

本报文体中心主编 | 总第 920 期 |

2025年8月3日/星期日

本版编辑/江 妍 视觉设计/戚黎明

编辑邮箱: xmwhb@xmwb.com.cn

文体汇



扫一扫添加新民体育、新演艺微信公众号



“浪浪山宇宙” 扩大电影消费版图

在全国首家动漫主题影院,看电影只是沉浸式体验的一部分

打响上海文化品牌

从走出轨交徐家汇站的那一刻起,“浪浪山”主题灯箱便接连映入眼帘,悄然揭开这个奇幻宇宙的序幕;美罗城商场球幕上的“小猪妖”头像和“这条路走对了”的标语,引人驻足眺望;走进“大王洞”观影,挑选三五周边玩偶、精美文创产品,在360°环形剧场听一场“浪浪山开放麦”,在“猪妈妈茶水站”来一杯饮料……这趟沉浸式体验丰富而圆满。

昨天,喜剧动画电影《浪浪山小妖怪》正式上映。作为全国首家动漫主题影院,SFC上影BOE-α超级影城首次实现全影厅、全时段、全空间配套同一部电影,以一座“浪浪山”乐园,探索“电影+经济”的创新实践,通过IP全维度开发,打破传统票房依赖,探索电影IP撬动线下经济的全新模式。

延伸IP场景

当天,观众不仅可持票进入“大王洞”“小雷音寺”“北张村”“双狗洞”等电影中的同名场景观影,更能凭票根兑换惊喜周边礼。又或者,可以沿着“嘻游地图”取经指南,去6楼的影元社HAPPY MALL参与打卡活动:先在“浪浪山新人报到处”与猩猩怪合影,然后跟着地图指引,集章领取游戏币,最后用娃娃机捕捉一只“小妖”玩偶带回家。

如果来不及“通关”,也可以直接到SFC上影BOE-α超级影城入口处的联和万物旗舰店,毛绒玩具、卡牌文具等300余款浪浪山联名周边已全面上新。其中,《浪浪山小妖怪》小猪妖毛绒公仔成为线下销售的“爆品”。上映首日,《浪浪山小妖怪》的票房已突破7000万元,美罗城“动漫主题影院”的单日文创周边销售金额更超周末同期四倍。在“买买买”之外,“浪浪山宇宙”的沉浸式体验消费版图正在进一步扩大。观众凭电影票根可享受多重消费权益,或是在美罗城香港美中心正价消费后享全场9折优惠,抑或是在上海影城线下柜台餐饮消费后获50元购票权益券1张,实现“票根经济”的场景闭环,充分展现出“电

影+”消费的巨大潜力。

深耕IP衍生

电影《浪浪山小妖怪》在创作之时就同步策划了周边的开发。在IP授权衍生领域,《浪浪山小妖怪》与超30家知名企业达成合作,随电影同期上新的授权衍生品超400个,充分满足全年龄观众的需求。自研文创品牌“上影元品”共计推出300多款衍生品,其中,与问童子联合出品的浪浪山玩偶系列备受消费者喜爱,预售量近万件;兼具实用性与观赏性的随身葫芦香挂等生活用品类衍生品同样表现亮眼。

跨出美罗城,由上影元授权、艾漫出品的《浪浪山小妖怪》主题餐厅7月30日已于新世界城正式营业。餐厅现场呈现浪浪山国风美学风格,提供“铁锅泡汤”“妈妈的大餐”“黄鼠狼精的愿望清单”等电影剧情相关的主题餐饮、“公鸡画师的画桌”“浪浪山大王洞”等高度还原场景的甜品。带着孩子用完餐的李女士一家,还在一旁的周边店里,边挑选心仪的周边,边消食散步——可爱的行李牌、摆件、擦手巾、吱吱叫团子等多款衍生品,让大人孩子都看花了眼。除了实体商品,场景开发之外,电影IP与《梦幻西游》《赛尔号》及《月圆之夜》游戏联动,XR沉浸空间等创新业态也在加速落地。

本报记者 孙佳音



观众与玩偶互动

过去一年,国产游戏又有多少佳作诞生?昨天,第五届中国游戏创新大赛获奖名单揭晓,18款作品、4个创新团队以及4位创新个人脱颖而出,分获11个奖项。网易的《燕云十六声》、腾讯的《异人之下》拿下“最佳创新游戏大奖”。

大赛自2024年12月开启征集,历时4个多月,共征集游戏作品184款,申报奖项502个,参赛主体覆盖全国21个省份及直辖市,其中上海地区申报作品42款,占总数的23%。同往届大赛相比,本届大赛申报覆盖范围进一步扩大,新增天津、云南、香港等多个地区的游戏开发者参赛,体现出中国游戏产业遍地开花的蓬勃发展态势。

