

## ChinaJoy场内火爆联动场外热闹非凡

# 这个“上海之夏”有点好玩

### 打响上海文化品牌

昨天下午,第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)在上海新国际博览中心闭幕。本届展会吸引观众36.7万人次,其中上海本地观众占比42%,其他地区观众占比58%,海外观众近8200人。正值首届“上海之夏”国际消费季,参加完ChinaJoy的观众还可以凭借展会票根,享受“遇见拿破仑:消失的宫殿”“永恒的巴黎圣母院”穿越时空沉浸式VR之旅等多项文旅活动的折扣优惠。



参观者制作的漆扇



体验漆扇制作现场人头拥挤

《物华弥新》展台

华为的鸿蒙原生游戏展区 吴旭颖摄



### 联动“上海之夏”带动文旅消费

晚上7时,游客“向北”正在静安大悦城的《咒术回战》快闪店选购商品,身上还背着一个在西山居展台打卡领取的“黄鸡大笑包”,一看就是刚刚参加完ChinaJoy。她介绍,静安大悦城正在举办“闪耀!次元盛典”的活动,为ChinaJoy游客提供包车服务,从展会直达商场继续“二次元之旅”,她就是乘坐包车来的。这几天,像“向北”这样参加完展会,再到上海各大二次元打卡胜地逛逛的游客随处可见。ChinaJoy的举办,对整个上海的文旅消费场所都起到了引流和辐射带动的作用。

今年,ChinaJoy联动“上海之夏”国际消费季,通过主流媒体和

网络平台向观众推荐100项ChinaJoy期间举办的展览、演艺、商业活动。联合百联、银联、久事、携程等企业推出8项联名活动或专属优惠,为观众定制“ChinaJoy之旅”打卡路线,方便外地观众体验上海丰富精彩的文旅资源。银联网络监测数据显示,ChinaJoy周边1公里的商户,7月22日—7月28日的消费笔数、消费金额环比上周同期分别提升7.07%和12.39%。携程平台数据显示,展馆10公里范围内酒店预订量同比增长12.61%,比今年5月增长19.41%,浦东花木地区众多酒店提前满房。展会对演出客源也有明显带动效应——黄浦区演艺消费环比增长30%;离展馆最近的东方艺术中心,3天累计超过15000人到场观演,售票率超过85%。

### 国风国产火热吸引更多朋友

每年的ChinaJoy,也是一个国内外游戏设备、作品同台竞技的大舞台。今年,冲着“国产”来的玩家也多了不少。哔哩哔哩展出的新国风古物收集手游《物华弥新》,联合《国家宝藏》以及四川博物院、成都博物馆、河南博物院、三苏祠博物馆等,将文物与博物馆知识融入游戏,玩家可以和“银香囊”“上阳台帖”“十二花弁杯”等古物角色同行,开启一场沉浸式文化之旅。底蕴深厚的国风元素,让《物华弥新》活动区成为了一处热门打卡点。玩家小洪排队进场的第一站,就来《物华弥新》体验漆扇制作,随后还准备去三七互娱感受一下今年推出的中

药科普类游戏《小神农百草》。她说:“小时候妈妈就给我看中国历史故事,所以我对文博领域都一直很关注,成了一个国风爱好者,手机里的游戏也大多都是这种类型。”

国风游戏火热,国产设备也惊艳亮相。华为带来的鸿蒙原生游戏展区,带来了《光·遇》《永劫无间》《以闪亮之名》《重返未来:1999》《开心消消乐》等40多款鸿蒙原生游戏。展台工作人员介绍:“鸿蒙原生游戏版本可以利用AI技术为玩家记录游戏中的精彩时刻,另外云渲染技术、AI超分和插帧技术也会使得游戏的画面更加精致和流畅。”现场的鸿蒙全场景体验区,玩家还能感受游戏在手机、智慧屏乃至汽车等各种设备之间的无缝切换畅玩。在

ChinaJoy现场,不仅能看到国产游戏本身的创作水平不断提升,还能看到游戏技术引擎、人工智能以及游戏赋能社会各领域的成果。

中国游戏市场的兴盛,也吸引了许多国外的创作者。不仅有头部厂商每年亮相,在本届ChinaJoy首次设立的“ChinaJoy Express试玩区”中,还有不少小型的海外游戏团队成为ChinaJoy的“新朋友”。日本游戏发行公司HYPER REAL总监川端骏太此次便带了两款新作品前来给中国玩家体验:“我们很想进入中国市场,借助展会的机会,我们想扩大这两款游戏的认知度、提高人气,也希望能在国内找到合作伙伴,帮助我们一起推动游戏在中国的发行。”

