

## 产经视线

## 第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会在沪落幕

## 新质生产力下的“游戏+”嘉年华

□本报记者 金鑫

7月29日，为期4天的第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会(2024ChinaJoy)在上海圆满落幕。就像展会主题“初心‘游’在，精彩无限”一样，本届ChinaJoy以游戏为核心，涵盖游戏、动漫、互联网影视与音乐、电子竞技、潮流玩具、智能娱乐软件及硬件等数字娱乐多领域，全景呈现以新质生产力为动力的数字娱乐产业发展盛况。

## “朋友圈”扩大 跨界加入游戏盛会

本届ChinaJoy展会吸引了法国、美国、加拿大、德国、英国、日本、阿联酋、澳大利亚、比利时、韩国、马来西亚、葡萄牙、土耳其、新加坡等31个国家和地区的600余家知名企业参展，现场汇集了众多经典游戏、智能科技最新产品。

世纪华通今年首次以集团名义参展，携旗下盛趣游戏、点点互动、天游软件、掌游科技等4个游戏业务板块、16款产品参展ChinaJoy。高通携手产业链合作伙伴打造“骁龙主题馆”，展出搭载第三代骁龙8处理器的热门机型、搭载骁龙X Elite芯片的Window AI PC以及XR、智能座舱等最新硬件产品。此外，Pocketpair的《幻兽帕鲁》、莉莉丝的《剑与远征：启程》、西山居的《剑网3：无界》、世纪天成的《星际迷航：纷争》、巨人网

络的《黑子的篮球：街头对决》等众多知名游戏大作，都在展会期间呈现。

同时，《中国新闻出版广电报》记者在展会现场还注意到，不仅“老朋友”没有缺席，今年展会还吸引不少圈外“新朋友”。老凤祥与日本文代南梦宫合作推出《机动战士高达SEED》纯黄金系列藏品，引来不少玩家驻足拍照。申通快递与游戏厂商4399联手推出游戏《卡车人生》，现场更有实体卡车助阵，而申通亦成为今年参展的唯一一家快递企业。

此外，小红书以“游戏新大陆”为题首次亮相ChinaJoy。据小红书数据，小红书上汇聚了超过1.1亿爱游戏、爱分享的活跃玩家。此次展会现场，小红书以“游戏精准人群×丰富生活标签”为创意出发点，展示了“浪漫织绘师”“次元旅人”“碎片收集者”“生活探险家”“竞技艺术家”五类不同游戏玩家的画像。

## 娱乐+科技 游戏产业跑出“加速度”

本届ChinaJoy以游戏为核心，注重“娱乐+科技”的深度融合，现场设立的数字科技创新主题、智能出行主题、电竞主题、VR/AR主题等多个以科技为特色的展区，展示人工智能、虚实融合等新技术在游戏语音和原画生成、视频剪辑等关键环节取得的新突破。

在盛趣游戏展台设置了“游戏+实验室”——“GAME+LAB”，展示公司在前沿科技方面的探索。“今年我们展示了在技术、美术以及脑机接口方面的科技成果。玩家还可以现场体验我们的脑机接口技术，可以通过头戴‘帽子’来监测自己游戏时的实时脑电波，并在屏幕上显示。这个信息则可以为提供最直观的游戏体验反馈，并做研发优化。”盛趣游戏展台的一名工作人员告诉记者。

华为游戏中心携手40余款游戏联合打造鸿蒙原生游戏展区。“40多款鸿蒙原生游戏的首次集体亮相，将多维度展示 HarmonyOS NEXT 独特的鸿蒙内核和全场景等技术能力在游戏领域的创新和应用。”华为游戏展台工作人员介绍，玩家可以抢先试玩热门游戏的鸿蒙原生游戏版本，进入更流畅、更真实的游戏世界，也可以在鸿蒙全场景体验区探索技术与游戏的融合，体验游戏在手机、智慧屏和车机等全场景多设备之间的无缝流转和创新玩法。

