

探索中国游戏全球化之路

游戏界煮酒论英雄



作为 ChinaJoy 期间的亮点活动之一，国际游戏商务大会昨日“煮酒论英雄”。游戏，只是消遣，只是娱乐，只是虚拟世界的手眼对话吗？中国游戏全球化之路的创新探索，给你精彩，要你看——

强化文化担当

中国游戏近 30 年的发展历程从无到有，从弱到强，从完全依赖引进到原创精品推出海外，在丰富文化生活、促进就业、稳定增长、鼓励创新方面，发挥了独特的重要作用。中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示：“未来，我们还要发挥游戏紧贴受众的优越条件，连接中外，沟通世界，让中国故事和中国声音做好全球化表达、区域化表达、分众化表达，高质量、高标准的表现具有中国特色。”根据《2020—2021 上海游戏出版产业报告》，2020 年上海游戏产业国内销售收入超过 990 亿元，同比增长超过 24%。同时，上海网络游戏海外销售收入超过 29 亿美元，增幅超过 50%。业内认为，2021 年全国游戏市场将持续增长。

游戏搏“出位”，还要依靠更多“文化担当”。网易游戏从 2015 年开始探索海外市场的机会，“说到底，内容才是王道。”海外市场发行高级总监刘博逾与大家分享游戏的文化经：“好的内容值得被放大。在海外发行的过程中我们每天积累海外用户的本地洞察，去提升游戏的内容升级和文化内涵。”《荒野行动》在日本成功之后，网易游戏立刻展开了与日本顶级 IP 的联动谈判，迅速在游戏里面填充了很多日本顶级的动漫 IP，在保持游戏活力的同时持续输出玩法上的新鲜感。

在游戏娱乐行业快速发展的当下，游戏不仅是一种娱乐方式的呈现，也成了与人关系更加紧密连接的情感寄托，承载着

文化价值和社会责任，当游戏和生活的连接更加紧密，玩家对游戏的体验要求也会更加严苛、具体。刘博逾与业界同行们不约而同地表达类似的意思：“我们要做出不断跨越国别和文化强烈吸引力的产品，而且这些产品要经得起时间的冲刷和考验。”社会价值、现实关怀越来越多地成为游戏商的关注。以内容为载体，向玩家传递美好的生活体验，带来更多的正向价值。网易游戏正在研发的一款手游中，他们便在探索增加珍惜动物救助站相关的玩法，希望通过具体的游戏体验让玩家在游戏中对动物保护、自然保护产生更深刻的了解和思考。

寻找全新赛道

去年国际游戏商务大会上，国家对外文化贸易基地北虹桥创新中心揭牌成立，并推出“千帆计划”之游戏出海，助力数字文化创意内容出海，多渠道、多层次、立体化地推动中华文化走出去。

《商道高手》是益世界在 2019 年发行的一款模拟经营类游戏，用户在游戏中扮演一位白手起家的创业者，通过自己的经营、建造、努力，打造出属于自己的产业。截至目前，《商道高手》在大陆地区的累计用户接近 1 亿人次。《商道高手》的港澳台版本上线之后，迅速登上了 iOS 畅销榜的 TOP5，下载榜榜首，至今仍然活跃在模拟经营类游戏的畅销榜前列。2020 年初，益世界开始布局《商道高手》的全球化市场。“我们先后发行了多款 MMO、卡牌、模拟经营等不同品类的产品，其中《商道高手》首创的

今天上午发布的《2021 年 1-6 月中国游戏产业报告》显示：

■ 今年上半年，中国游戏市场实际销售收入达到 1504.93 亿元，同比增长 7.89%。

■ 中国游戏用户规模达 6.67 亿人，同比增长 1.38%。

■ 中国自主研发游戏国内市场实际销售收入 1301.12 亿元，占中国游戏市场实际销售收入的八成以上。

■ 中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为 84.68 亿美元，同比增长 11.58%。

商业题材奠定了益世界在模拟经营赛道破局的基础，也让益世界在这个赛道上探索出了一条新路径，我们概括为小品类破局。”上海益世界信息技术集团有限公司副总裁林芸介绍道。在行业的认知里，过往模拟经营这个赛道一直被打上了休闲、小盘子的标签，而他们试图用差异化的创新满足不同用户的需求，以产品特性深度本地化运营，以游戏为载体传播中国文化。“我们在立项阶段就跳出了惯有的思路，通过差异化的创新来满足不同用户的需求。”

