,用文化润景讲好广西旅游故事。

广西将打造文创街区,培育文创品牌,举办诗书创作赛事及活动,引进优秀演艺进景区,推动景区打造演艺精品,发展景区民族及特色节庆,打造全新节庆体验,成立景区拍摄联盟,打造景区影视基地。景区焕新工程行动方案提出,广西将开发高品质主题旅游和休闲度假产品,打造具有国际影响力的景区。

广西文化和旅游部门将加强组织领导,统筹利用各类资金渠道,加大对文化润景工程和景区焕新工程相关项目的支持力度。鼓励市、县人民政府每年安排专项资金支持文化润景工程。建立社会主体、政府引导的多元文化投入机制,鼓励和引导景区投资运营主体加大对工程的投入。同时,定期开展督查、检查,确保工程实施效果。



书店避暑“充电”

进入7月,暑假来临,浙江省金华市出现持续高温、闷热天气,市区各大书店、书城成为市民避暑休闲的好去处。不少家长带着小朋友前来看书、买书,感受书香假日生活,乐享阅读美好时光。

时补法 摄/视觉中国

艺评

走走停停,本来就是人生常态

沙洲

从“宝总”到“脆皮青年”,胡歌告别乱花迷人眼的上海滩,转场到影片《走走停停》中,饰演文艺青年吴迪,北漂十年最终惨淡回乡,寻求另一种生活可能性。没有“宝总”跌宕起伏的人生故事,吴迪走走停停,观众也跟随他的视角,与他的父母、妹妹、高中同学相遇,也随之体验了一把人近中年却一切未知的待定人生。

“脆皮青年”,这个词本意指青年群体生理健康方面的脆弱,后来被不少年轻人拿来作梗自嘲。《走走停停》中,吴迪的经历就像是千千万万“脆皮青年”的缩影,三十而立,理想搁浅,又无法接受黯淡无光的生活,拧巴又不甘,心中的理想也就成了“孔乙己脱不下的长衫”。

虽然选择的主题很现实,但整部影片

的呈现方式却是轻喜剧风格,镜头充满了对日常生活和普通人的关照,有一种平实温暖的美。

近几年,影视剧悄然兴起一个新的分支——返乡剧。青年“返乡”“洄游”的身影在荧屏上逐渐增多,《去有风的地方》《故乡,别来无恙》《小城故事多》《幸福到万家》等都是典型的优秀作品。

纵观这几年的返乡剧,在内容创作上存在若干共性,故事层面多是主人公在大城市陷入人生的瓶颈期,选择回小地方疗愈,他们在故乡经历种种挫折,最终收获亲人的抚慰、爱情的美好、友谊的真挚,在故乡找到人生的无限可能。

不过,在这些共性的背后,返乡剧似乎也陷入某种程式化的窠臼。在相似的返乡动机下,剧情多是“创业+X”的故事走向,收尾基本都是主人公爱情事业双丰收,同时带动乡村振兴、特色产业发展的美好结局。这

样世俗意义上的成功故事仿佛童话,固然疗愈人心,但在现实面前,似乎不接地气,过于悬浮。

而《走走停停》则跳出了返乡剧主流的叙事模式,影片里几乎没有显见的成功者。吴迪北漂失败,返乡求职被现实狠狠捶打,尝试自拍电影最终只能靠开出租车谋生。然而他却依然松弛到骨子里,他的父母也没有传统家庭对“废柴”子女的焦虑或压抑,影片中人物都带着自己的小追求、小秘密,在他们身上不见被不如意摧残后的愤懑、刻薄,反而有着认清生活真相后的坦然和乐观。

川渝地区自带特别的气质,有着乐观、舒适、开放的精神,生机勃勃又不至于泛滥的独特风采。选择这样一处可归的“故乡”,《走走停停》主创的笔触是温柔的,关于亲人死别、恋人未了、事业艰难,都柔软地点到为止。并不是所有人的故乡都有无限可能与

机会,不过越来越多的地方也如同影片中的故乡一般,拥抱“洄游”的年轻人,能给他们继续向前走的勇气,也能温和托住他们的失落。

不少年轻人不再信奉世俗的成功学,转向更加多元化和个性化的生活方式,以寻求人生价值实现的多种可能性。《走走停停》看到挣扎在理想与现实困境中被忽视的大多数,理解他们去与留、进与退的挣扎。导演龙飞说,“我们希望影片传递自洽的心态,放松一点,允许一切发生。”

《走走停停》没有大团圆结局,没有美梦成真,却有着充满力量的真实,它把生活的种种鸡零狗碎、五味杂陈表现得淋漓尽致,用真诚的笔触娓娓道来,不必执着于使劲往前走,走走停停,本来就是人生的常态。如此简单的浅浅的治愈,可以暂时抚平那些卷不动也躺不平的人们精神褶皱,给“困在社会时间表”里的人些许踏实的安慰。