此外，展会上还能看到，腾讯的开悟AI智能提供了前沿的研究与应用探索环境；网易的伏羲有灵平台推动了数字经济与实体经济的深度融合；波城市跨界经营布局“游戏+医疗”，成为游戏企业新的发展策略；鹰角公司则以独特的音乐会方式，展现游戏产业在文化赋能方面的潜力。

创新动能正在助推游戏产业高质量发

展。对此，ChinaJoy期间发布的《2024年1—6月中国游戏产业报告》也给予了印证。数据显示，今年上半年，我国游戏市场实际销售收入规模为1472.67亿元，同比增长2.08%；同期，我国游戏用户规模为6.74亿，同比增长0.88%，再创历史新高。

## 商旅文体展联动 平台效应溢出

奔跑20多年的ChinaJoy今年全新出发，激发联动能量，努力构建更为开放、互赢、广阔、高效的展示平台。

今年展会全新推出ChinaJoy百达计划，邀请数位抖音平台游戏行业、科技行业、时尚行业千万粉丝级达人及数十位500万以上粉丝达人共同参与展会，通过“场内+场外”“线上+线下”的多线结合，与内容平台的紧密合作，全面提升参展企业的品牌和内容曝光触达的效果，拉升现场热度与观众体验。截至7月29日14:00，抖音话题总播放次数达到10.9亿。

展会还携手京东共同推出“2024ChinaJoy X 京东3C数码直播购物节”，从新品首发、现场体验到直播带货、内容创作、社交分享，形成完整的营销生态链，通过这一创新举措，为参展企业开辟出一条“展销转化”的有效渠道，同时也为Z世代带来一场前所未有的娱乐购物嘉年华。

## 2024阅读推广人经验交流会在济南举行

本报讯 (记者李婧璇)7月27日，以“建设专业化阅读推广人队伍，推进全民阅读走深走实”为主题的2024阅读推广人经验交流会在山东济南举行。来自全国各地的近300位专家学者、出版人、书店人、阅读推广人代表齐聚一堂，分享、交流阅读推广的经验与心得。

韬奋基金会副理事长黄书元在会上表示，本次会议抓住了阅读推广人这一推动全民阅读发展的重要环节，这对进一步深入推进全民阅读工作很有意义。

韬奋基金会全民阅读工作委员会主任、新华书店集团副总经理何光宇表示，新华书店集团将联合全国新华书店，共同培养阅读推广人才，创新阅读推广模式，服务全民阅读和新华书店行业新质生产力的发展。

儿童文学作家梅子涵认为，文学阅读在儿童阅读中占有重要地位，“阅读推广不仅仅是喊口号，强调重要性、必要性，而是要读懂儿童文学，生动地讲述儿童文学，才能更好地推广儿童文学，从而引领儿童健康成长。”

在韬奋基金会全民阅读工作委员会副主任、山东新华书店集团有限公司董事长安蓬生看来，全民阅读逐步实现了国家层面的顶层设计和宏观布局，这为图书发行业更好地发挥自身优势、深化融合发展提供了有力的政策抓手。

北京少年儿童出版社社长刘卫弘结合北少社与哈尔滨滨文书院联合打造“摆渡船”阅读品牌的案例，介绍了将阅读推广工作和出版发行主业相结合的创新做法。

韬奋基金会全民阅读工作委员会副主任、哈尔滨市出版发行业协会会长、哈尔滨滨文书院文化传媒集团董事长白云鹏认为，推动阅读需要政府重视，需要全民、全社会参与，需要校园联动，需要家庭支持。业者要从发行人向阅读推广人转变，将书店建设成为全民阅读推广主阵地，为建设书香中国贡献力量。

