

艺文聚焦

中国游戏出海模式不断升级

研讨会上，暨南大学文化产业研究院副院长郑焕钊以“增强文化属性，提升中国游戏国际影响力”为主题作主旨发言。

他分析，目前中国游戏出海主要有三种形式：投资出海、产品出海、生态出海。其中最直接的是投资出海，如今中国游戏企业的海外投资版图已基本实现全球覆盖，全球顶尖的游戏公司背后都有中国资本。

产品出海则是目前游戏出海最主要的形式，如《原神》《王者荣耀》《万国觉醒》和《和平精英》等游戏都走出国门。

与单个产品出海相比，生态出海则是更深入的出海模式。如《阴阳师》构建了一个生态宇宙，布局硬核对战、轻度休闲、偶像养成等多条游戏赛道，同时也从动漫、舞

暨南大学文化产业研究院副院长郑焕钊

游戏出海，要让更多玩家成为中国文化的“自来水”

“不出海就出局”已成国内游戏行业的默认“游戏规则”。

近年，随着国内市场日益饱和和以国内版号限制所带来的转型需求，国内大部分游戏企业把出海看成发展的重要途径。2021年，中国游戏产业在海外市场的实际收入达到180.13亿美元，正式突破千亿元人民币大关。

数据显，美、日、英、德等国家都是国产游戏出海的重要市场。根据中国音像与数字出版协会发布的《2022年中国游戏出海情况报告》，在全球移动游戏出海市场流水排名前100的产品中，美、日、英、德等市场中的国产游戏产品数量实现了连续两年增长。而中东、非洲、东南亚、拉美等地区的新兴游戏市场具有较大的发展潜力，更有望成为中国游戏出海新的增长点。

随着海外市场竞争加剧，国内游戏厂商愈发重视探索出海的新途径，不断尝试以游戏打破文化壁垒，巧妙融合中国传统文化，塑造出具有完善世界观与深厚文化背景的游戏，让玩家产生共鸣。

“游戏+文化”的空间不断增大，是否已成为参与国际传播、打造文化软实力的新兴领域？

9月5日，在羊城创意产业园举行的“寓文于乐游戏出海——探索国际传播新航道”研讨会上，来自游戏界、文化界、传播界的各路专家对此表达了各自的见解。

成为中国文化的“自来水”

《叫我大掌柜》南海丝路日文版海报



新闻链接

《叫我大掌柜》南海丝路版本由羊城晚报与三七互娱合作推出，采用海上丝绸之路、水下考古等具有浓郁“广东风”的主题，以文物修复为载体，让海内外玩家在游戏过程中，参与海上寻访及对文物的打捞、修复，感受岭南风情，了解海上

丝绸之路的千年故事。自8月中旬该游戏版本上线中国港澳地区后，在当地模拟品类中的排名不断上升，最高时跃升至品类畅销榜TOP3。目前游戏已在日本、韩国上线，未来还将在全球上线英文版本。

它是一种无法回避的当代传播途径

“在这个时代，游戏已经是一种无法回避的传播途径。文化界需要更主动去面对和接受这个事物，探索有效融合的方法。”广州美术学院工艺美术学院院长齐喆认为，游戏以用户参与为核心，其互动性要超越所有传统沟通媒介，传统文化和现代游戏产业的互动，能够起到“用现代激活传统”的作用。

据介绍，由羊城晚报与三七互娱近期合作推出的《叫我大掌柜》南海丝路版本，初创时即邀请暨南大学、广州美术学院、广东省博物馆等学术机构专家，组成专项小组，为研发提供文化界

的深度介入与学术支持。作为专家组成员之一的齐喆表示，让专业人士将相关领域、相关时段最精彩的内容传递给游戏开发者，并以直白的方式表达出来，能够让游戏用户快速被感染，更快地进入相应的文化语境。

广州美术学院非遗中心主任方昕曾在中国驻英国大使馆任外交官，从事文化交流工作。她则通过2017年“南海1号”文物英国巡展所遇到的波折看到，传统文化通过传统方式出海在当今会面临不少挑战和风险，而数字化转型和传播可能会是关键的破题点。