《商道高手》在出海的过程中，调研了中国、欧美、日本等游戏代表性市场，亚太主要地区虽然各有特点，但是区域内用户的文化认知、生活方式、用户习惯会跟中国有比较多的相似点，所以《商道高手》的出海策略沿着亚太区域展开。深度本地化是非常重要的因素，不同于公有认知的翻译，商业题材产品的内容本地化的难度不小，为此，他们不仅在当地找专业的人员进行深度转化，还邀请不同领域、不同年龄的当地用户进行感知校正，增强了玩家的沉浸感和归属感。找对方法，找准路子，现在，谁也不能说小众游戏只能小打小闹了。

不是为了出海而出海，而是先扬帆出海，后插杆圈地，中国游戏的路已经走了出来，未来，还需要更踏实、更用心地走下去。

首席记者
华心怡

中国国际数码互动娱乐展览会

CHINA DIGITAL ENTERTAINMENT EXPO & CONFERENCE

展会防疫再升级
线下云上一体化

ChinaJoy

明开幕

第十九届中国国际数码互动娱乐展览会（2021 ChinaJoy）将于明天起至 8 月 2 日在上海新国际博览中心举办。今晨，主办方紧急发布公告：鉴于当前国内突发疫情情况，为确保展览和会议安全顺利举办，2021 ChinaJoy 进一步全面提升防疫级别，要求进入展览和会议的所有人员必须在上海地区完成核酸检测，所有入场人员须持 7 日内有效核酸检测阴性报告方可入场。

从去年的“如期举行”，到今年展现整个游戏产业“显著恢复”，ChinaJoy 不断完善、优化展会防疫措施，守护全民抗疫成果。

最受大家关注的变化，是本届 ChinaJoy 现场能打疫苗了！为做好展会服务及疫情防控工作，尽快建立群体免疫屏障，展会首次与浦东新区花木路街道合作，在展馆内增设免费新冠疫苗接种服务。7 月 27 日至 8 月 2 日 9 时至 16 时，参观者可凭本人身份证（港澳台证件及外国护照无法接种）在上海新国际博览中心 W4-M6 会议室的临时疫苗接种点免费接种新冠疫苗。

同时，展会现场制定了严格的防疫措施和应急预案，采用“预约售票模式”，不提供线下售票，通过分天人场、延长开展时间等方式降低观众观展密度，提升观展体验。观众须出示核酸检测报告、健康码、身份证或护照等有效证件，通过人脸识别及体温检测后入场，参观全程须佩戴口罩。展览体验区、排队区域将设置安全距离，并提供免洗消毒洗手液、口罩等防疫物资。舞台观众区的观众须按点位间隔站立或就坐，避免拥挤。礼品发放也会在展商设置的专属区域有序进行。防疫部门将在每日展览结束后，对整个展馆内及室外帐篷等公共区域进行全面消杀，并在展前进行一次现场环境取样核酸检测。

值得一提的是，本届 ChinaJoy 时刻关注国内疫情变化，以防疫安全第一为宗旨，及时对展会疫情防控进行调整升级。4 天前，因南京突发疫情，展会在 10 个展馆内各增设 1 套红外测温系统，实时监控，防患于未然。今早，主办方又发布通知要求进行“全员核酸检测”，并为受影响不能按原计划前往参观的观众开启了退票通道。

受疫情影响而不能到场的观众也不必遗憾，在线上，同样能获得沉浸式的“云逛展”体验。去年起，ChinaJoy 已逐渐形成线上线下一体化的展会模式。今年，主办方继续推出第二届 ChinaJoy Plus 线上嘉年华，协同抖音、快手、B 站、微博、斗鱼、腾讯视频、咪咕、淘宝直播共 8 家主流直播平台，在 4 天展期内分设“超级播”和“超级购”两个子品牌，开启精彩的线上嘉年华。“超级播”将于每天 10 时至 16 时开启，通过直播、短视频和云游戏试玩等线上互动模式，为全球观众奉上云端视觉盛宴；“超级购”紧随其后，于每天 16 时至 22 时上线，以多种线上电商的形式，打造电商主题嘉年华，让人们隔着屏幕也能“买买买”，享受与线下相同的文化消费服务。

本报记者 吴旭颖