

# 游戏：非遗传播的另一个文化空间

习近平总书记指出：“中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在，是中华民族的根和魂，是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基”，“要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，以时代精神激活中华优秀传统文化的生命力。”游戏作为内容产品，具有鲜明的文化属性。游戏行业作为文化生产者和传播者，是重要的思想文化阵地，也肩负着文化使命，需要深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，推动传统文化创造性转化、创造性发展，同时更好地满足人民群众美好生活需要。

## 一、总论：游戏和传统文化的融合空间

赫伊津哈以文化人类学视角所著的《游戏的人》是现代游戏思想的开山之作。他认为，游戏比文化更加古老，人类文明不仅产生于游戏，而且它们就是游戏本身。“从一开始，人类社会宏大的原型活动就充满了游戏。原始社会举行神圣的典礼、牺牲、献祭和神秘仪式，全都是为了确保世界的安宁，这是真正纯粹精神意义上的游戏。”<sup>1</sup>在赫伊津哈的观点下，传统文化与泛化的游戏几乎是可以等价的，在现代语境中，传统文化与游戏的融合也存在着非常广泛的空间。

### （一）价值空间：传统文化驱动游戏社会价值，游戏助力传统价值观创新型发展

游戏作为当今最为古老的人类活动之一，既是人类快乐愉悦的象征，也涉及艺术和美学等相关问题；持“游戏本能说”观点的学者认为超功利的游戏是人区别于其他动物的高级活动；席勒甚至认为，只有当人充分是人的时候他才游戏，只有当人游戏的时候，他才完全是人。<sup>2</sup>游戏是人与生俱来的基本诉求，人也会通过游戏符号建构自己的意义世界。游戏能够将人的想象世界与现实世界相连接，无论游戏场景如何流动，一旦参与者进入游戏场景，并在同一游戏规则下开展活动，便开始了人与自我、他人以及环境的互动过程。这一游戏互动构成了整个人类社会活动的隐喻，因为游戏的互动过程同时也是意义的生成过程，其中包含

<sup>1</sup> 赫伊津哈. 游戏的人:文化中游戏成分的研究[M]. 何道宽译. 花城出版社, 2007.

<sup>2</sup> 朱光潜. 西方美学史[M]. 人民文学出版社, 1964.

了游戏者对自己意图的传达、对他人行为的反应和对整个情境的解释。<sup>3</sup>麦克卢汉说，“游戏是大众艺术，是集体和社会对任何一种文化的主要趋势和运转机制作出的反应。”<sup>4</sup>因而，随着游戏功能愈发多元，游戏自身逐渐发展成了一种强大的媒介，其中不仅包含了故事、任务，还包括了情绪、社会互动、知识以及价值观，所以，游戏也成为安抚情绪、传递理念、传授知识以及构建认同的重要场域。

现代电子游戏是舶来品，其中的艺术观念也是舶来品，但完全照搬西方的价值观，显然是不可能的，也是不可想象的。经过近年长足的发展，已有许多本土化的优秀游戏作品，但作为传递理念、构建认同的重要场域，游戏的观念理应也亟需与传统文化进一步融合，在中国文化的土壤中根深叶茂。

对于传统文化而言，与游戏的融合也能为其带来新的生机。有美国学者认为，中国传统文化在很多方面已经被“博物馆化”了，即是说中国文化在现代中国人的心灵里已经成为满足情绪需要而未必有实用价值的存在，中国文化已经失去生命力，在社会上没有起积极的作用。<sup>5</sup>事实上，中华文化之所以能不断绝的发展至今就是因其具有强大的自我更新能力，而且其与新的实践相结合也会赋予传统文化新的价值。游戏作为当前非常重要的媒介实践之一，直接影响并参与塑造当代社会的情感结构，也必将为传统价值观带来创造性转化和创新型发展的契机。

## **(二) 智力空间：传统文化为个体游戏意义赋能，游戏为传统东方智慧助势**

游戏作为一个智力空间，玩家在参与过程中需要调动多种类型的智力。其一是认知能力，可以是快速而简单的，比如任天堂《大脑时代》里的30秒数学题，也可以是漫长而复杂的，比如即时战略游戏《帝国时代》模拟10000多年来的征战；其二是探索能力，可以是探索神秘的3D环境，可以是和陌生人互动，探索激励我们积极进取；其三是团队协作能力，这类能力在网络游戏尤其是MMORPG等大型游戏中要求越来越高，它强调协力合作，为群体做出贡献；其四是创造性工作，比如在《模拟人生》游戏里设计自己的家，在《疯狂美式橄榄球》里组建和管理在线大联盟等。<sup>6</sup>游戏作为一种智力活动，既包含着以自我娱乐为主的过程意义，同时也能够将游戏场域中生成的意义延伸到其他领域，如形成自我认知、建立社会

<sup>3</sup> 陆正兰，李俊欣. 从“理性的人”到“游戏的人”：游戏的意义理论研究[J]. 江西师范大学学报：哲学社会科学版，2020，53(5):7.

<sup>4</sup> 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽译. 北京：商务印书馆，2000.

<sup>5</sup> 利文森. 儒教中国及其现代命运[M]. 广西师范大学出版社，2009.

<sup>6</sup> 麦戈尼格尔. 游戏改变世界：游戏化如何让现实变得更美好[M]. 浙江人民出版社，2012.