“大英博物馆年接待量约600万人次，成熟的游戏产品用户则达千万量级。”方昕认为，数字游

戏跟实体文物展览是两个截然不同的领域，不能简单以数字和数量作为量化的指标进行比较，而游戏是一种非常强势的传播力量，需要进一步重视。“包括游戏在内的文化产品是传统文化符号转译的有效方式，能够更好地进入消费者市场。”

近年来，社会各界对文物文化的开发利用越发重视，游戏与文博结合或许还能走得更深。广东省博物馆文物保护科技中心主任张欢将游戏视为一种数字化的文创产品。

“文物保护修复的终极目的，不仅仅是完善文物本体的材料和结构，更重要的是对文物信息和价值的提取、评估和发掘。”张欢认为，游戏与文物修复要想达到良好的结合，应更深入发掘文物的信息和价值，然后以不同的创作方法，更大胆地呈现和演绎文博故事。



《江南百景图》

传统文化游戏如何摆脱“叫好不叫座”

虽然“文化+”已经逐渐成为游戏业界共同探索的方向，但仍有很长的路要走。

“我们需要更精准地找到表达文化内涵的方式。”林雨璇表示，随着内容版权保护、本地化难度高、国际环境变化、海外法律政策变化、海外竞争加剧等问题浮现，中国游戏与出海深度链接还需要更多力量共同参与。

据相关研究统计，在海外排名靠前的中国游戏很多都是策略类，其底层逻辑和游戏规则主要以西方大众游戏为基础，还没有真正建立起属于中国本土的游戏机制。

郑焕钊认为，在一些

当下成熟的出海游戏产品中，开发者虽有意将中华文化的传统元素融入场景与人物设定中，但虚构零散的叙事无法实现中国故事和中国价值的精准表达，即便得到了市场层面的认可，但还难以形成中国独有的文化竞争力。如以《江南百景图》为代表的传统文化游戏，虽然凭借优秀的品质、丰富的文化内涵获得北美、欧洲等地应用商店推荐，但明显面临着“叫好不叫座”的窘境，无法收获市场层面的广泛认可。

“实际上中国游戏在底层玩法规则、审美体系，以及市场对中国传统文化接受度的层面，还远远没

有达到跟它的市场占比相匹配的文化影响力。这是目前中国游戏出海过程当中的文化短板。”他说。

不少国产游戏还停留在审美和认知的层面，比如《原神》中的中国山水戏剧，《王者荣耀》中的敦煌皮肤，而《叫我大掌柜》南海丝路版本，更多的还是知识认知层面的赋予。

“一款好的游戏，要有文明价值的表达和文化制度的设计，要让玩家形成一种情感，甚至是信仰方面的感召力。”郑焕钊建议，提高游戏的文化属性，更应该将游戏视为“超级文化容器”，更深入地开发具有文明议题的游戏大作，从而引领潮流。



王安石变法主要人物图卷



主题沙龙现场

让海外用户成为中国文化的“自来水”

以游戏表达中华文明、中国文化是出海策略，更是初心愿景。

三七互娱品牌副总裁叶国营回忆，过去不少三国题材的游戏产品来自日本。“看到中国的文化IP由海外国家来提供游戏体验，令一代游戏开发者心情复杂。从一开始，我们就希望通过数字文化产品，做中国文化的世界表达。”

由三七互娱发行的古风模拟经营手游《叫我大掌柜》，先后结合醒狮、京剧、海上丝路等中国文化题材，推出对应新版本，《叫我大掌柜》通过寓文于乐的游戏内容，令更多海外用户深入体验中国文化，成为中国文化的“自来水”（“自来水”为网络用语，指自愿为喜爱作品进行宣传的粉丝团体）。