本届大赛非常设奖“最佳创新单机游戏奖”申报数量创下新高,达到94款。依靠仅10人的创作团队,上海猫盟网络科技有限公司的作品《猫咪狂梦》从激烈的竞争中脱颖而出,拿下这个奖项。在游戏中,玩家将一只猫咪的视角,去探索整座岛屿上人和猫的故事,探寻庞大世界中渺小个体的成长。

除了“最佳创新游戏大奖”,《异人之下》还凭借对经典国漫IP《一人之下》的重新诠释,拿下“最佳创新中华文化奖”。对于制作组而言,将《一人之下》改编成游戏,既要解决游戏机制、玩法规则上的问题,也要解决叙事上角色台词、人物表演等问题。而玩家实时对抗玩法的设计,更为游戏未来的电子竞技之路做了铺垫——该游戏刚刚作为表演赛项目登上在沙特阿拉伯举行的2025电竞世界杯。

国产游戏的发展,也让游戏企业开始承担更多社会责任。为此,中国游戏创新大赛专门设置了“最佳创新社会价值奖”。本届比赛,波克医疗科技(上海)有限公司的《快乐视界星球·视觉训练系统》和三七互娱的《古籍修复师》获得该奖项。

本报记者 吴旭颖

第五届中国游戏创新大赛揭晓——
这一年出了多少国产佳作

ChinaJoy 为何让人着迷



扫码看现场视频

一年一度的ChinaJoy如约而至,再次将上海新国际博览中心变成了一个充满魔力的次元世界。无论是追逐最新游戏大作的资深玩家、沉浸在精美妆造中的爱好者,还是热衷于收集限定周边的“吃谷人”,或是来感受这份独特氛围的路人,都能在这里找到属于自己的热爱理由和专属次元入口。

玩家:奔赴热爱

对许多玩家而言,ChinaJoy是一场不远千里的奔赴,只为心中的热爱。第一次来ChinaJoy的广州观众小林被上海的“痛城”氛围震撼:“昨天我们去逛了两家商场,非常开心!”他还特意购买了ChinaJoy推出的《鸣潮》联名谷子门票,获得了不少小礼物。

“喜欢游戏、外设、妆造的,各种需求都可以在ChinaJoy一站式满足!”来自浙江的观众毕景峰,和好友各自拖了一辆小推车,肩上还扛了一个大包,他兴奋地说:“累一点没事,玩得开心最重要!”

来自南京的妆造者星北,身着《明日方舟》阿尔图罗的华丽服装,与“弟弟”费德里科一同亮相。她透露,他们申请了ChinaJoy针对创作者首次推出的“自由行”资格,因此是免门票入场,还收获了两大袋免费周边。

展会:国风崛起

在琳琅满目的展台,玩家的试玩热情尤其高涨。上海玩家胡先生对《影之刃零》赞不绝口:“非常好玩,还没发售就让人期待!”他注意到,今年展会主打的中国风游戏越来越多,让人对国产游戏充满信心。

展馆内,身披蓝色披风、挂满徽章的常州观众刘先生连逛两天,目的只有一个——就是与喜欢的妆造者合影留念。而一位扮演《原神》角色茜特莉莉的妆造者昨天早上6时许就下了高铁,她这次来ChinaJoy,除了展示自己喜欢的角色,还想寻找《鸣潮》和《燕云十六声》等热门游戏的同好一起交流。

还有军迷观众直接扮上了《战地》游戏里

的造型,在《远光84》展区流连忘返。他坦言,最近四五届ChinaJoy他都来了,感觉今年的人气特别旺。

展商:互动升级

今年的ChinaJoy,展商也更加注重玩家的参与感和互动体验。世纪华通一改往年惯例,缩小了展台面积,将其改造为充满乐趣的玩家游乐园。《龙之谷》展台被围得水泄不通,《无尽冬日》展区能兑换雪糕,为炎炎夏日带来一丝清爽。更令人称道的是,展区内还设置了塑料饮料瓶回收点,让玩家在娱乐中感受环保的力量。

莉莉丝的展区也被巧妙地分为前后两区。前区为玩家提供了与专业电竞选手同台竞技的宝贵机会,后区则设置了大约20个试玩机位,确保更多玩家能够亲身体验新游戏《远光84》。此外,现场还有妆造者提供合影服务,以及扭蛋和射击体验,让玩家收获更多乐趣。

本报记者 赵明