

『中国创造』吸引全球目光

11016第十四届ChinaJoy明天开幕



以“游戏新时代，拥抱泛娱乐”为主题的2016第十四届ChinaJoy将于明天在上海新国际博览中心拉开帷幕。

《2015上海游戏出版产业报告》显示，2015年，上海网络游戏（包括客户端游戏、网页游戏、移动游戏和电视游戏）销售收入约为499.3亿元，约占全国销售总额的35.5%，比2014年的377亿元增长32.4%。其中，网络游戏海外销售收入约为6.948亿美元，同比增长31.6%，约占全国海外销售收入总额的13.1%。上海已成为正在崛起的“中国创造”的生力军。作为全球数码互动娱乐领域最具影响力的盛会之一，本届ChinaJoy将史无前例地把规模扩增到12个展馆，总面积达14万平方米。展商总数也大幅提升——BTOB综合商务洽谈区展商为600余家，其中海外展商为200余家，目标交易额达4亿美元。BTOC互动娱乐展示区展商总数近300家，展品达4000款，现场体验机4000台以上。为期4天的活动，预计观众总数将逾30万人次。

商务洽谈云集知名企业

中国作为全球最大的游戏消费市场和游戏产业综合增速最快的国家，十余年来，自主研发水平不断提升，已完成产品以进口为主向自主品牌为主并开始向国际出版版权的转变——中国游戏出版产业和文化创意产业，已登上国际舞台并崭露头角。ChinaJoy连续第六年设立独立的BTOB综合商务洽谈区，无论是展区规模或是参展企业的数量和分量，都已晋升为亚洲最大的游戏领域BTOB专业展览。而国内游戏企业参与度的提高，也显示了中国游戏企业越来越懂得通过专业展览的方式，向全球业界展示自己的产品与优势，以此获得更多版权出口、商贸合作的机会。

本届ChinaJoy BTOB综合商务洽谈区云集了全球知名企业的最新顶尖游戏产品、技术引擎与硬件设备。越来越多国外企业将重心转移至中国游戏市场，并愿意拿出当前最顶尖的技术和产品与中国游戏企业开展合作。而事实上，中国最新的研发技术和游戏产品也确实获得了越来越多国外玩家的追捧，“中国创造”显然已成为国际游戏产业所关注的焦点。

与往年BTOB展区几乎是重量级参展商的角力场不同，今年国内中小型企业也大批跻身展区，成为其中的“活跃分子”。国内中小型企业通过BTOB展区可与同时参展的近600家国内外知名企业开展洽谈，并向数万来自全球游戏产业界的专业人士展示自己的优势产品和优势项目，这为成长中的中小型企业将带来新的机遇。

国产游戏占据大半江山

对广大游戏、动漫爱好者来说，数字娱乐展览——BTOC互动娱乐展示区或许是他们更为关注的。据悉，本届BTOC展商总数近300家，全球知名公司如微软、索尼、EA、暴雪、育碧、万代南梦宫、NVIDIA、Intel、AMD等国际厂商纷纷加大参展力度，让广大动漫游戏爱好者了解全球最顶尖的游戏发展成果及全球最新的游戏产品。据悉，本次展商的展台设计和展示规划将以产品体验为主。现场体验区和体验设备较以往空前增加，4000台体验机将进一步满足玩家的“试玩”需求，参展商也将更注重服务。

据了解，在申报参展的4000余款游戏产品中，国内展品超过一半以上。此外还有很多涉猎“泛娱乐”的企业加入。本届展会将全面强化“ACH次世代游戏机及家庭数字娱乐产品”主题展示区，并新增“互联网视频及音乐”娱乐主题展示区。同期举办的中国国际动漫及衍生品授权展览会(CAWAE-卡哇伊)，开创了游戏展会同期举办动漫及衍生品授权展览的全新模式，为广大游戏企业与动漫企业间的合作搭建了全新的平台。