三七互娱海外创意媒体总监林雨璇介绍，曾有美国用户在游戏中对京剧唱腔产生浓厚兴趣，并主动同学，将来自东方的表演艺术融入其社区表演与日常生活中。

又如成熟出海游戏《原神》中，结合古代神话的角色“魈”，让海外玩家学起汉语拼音“xiāo”；粤剧名家曾小敏与本土创作者合作，根据相关版本创作的粤剧版《神女劈观》更是B站顶流，掀起全网二创风潮；一身京剧行当的角色云堇，甫一上线就



《原神》角色云堇

万花筒

“中国好书”得主吴钩新作：从大历史视角重新审视王安石变法

文/羊城晚报记者 陈晓楠 通讯员 梁翌 图/受访者提供

为什么替这对君相立传？

关于《宋神宗与王安石：变法时代》的创作意图，吴钩表示，宋神宗是他钦佩的宋代君主，他在位期间的熙丰变法（即王安石变法），则是中国历史上最激动人心的高光时刻之一。这场变法的“导演”王安石，是一流的文学家、一流的学问家、一流的政治家。吴钩希望通过讲述这对默契君相的跌宕人生，以全面重述那场激荡11世纪、争论至今的重大改革。

王安石变法历来争议不断，否定者认为变法导致宋朝底层百姓备受盘剥，北宋也因此断送了立国以来形成的“与士大夫共治天下”的优良传统；赞扬者则认为，这场变法的一些举措体现了许多近代才出现的国家经营之先声，是宋朝站在近代门槛上的表现。

吴钩持后一种论点，他认为，王安石变法是国家主动开启近代化的一次伟大尝试。这一观点与学者梁启超、黄仁宇

等人认为的宋代具近代气质的说法是暗合的。近代学者陈焕章甚至感慨，王安石是近代性的体现者，“如果他的计划全部得以贯彻施行，那么，中国早在一千多年前就应该是一个现代国家了”。

书中对变法举措的出台、推行、争议作了极细致的描述和分析，细腻还原了保守派与变法派间火药味十足的攻防战，生动展现了北宋治国精英的群体面貌——既有宋神宗、王安石的积极进取，也有司马光、文彦博等人的保守乃至迂腐。

王安石变法存在种种争议，但在吴钩看来，王安石是近代化的先行者，他用一句很形象的话来描述：“近代化的历史就好像是一条时光隧道，西洋人打开了隧道的一扇门，晚清人与东洋人跑进去，跑着跑着，却发现前面居然有一位熟悉的先行者，那就是宋代的王安石。”

市面上关于王安石变法的著作众多，想写出新意并不容易。

吴钩表示，为避免跟前人的叙事重复，他购买并阅读了市面上几乎所有同类著作，然后发现大多数作品都把论述重点放在了这场变法的评上，而变法的具体过程和细节，仅作鸟瞰式、粗线条的勾勒和描述，相关人物的互动，尤其是关于宋神宗与王安石的关系，以及围绕变法展开的新旧党之间的冲突、论辩和争斗等细节颇为欠缺。而这部分的内容，其精彩程度甚至超过虚构的历史小说。而这一类缺失，正是他可以浓墨重彩予以描绘的空间。

吴钩表示，历史书写，包括为历史人物立传，最重要的是讲清楚历史事实，而非急于灌输作者的史观、立场和评价。在本书中，他将重点放在讲清楚王安石变法的整个过程，如变法派与保守派如何博弈，博弈的结果是什么，王安石做了哪些事，没做

哪些事，他的对手又做了什么事。

为了探寻那段历史的原貌，吴钩在动笔之前，花费大量时间阅读相关文献，书中仅直接引用的史料文献便超过150种，涵盖史官记述、笔记小说、当事人日录文集、奏书汇编等。吴钩在使用这些文献的时候，十分注意辨析文献记录的真伪，因为新旧两党对同一事件的描述可能截然相反，他会参考不同文献记录与表述，试图互相印证，以尽量厘清事实。

