

打响上海文化品牌

上海与电竞双向奔赴的背后

2023年第二十届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)今天落幕。超12万平方米的展区,汇聚来自22个国家和地区近500家企业的数字内容产品。这些有形的数字娱乐产业最新成果,加上展区之外游戏创新大赛,全球电竞大会这些无形的头脑风暴,交流连接,为上海打造“全球电竞之都”“游戏创新之城”再添动能。

落幕时分,亦是启程之际,向更好的未来进发。上海电竞竞创非凡的背后,是上海的胆识、气度,以及落到实处的细节成全。

3天前,拳头游戏新任CEO迪伦·贾德加宣布2024无畏契约大师赛将在上海举办。“无畏契约”是拳头游戏于2020年开启公测的新游戏,一面世,便引起全世界玩家的关注,热度火爆。随着“无畏契约”国服正式上线,拳头游戏希望将“无畏契约”中规模最大的电竞赛事之一,带到中国这一全新的社区。贾德加表示:“我们永远不会忘记上海的这份情谊。2020年,在全球陷入困境的时候,是上海站了出来,抵抗住压力,克服困难,最终向世界呈现了无与伦比的英雄联盟S10,人们会

永远记得这一届充满传奇色彩的电竞赛事。这一次,相信‘无畏契约’上海大师赛,也能给世界带来惊喜。”

作为全球领先的游戏企业,拳头带来的,不仅是一流赛事,更有深层布局。2021年,拳头全球研发中心落地上海。这是除了总部洛杉矶之外,拳头的首个全球研发中心。拳头全球副总裁兼中国负责人林松在接受采访时表达了足够的自信和对未来的憧憬:“上海,拥有可以成就未来的一切基因。我们要做中国原创,并从中国出发,把它们带到全世界。”

更多人,奔赴上海。落户上海的中国电竞产业研究院日前与巴西国家电竞协会、泛美电子竞技联合会签署了合作备忘录。未来,双方将在电竞产业研究、数据应用、标准推广、品牌活动实施等方面广泛开展合作。迪拜多种商品交易中心(DMCC)执行主席兼首席执行官苏拉耶姆表示中国的电竞和游戏产业极具创新精神,在全球的影响力逐渐增强,DMCC游戏中心能为中国游戏和电竞企业提供全球运营服务,双方在电竞及游戏产业的合作拥有重大机遇,并期待双

方携手促进全球电竞产业的发展。

上海凭实力吸粉。这份实力,是综合实力。

上海是中国网络游戏产业最为集中、最国际化、最具影响力的重镇之一。近年来,上海相继推出了“文创50条”“电竞20条”等政策,并通过文创资金加以支持,为游戏电竞行业在上海创新、健康、有序发展注入了强劲动力。去年在特殊环境下,上海迅速制定了《上海市加快经济恢复和重振行动计划》,出台全力支持本市文化企业抗击疫情健康发展的若干政策措施等,提振行业信心。眼下,上海正在制定《支持上海游戏产业健康发展三年行动计划》,着力进一步优化营商环境,助力行业发展。此为“政策实力”。营商环境、服务效率、知识产权保护,上海的“护航实力”为企业发展创造良好的外部条件。开放、创新、包容的“精神实力”则吸引集聚更多国内外知名企业优秀人才来沪发展。

上海与电竞,拥抱彼此,成全彼此。

本报记者
华心怡



马上评

人们总还是以为,电竞是游戏行业的小众话题。其实,已不然。

今天,每三个中国人中,就有一个电竞用户。光是网易,每年就要举办超过3000场电竞比赛,其规模相当于举办了十几个中超联赛。这是机遇,也是挑战——让电竞成为中国递给世界的又一张名片。

虽然有着天然的强大市场基因,但如果只是自己玩,不仅无趣,更丧失了难得的机会:以电竞为载体,向世界传播中国文化,以及中国文化中所蕴含的价值观。这样的文化,可以是中国的传统文化,也可以是中国的当代风采。这样的传播,是润物细无声的有效传播。

我们要走出去的初衷,其实与那么多国外电竞“头牌”企业、品牌想要走进来,是一样的。自然是因为巨大的经济效益,也因为强大的价值输出。文化,在交流中活了起来。文明,在互鉴中照亮彼此。超越语言,超越国界,超越种族,电竞是如此浑然天成的传播平台,五光十色,各美其美。

上海,全球电竞之都呼之欲出。代表中国递出的这张名片,该如何书写?“中国原创”该占C位。从来,最难的都是从零到一,从无到有。电竞人强调的创新,其实就是原创。原创,已经不只是业界良心,更深刻地来讲,原创是生命。“世界级的品牌”,也该被浓墨重彩。在全世界一度NBA代表篮球、世界杯代表足球……中国,上海需要一个品牌,它能够连接起大赛、人才和文化。