与会嘉宾一致认为，本次经验交流会为更多深耕阅读推广的同仁提供学习、交流、合作的机会，为阅读推广工作注入新的活力和动力。

## ■ 时政

## 第二届“科学家(精神)进校园行动”优秀图书推荐活动启动

本报讯 (记者章红雨)7月29日，由韬奋基金会全民阅读工作委员会、《百科知识》杂志社联合发起的第二届“科学家(精神)进校园行动”优秀图书推荐书目活动正式启动。

本届活动按照《关于加强新时代中小学科学教育工作的意见》要求，响应中国科协、教育部决定共同实施科学家(精神)进校园行动，旨在落实“充分利用中小学现有读书角、图书架、书报亭，充实科学家故事图书。提升科学家精神出版物质量，推动出版社、科技馆等机构向中小學生推荐优秀书目并定期更新补充”要求。

选图图书为2023年9月—2024年8月出版的体现科学家精神，讲述科学家故事，适合中小學生开展各种阅读交流活动的优秀图书。推荐书目截止时间为8月15日。

## 中国报协2024文旅融合与媒体传播大会召开

本报讯 (记者张博)中国报业协会2024文旅融合与媒体传播大会于7月25日至27日在山东青岛举行。本次大会由中国报业协会主办、山东省报业协会协办、青岛市崂山区委、区政府与青岛日报社联合承办，来自全国25个省(区、市)80多家报业传媒单位160名媒体代表出席大会。

与会嘉宾普遍认为，文化是旅游的根和魂。新时代的文旅应该在讲故事上下功夫。首先，要抓住地域特色，讲满足网民情绪价值的故事；其次，应该在规律上下功夫，必须做好矩阵式传播，实现内容生产的新供给；再次，应该在内涵上下功夫，传承好中华优秀传统文化，坚定文化自信。

## 甘肃籍青年诗人李越诗集《远游》出版发行

本报讯 (记者田野)7月29日，记者从甘肃文化出版社获悉，甘肃籍青年诗人李越诗集《远游》近日已由该社出版发行。

《远游》是李越的第六部诗集，也是其全新长诗力作。全诗共分为观远、远游、天运、言归、击壤、回响等6卷，分别对应“童年”“求学生涯”“求职经历”“回归故乡”“故乡的劳作场景”和想象的那个“衰老的、枯萎的我”。

武汉大学文学院教授、《写作》杂志副主编荣光启说，长诗《远游》是诗的结构艺术、想象与思付的巨制。“这种宏大结构的诗作在新诗写作普遍口语化、简单化的今天，难得一见。”

## 《笨狼的故事》30岁，读者共庆成长记忆

本报讯 (记者刘蓓蓓)7月26日，“经典陪伴童年 阅读启迪人生——《笨狼的故事》30周年读者见面会”在山东济南举办。

2024年是儿童文学作家汤素兰代表作《笨狼的故事》诞生30周年。“笨狼”是一只纯真、幽默、可爱、善良，并充满冒险精神的小狼。它的身上有着一种让人着迷的孩子天性。经过30年时光的沉淀，“笨狼”陪伴了几代读者成长，并给他们带来了无数快乐。《笨狼的故事》系列畅销已超1100万册，产品形态也从图书拓展到动画、玩偶、主题餐厅、课本剧、文学夏令营、舞台剧等。围绕IP运营，“笨狼”已经成为一个立体、多元、跨界的明星，满足不同读者、多种场景的需求。

见面会活动开场，济南市喜尚舞团以一曲儿童舞蹈《笨狼和他的小伙伴》瞬间点燃了现场氛围。“笨狼妈妈”汤素兰对广大读者30年来的深情厚爱表示衷心感谢，她说：“在这特别的日子里，我想说你们的喜爱与陪伴，赋予了‘笨狼’生命，也让这个故事得以生生不息，温暖了一代又一代人的心田。”

活动现场特邀了3位不同年龄段的读者代表现场分享他们与《笨狼的故事》的美好回忆，展现了《笨狼的故事》历久弥新的文学魅力和持续深远的文学影响力。此外，主持人还现场朗读了小读者的来信，并展示了小读者与《笨狼的故事》系列图书的合影。