此外，书中也介绍了王安石和当时名流交往的许多内幕。例如与王安石对峙半生的苏轼，他们是如何结仇的，各自如何看待和对对方？晚年苏东坡与王安石真的握手言和了吗？

作者和编辑团队还精心制作了“王安石变法主要人物图卷”。图卷清晰列出众人所属阵营、人物主张、性格特征，以及其参与的重大事件，历史舞台上的纷繁人物，一览无遗。

文博：第六届丝绸之路（敦煌）国际文化博览会开幕

9月6日，第六届丝绸之路（敦煌）国际文化博览会（以下简称“敦煌文博大会”）在甘肃省敦煌市开幕。本届敦煌文博大会以“沟通世界：文化交流与文明互鉴”为主题，50多个国家、地区和国际组织的1200多名嘉宾参会。土库曼斯坦担任本届敦煌文博大会主宾国，新疆维吾尔自治区担任主宾省。

本届敦煌文博大会设置了以“敦煌论坛”为统一名称的13场论坛会议，深入挖掘丝路文化精髓。在文化交流互鉴方面，举办主宾国、主宾省专题展、“艺汇丝路——丝路童心”上海合作组织国家儿童画展、世界文化遗产保护典范和敦煌学研究高地建设成果展等9项展览，涵盖丝路沿线文物精品、艺术作品、文创产品。

文创：服贸会期间文博文创展区接待观众16万人次

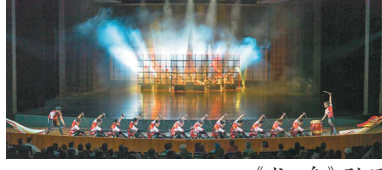


2023服贸会文博文创展区展品

9月6日，2023年中国国际服务贸易交易会落下帷幕。据统计，服贸会期间，文博文创展区精心遴选数百件文创新品和上千件文创精品，进行集中呈现，共接待各界观众达16万人次。

此次文博文创展区通过类型丰富、主题多样的博物馆文创新品，为观众展现文博文创发展的新思路，展销两旺，广受好评。其中，首都博物馆的中轴线定制拉花拿铁、北京白塔寺管理处的“金城玉塔”冰箱贴及徽章、北京天文馆的“星座扑克”等各式文创新品，在“跨界”与“破圈”中，令文物以新姿态走进大众视野。

舞剧：《龙·舟》“划”进国家大剧院



《龙·舟》剧照

大型当代舞剧《龙·舟》首次登上北京国家大剧院舞台连演3场，9月3日完成本轮演出。这也是继《醒·狮》后，广州歌舞剧院又一精品佳作登上国家大剧院的舞台。

舞剧《龙·舟》扎根千年龙舟文化，是国内首部诠释龙舟文化的现实题材剧目。本次演出，剧中原型中国国家龙舟队顺德乐从龙舟队也来到现场与北京观众见面，这支队伍自2011年组建以来，在各种世界级和国家级比赛中斩获冠军400多个。

美术：陈湘波三展亮相北京从工笔水墨到潮玩设计

9月1日，《沧浪之水——陈湘波作品展》在北京画院美术馆拉开帷幕。作为当代知名画家，深圳市关山月美术馆馆长陈湘波涉猎广泛。

与《沧浪之水》展同期开幕的，还有北京798艺术区先声画廊举办同名展展场。展览以生肖潮玩为主，现场展出陈湘波的作品“萌宝BOB-OTU”玻璃装置，更适合年轻人打卡。与此同时，北京雍阳美术馆在9月2日举办《花木清嘉——陈湘波、郑阿辉、许敦平、许晓彬岭南四家画展》，展现岭南画家群体面貌。

影视：《长安三万里》出圈，超六成受访者享受诵读

近日，动漫电影《长安三万里》宣布再次延长上映至10月7日。在这部火热出圈的影片中，经典古诗被赋予全新的视觉意象，掀起了人们对古诗词的关注和学习热情。日前，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对2022年受访者进行的一项调查显示，83.6%的受访者喜欢古诗文，79.5%的受访者能接受影视剧中的古文台词。听到影视剧中的古诗文时，64.3%的受访者感觉“涨知识”了。领略古诗文的美，62.6%的受访者有建议诵读出来，在抑扬顿挫的节奏中感受韵律美。

文字整理/羊城晚报记者 周欣怡