今年上半年国内举办的线下电竞赛事有32.3%落地上海,目前国内的191家电子竞技俱乐部中有52家位于上海,占比27.2%,均为全国之最。上海电竞领跑全国,争先世界。而这张新名片的写就,还需更多赋能——新技术,新理念,新人才……更好的上海电竞,从今日开始。

递给世界的一张新名片

□ 华心怡

ChinaJoy上“逛”豫园

从世界各地远道而来的ChinaJoy观众想不到,还没走出展馆去打卡上海的名胜,就先在盛趣游戏《传奇世界》的展台遇见了城市地标之一的古典园林豫园。本届ChinaJoy四天展期内,各参展游戏企业将中国传统文化元素作为展示的重点,“国风”又一次刮遍了ChinaJoy的会场。

非遗入戏

走进《传奇世界》20周年展区,观众不由得瞪大了眼睛——黑色镜面的半圆形地砖仿佛一汪湖水,蜿蜒的白色小桥俨然是豫园总是游人如织的九曲桥。桥的尽头,一座古色古香的湖心亭也被“搬”到现场。据介绍,此次《传奇世界》与豫园的联动不仅在ChinaJoy现场能看到相关元素,在线下豫园商城里也设置了相关主题打卡点,还和“海上第一茶楼”湖心亭推出联名的24节气主题茶饮以及限量周边礼品。游戏内专门上线了豫园的专属地图,让玩家在线上线下、展内展外均可感受传统文化的魅力所在。

昨天下午,《传奇世界》还将国家级非遗拉孜藏刀锻制技艺第五代传人多杰仓制作的原型与游戏场景结合,发布了上海对口支援西藏日喀则的第一款数字藏品。世纪华通首席财务官纪敏介绍:“2020年,《传奇世界》联动道情皮影戏、徽州竹雕和定西剪纸等非遗;2021年,《热血传奇》推出苗银工艺典藏版点卡;今年与豫园合作再到援藏项目,世纪华通和盛趣游戏一直致力于为

传承弘扬中华优秀传统文化发挥积极作用。”

游戏领着年轻玩家了解历史悠久的老建筑,也领着玩家入坐传统戏曲的观众席。西山居携手广东粤剧院打造了游戏故事结合传统粤剧的作品《决战天策府》,全国200多场巡演几乎场场爆满。《剑网3》品牌市场产品经理金延鹏透露:“广东粤剧院的艺术家们说,很少看到这么场场座无虚席的情况,而且观众中的年轻人尤其多,游戏给传统曲艺带来了新的生命力。”

国风焕新

首次以独立IP形式参展的米哈游新作《崩坏:星穹铁道》,展台大屏幕循环播放着新版本中国风世界仙舟“罗浮”的相关视频。随着新角色“刃”的登场,坝与喷呐交织的配乐响彻全场。展台工作人员介绍,游戏还发布了首支国风人声单曲《水龙吟》,取材于《柳毅传书》《张羽煮海》等传统文学中经典的“龙宫探宝”意象,这支曲子颠覆了以往出海的多语言模式,在全球范围内仅推出中文版,“做到了‘让全世界来学中国话’”。有海外玩家在评论区发言称,《水龙吟》让他们感受到汉语是一门美丽的语言。浓厚的文化魅力跨越语言的障碍,感染了全世界的玩家。

游戏里的“国风”,也不仅限于对传



■ 豫园“搬”进ChinaJoy展会现场 本报记者 王凯 摄

统文化的继承和发扬。中国当代青年积极向上而又多元个性的文化生活,也聚成一股“新国风”,以“游戏+”的形式出现在展会上。首度举办的ChinaJoy游戏赋能展,就带来了这样的案例。展览上,乐元素复刻公益活动“守护之旅”,展示了“游戏+科普”“游戏+公益”的文化生活新模式。今年夏天,乐元素携《开心消消乐》《偶像梦幻祭2》《开心水族箱》三款游戏,与上海科技馆、上海科技馆分馆-上海自然博物馆合作。在为期一个月的活动期间,让玩家化身“巡护员”,探访大熊猫、林麝、雪豹、水獭等28个中国珍稀物种的栖息地,学习动物保护知识的同时,也切身感受中国的地大物博。最终,《开心消消乐》活动累计参与人次超过11亿;《偶像梦幻祭2》活动累计全服拍摄珍稀动物照片数量超过1亿;《开心水族箱》活动全服参与人次超过47.5万。许多国外玩家,也被大熊猫等“国宝”萌翻,成为这三款国产游戏的玩家。

本报记者 吴旭颖