本报记者 吴旭颖

## 和辛丽丽等舞蹈名家面对面

# “小舞蹈家”登上大舞台

本报讯(记者 朱渊)第五届上海国际舞蹈中心青少年舞蹈节暨舞蹈比赛日前落幕,共有166组选手的节目登上了决赛舞台。活动不仅为爱好舞蹈的孩子提供自我展示的舞台,还特邀辛丽丽、王亚彬、吴虎生等国内外舞蹈名家举办了6场舞蹈大师班、2场名师讲座,以及专题舞蹈训练营,让小舞者收获专业化、多元化的舞蹈体验。

上海国际舞蹈中心自2019年起推出青少年舞蹈节暨舞蹈比赛,面向全国7—15岁的青少年舞蹈爱好者和学习者,舞种涵盖中国舞、芭蕾舞、现代舞和街舞等。本届青舞节于今年2月启动报名,共收到了来自上海、江苏、河南、重庆、山东、福建、吉林、辽宁等8个省市的近400个节目报名,报名选手近千人。

本届青舞节先后举办了一系列丰富多彩的活动,点燃青少年的艺术热情和创造力,为热爱舞蹈的孩



辛丽丽(左)在指导孩子

子搭建多元、创新,具有国际视野的平台,打造一个公益化、国际化、专业化的青少年舞蹈盛会。上海国际舞蹈中心发展基金会理事长王延表

示:“我们希望通过青舞节这个平台,让更多有舞蹈梦想的孩子,可以在最一流的环境里接触舞蹈,在孩子们幼小的心灵里埋下一颗热爱舞蹈、感受艺术之美的种子,在艺术的浸润下完善健康人格,树立更大的文化自信。”

14岁的郭映全连续五次参加青舞节比赛,这次荣获了中国舞一等奖。青舞节见证了她的成长,知名舞蹈家的点拨,更让她受益匪浅。她说:“每次表演完,评委专家都会现场点评,让我知道自己能在哪里做改进。他们的专业指导,让我有了努力的方向。”舞蹈老师刘勇带着学生从福建远道而来。这次,他们有三组节目入围决赛。一周时间里,学生在比赛之余还先后参加了青舞节的各类大师课和训练营等活动。刘勇说:“感谢国舞中心能给广大青少年提供这么好的平台和机会,让他们打开视野、收获成长。”

本报讯(记者 徐翌晨实习生 胡逸云)松江有着“上海之根”的称呼,如今又形成了“南有影视城,北有艺术城”的文化产业发展新格局。昨天,云堡未来市艺术城项目启动了,该项目致力于打造长三角G60科创走廊艺术文创新地标,围绕“艺术消费、版权交易、工业设计、时尚创意”四大产业板块,整合艺术文创产业链资源,吸引上下游产业要素集聚,形成规模效应与创新合力。

坐落于洞泾镇的云堡未来市艺术城以美术馆为核心,致力于美育普及和本土艺术人才培养,推动中国优秀文化走出去,同时吸引全球艺术家与创作者汇聚交流。

云堡未来市艺术城将精心打造一系列沉浸式、互动式的艺术新消费场景,如充满青春活力的“哈灵青年街区”,其中将包括丰富多元的艺术原创IP集合体以及展现松江各街镇特色文化、美食、物产、非遗技艺的风物市集等。“云间在线美

## 打造长三角艺术文创新地标 云堡未来市艺术城昨日启动

育大课堂”同时发布,依托松江洞泾镇的在线新经济力量与云堡未来市的美育资源,通过数字平台让美育教育惠及更广泛的人群。

上海青年艺术博览会组委会、上海嘉禾拍卖有限公司也分别与云堡未来市艺术城达成了战略合作意向,上海嘉禾宣布了2024年嘉禾秋拍松江专场的合作计划。此外,艺术城还与艺术家陈冷工作室及李见深工作室达成了战略合作意向。

同时举办的首届上海青年艺术创新力大会上汇聚了众多青年艺术家、设计师及文创企业精英,他们的探讨围绕“艺术新消费与在线新经济”进行,分享关于艺术、人生与创新的对话,探讨如何通过创意市集平台激活艺术消费潜力,打造具有独特魅力的文化IP。

艺术中国集团董事长方彬表示,云堡未来市艺术城将积极推动经济与文化、科技与艺术的相互融合,为提升“上海文化品牌”影响力贡献一份力量。