“舞艺超群”提供全新平台

作为国内规模最大，覆盖人群最广的Cosplay殿堂级比赛，每届ChinaJoy Cosplay嘉年华都会吸引数万coser参与其中，而上海总决赛更是百万ACG爱好者们时刻关注的梦想舞台。

第十四届ChinaJoy Cosplay嘉年华超级联赛除了“ChinaJoy Cosplay封面大赛”与“ChinaJoy Cosplay嘉年华全国大赛”两场盛典之外，还将开启全新副本——“舞艺超群—ChinaJoy全国舞团盛典”，为热爱二次元舞的小伙伴们提供全新的展示平台，并将配合全国大赛展开全国范围的征选。同时，大赛将联合各大线上直播平台，为御宅一族展示更多精彩纷呈的内容。

本报记者 朱渊

选出阿拉的“文化DNA”



马上评

上海是一个国际文化大都市。而当我们一旦离开了这片土地，那么它就成了我们的故乡、故土。说得简单点，乡土文化符号，就是向从未来过上海的朋友介绍故乡、故土时使用的关键词，它指代的是地域物质文明、精神文明和生态文明的DNA。

根据这些乡土文化符号，

我们就能大致勾勒出城市轮廓、地理地貌、文化精髓、世象百态。例如外滩、南京路、江南丝竹、崇明农副特色产品、本帮菜等等。与此同时，还能传递出本地独有，甚或全球唯一的“特产风物”，如广富林遗址文化遗产、阿婆茶、徐光启与徐家汇等等。

最终由市民遴选出来的这100个乡土文化符号，将组合成我们上海的DNA。虽说16个区已经推选出代表各自

区域的“十大”，构成了160项上海“百大”的候选名单。但根据“决赛规则”，“百大”并非是由16个区平均分摊的，而是要求市民以立足全市、面向全国、展望全球的高度来进行取舍。这可能对“区”来说不很公平，但是对“市”来说却绝对公平。我们通过“百大”评选所描绘的，正是能代表上海这座城市物质、精神和生态文明总和的美图。

朱光



■阿婆茶

■豫园

■思南路

上海16个区提供160个项目待选 “百大乡土文化符号” 邀请你来投一票



本报讯(首席记者 朱光)上海16个区日前各自选出了代表本区域文化特质的“十大乡土文化符号”——本帮菜、老凤祥、阿婆茶、江南丝竹、精武体育会、外滩、思南路、金山城市沙滩等榜上有名。不过，来自16个区总共160个候选项目中，到底有哪100个可以代表上海本土文化的总体风貌？上海市民文化节官网将逐步将这160个项目的前世今生呈现给市民，邀市民投票。最终，结合专家意见，将评选出“上海百大乡土文化符号”。

乡土文化，是指一个特定

地域内发端、流行、长期积淀并不断发展，且带有浓厚地方色彩的物质文明、精神文明及生态文明的总和。乡土文化的特征是地域性、民间性和传承性。乡土文化符号，则是能代表乡土文化特征精髓的景观、建筑、非遗、人物、美食、文化样式、传说等等。以“留住乡情、感怀乡愁、品味乡韵”为宗旨的2016年上海市民文化节乡土文化大展，自4月底、5月初启动以来，发动市民参与评选，并组织非遗、文物保护、民俗、历史等各方面专家进行讨论，目前已评定出代表各区的“十大”。

难以取舍，成为专家、工作人员和当地市民的最大难题，

因为他们“对这片土地爱得深沉”。黄浦区以面向全市的角度，遴选外滩、豫园、南京路、本帮菜等远近闻名的文化符号；松江区挖掘上海文化的根，重视非遗、建筑、民俗等各方面的平衡；浦东新区则展现上海现代化的成果……每个区先盘点出40至60个项目供候选，其中不少单项被合并、提炼出新的文化符号。徐光启与徐家汇、崇明农副特色产品、上海大厦和外白渡桥等，就是融合提升的成果。区内的评选引起了市民对本土文化的高度关注，市民纷纷表示：“要跟着文化符号去旅游”。

眼下，“全市百大”的评选正期待所有市民的参与。