《笨狼的故事》30周年读者见面会现场。

湖南少年儿童出版社 供图

## 业界人士研讨电视剧《海天雄鹰》认为——

## 具象呈现国之重器 饱满塑造军人形象

□本报记者 孙海悦

由中国电视艺术委员会主办的电视剧《海天雄鹰》研讨会日前在京举行。业界人士围绕该剧的创作经验，以及当代军事题材电视剧如何更好塑造英雄形象等问题展开深入研讨。

## 突破模式化 挖掘人性光辉

电视剧《海天雄鹰》讲述了我国海军舰载机试飞大队肩负历史使命、不惧生死挑战，凭借超一流飞行技术，不断攻克舰载机起降难题，最终成功在航母上起降的热血故事。该剧于2024年6月在央视一套黄金档、优酷和腾讯视频同步播出，取得了较好的社会反响。

浙江省委宣传部副部长、省电影局局长范庆瑜表示，《海天雄鹰》接续了浙江对主旋律现实题材电视剧创作的探索实践。该剧围绕国家所需，讲好中国故事；立足群众所盼，以艺术真实彰显家国情怀。浙江将竭尽所能保障电视剧精品创

作，努力打造具有时代特征、中国气派、浙江辨识度，深受人民群众喜爱的文化艺术精品。

浙江省文化广电和旅游厅副厅长姚礼敏表示，《海天雄鹰》有鲜明的时代特色和现实意义，具象化呈现了国之重器，充分饱满地展现了军人的硬核形象，是一部既有正能量又有大流量的精品力作。

中央广播电视总台影视剧纪录片中心电视剧频道编辑部主任石世仑谈道，《海天雄鹰》引领了热血与热泪双飙的收视热潮。从创作角度来看，该剧的成功来源于无处不在的角色张力、戏剧张力、情感张力和演员表演张力。

“英雄是时代的楷模，文艺是时代的先声。”该剧导演刘家成表示，《海天雄鹰》在创作初期就对人物性格、形象做了不断的更迭，突破了模式化的角色弧光，重新挖掘了军人形象中的人性光辉，凸显了人民军队以血肉之躯直面艰难险阻的不凡勇气。

## 传递生命力 诠释使命担当

中国广播电视社会组织联合会副会长李京盛认为，《海天雄鹰》中的军人形象共性突出而又个性鲜明，意志坚定而又情感饱满。该剧把军事题材所蕴含的爱国精神和英雄主义、牺牲精神和奉献精神，通过感人的情节和故事，作了充分的艺术化阐释，使军事题材电视剧创作的艺术水准又提升了一个新的高度。

中国文艺评论家协会副主席张德祥认为，《海天雄鹰》既是当代军人英雄的“碑与传”，又是海军航母建设的见证者，不仅为时代传递生命力与正能量，也为屏幕提供一种“审美正气”。作品通过三代试飞员的故事，发扬与传承新时代军人“勇于奉献、勇于挑战”的精神作风，也为当代社会观众打开视野、治愈心灵。

“不论是题材创新、制作水准、艺术呈现，还是思想内涵、价值引导、社会影

响力，《海天雄鹰》都是一部具有划时代意义的军旅剧，将对国产军旅剧的后续创作产生深远影响。”《文艺报》编审、北京文艺评论家协会视听委员会副主任高小立认为，该剧多角度展现了我军“文明之师、威武之师、胜利之师”的风采，分层次呈现了重工业与科技未来感的美学特质。

在中国人民大学新闻学院副教授何天平看来，《海天雄鹰》的硬朗和血性，既再现了以飞行员群像为代表的中国人的精神世界，也描摹了新时代国防建设的新突破、新成就、新气象，展示出文艺创作面向时代、国家和社会的延展力和生命力，传递源自好题材、基于好创作、产生好影响的丰富艺术感染力，构成今年电视剧市场具有标志性意义的重要收获。

中国传媒大学戏剧影视学院教授赵晖认为，该剧以艺术化的表达方式，传递了中国军人的使命和担当。其中人物群像的塑造尊重历史事实，是对英雄精神的传承和红色血脉的赓续。