



吸引了来自全国乃至全世界的二次元爱好者拍照、打卡。不少资深玩家游客表示“来上海旅游，不来一趟米哈游感觉白来了”。

米哈游相关负责人在接受《新民周刊》采访时表示，米哈游与中国美术学院共同推出系列通识性课程，强化美术生对游戏美术的认知，给大学新生提供更加明确的学习方向。他们还发布了二创衍生作品创作指引，引导玩家在合规的前提下开展优质内容创作，促进二创文化的良性交流。

成立于2015年的上海散爆网络科技有限公司，也是中国较早发展二次元游戏的游戏公司。该公司以《少女前线》系列游戏在玩家群体中打响名号，并凭借其融合战术策略与角色养成的游戏玩法和游戏剧情叙事，逐步建立起自己的原创IP。

在今年7月的BW与8月的ChinaJoy展会上，散爆均设



上图：《少女前线2：追放》设计的Cybertruck“痛车”，在纽约进行巡游，展现中国二次元IP实力。

下图：米哈游总部节假日开放，吸引《原神》、《崩坏学园》玩家，粉丝COSPLAY二次元角色组团打卡。



有展台，拉近与玩家距离。在BW展上，整个展区以游戏内“艾莫号”为原型进行设计，为玩家营造出一个沉浸式、具象化的“少前”世界。展台1:1还原的“威玛西娜”机甲模型，吸引了大量玩家驻足打卡。

《少女前线2：追放》设计的Cybertruck“痛车”，在纽约进行巡游，从纽约帝国大厦出发，途经唐人街、布鲁克林大桥、大都会艺术博物馆、时报广场，展现中国二次元IP实力。

公司相关业务负责人告诉《新民周刊》，不少国内和海外的粉丝对“少女前线”IP的二创活动一直非常活跃，覆盖二创画作、剧情解说、游戏攻略、Cosplay等多种形式，这些创作充满了对IP的热爱，而散爆也

在持续围绕“少女前线”IP进行多层次、跨领域的长线运营，在游戏之外持续拓展IP泛娱乐内容，如推出漫画、动画等多元内容，携手国家首批非物质文化遗产苏绣传承人张雪，为角色玛绮朵打造了全新苏绣衣装，与国内外头部手办品牌合作开发多款少女前线系列手办，在居家日用、数码3C、服饰配件以及二次元热门的谷子品类开发多款商品，因为相关商品的热销，少女前线天猫旗舰店在天猫谷子类店铺收获了黑马店铺Top.1的称号。

如果说二次元销售的火爆，体现了堪比秋叶原的繁荣表象，那么源源不断地产生创新IP，则体现了文化“软实力”的日益上升。上海无疑是二次元市场长久繁荣的源头活水。**■**