关系，指导社会实践。一个游戏场域便是一个微观社会，其中有合作也有竞争，有统治也有对抗，进入该场域的人们共享着同一个意义世界。

传统文化与游戏相结合，可以让玩家投身到更宏伟的事业当中，并为游戏赋予更宏大的意义，主要体现在三个方面：一是为行动创造宏伟的背景，帮助玩家将个人游戏和更大的使命联系起来的集体故事；二是让玩家沉浸在宏伟的环境当中，唤起好奇心和惊讶感的庞大互动空间；三是鼓励玩家参与宏伟的项目，玩家在数月甚至数年的时间里通力合作展开集体活动。有宏伟故事的游戏，其实是利用故事帮助玩家体会到另一种不同的力量，也就是开展有意义行动的力量。故事就是大局，玩家的行动就是重要的事情。有游戏设计师认为：“故事为意义奠定了基础，为玩家的行动提供了框架。身为设计师，我们不是告诉玩家，也不是向他们展示，而是为之提供信息——玩家从事什么样的行动，他们会经历什么样的壮举。”<sup>7</sup> 这些壮举构成了玩家的故事，故事最终成了意义。

而游戏则可以为传统东方智慧助势。有研究发现，东西方文化重视的智力类型不同。中国以及亚洲文化在强调认知智力的同时，并不忽视智力的社会方面，不像西方传统的智力观主要以学业智力为核心，这与中国以及亚洲的集体主义文化相关。西方被试的智慧更多与经验、有知识相聚类；西方被试的智慧概念强调认知维度，尤其是知识和分析能力。东方被试的智慧则更多与慎重、年长、直觉等相聚类；而东方被试的智慧概念涵盖认知、直觉、情感、动机等多种层面。传统文化中潜藏着东方智慧，游戏这一智力空间是彰显东方智慧的最好平台。

### **(三) 文化空间：传统文化为游戏增添底蕴，游戏承载传统文化创新与传播**

中华民族的传统文化，在 5000 多年的历史长河中绵延不断，积淀着华夏民族最深厚的精神追求，凝聚着我们共有的精神标识，是现代中国根植的文化沃壤。游戏作为一种文化产品，应该善于从中华传统文化资源宝库中提炼题材、获取灵感、汲取养分，把中华优秀传统文化的有益思想、艺术价值与时代特点和要求相结合。

赫伊津哈指出文明越发达，严肃性越是增加，游戏性越是减少：“文明发展的趋势是越来越复杂多样，越来越层层叠压，生产技术和生活的技术在组织上越来越精致。在这个过程中，古老的文化土壤在重重叠叠的重压下越来越难以呼吸，思想和知识体系、教义、规

---

<sup>7</sup> 同上。

章制度、道德和常规习俗都失去了和游戏的联系。”<sup>8</sup>文化从发轫之日起就是在游戏中展开的，历经千年，游戏与生产生活逐渐分离，文化里游戏成分一直在衰减，但赫伊津哈发出悲叹的19世纪已经过去，休闲时代几乎已经到来，游戏作为一种文化产品成为人们逃离日常生活进入忘乎所以境界的重要休闲方式。因而，游戏与传统文化天然具有融合的优势，传统文化既可以成为现代游戏庞大的素材之源，也可以使游戏的世界观设计更扎实、内涵有根可寻，为其增添凝聚着千年华夏精神的文化底蕴。

另一方面，古老的文化土壤也亟待翻新，游戏无疑是最适合的媒介和平台。过去我们常常考虑的是如何“保存”传统文化，但当它变成一个被“保存”的东西的时候，传统文化已经被深刻地改变了。在现代之前，每一个伟大的非西方文化，包括中国在内，都是一个多元的、处于不断变动之中的媒介，人们通过这个媒介思想与行动。但是，当它被保存起来的时候，一个原本活跃的媒介僵化了，成了一个固定的思考对象。<sup>9</sup>因而，“传统文化的现代化”的题中之义不仅仅是“内容”层面的转化，更是“媒介”层面的转化，传统文化需要“再媒介化”。游戏作为继影视作品、音乐之后新一代年轻人喜爱的文化产品，其年轻化表达方式是传统文化焕新最好的传播载体和媒介，可以促进中国传统文化的传承发展方式与路径的多元化，提高大众文化素养，坚定文化自信，让中国传统文化焕发新的活力。

游戏在为产业增收的同时，也已成为中国软实力的重要组成部分，还要成为中国文化走向世界的名片，承载讲好中国故事的社会价值。

## 二、游戏行业概况及研究对象界定

### （一）游戏行业概况

#### 1. 行业规模

近年来，中国国内游戏产业发展迅速，营收逐年拉高，国家相关主管部门也在高度重视游戏产业发展。根据2021年《中国游戏产业报告》（以下简称为报告）<sup>10</sup>，2021年中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，较去年增收178.26亿元，同比增长6.4%。贡献最大者依

<sup>8</sup> 赫伊津哈. 游戏的人:文化中游戏成分的研究[M]. 何道宽译. 花城出版社, 2007

<sup>9</sup> 宇文所安. 把过去国有化:全球主义、国家和传统文化的命运, 载《他山的石头记:宇文所安自选集》[M]. 田晓菲译. 江苏人民出版社, 2006.

<sup>10</sup> 数据来源:《2021年中国游戏产业报告》, [https://www.sohu.com/a/509131223\\_120840](https://www.sohu.com/a/509131223_120840)

然为自主研发游戏。与此同时，自主研发游戏海外市场销售收入 180.13 亿美元，较去年增收 25.63 亿美元，同比增长 16.59%。总体而言，从过去五年发展走势看，我国游戏产业增速逐渐放缓，但是依旧保持持续增长，国内游戏厂商在不断开拓海外市场。随着政府监管逐渐到位，中国游戏产业将继续保持健康规范发展态势，推出更多深植中华文化根脉，汲取中华文化滋养的精品佳作。

## 2. 产品类型

2021 年，中国移动端游戏依旧是我国游戏市场的主体。报告显示，中国移动游戏市场实际销售收入占比为 76.06%，客户端游戏市场实际收入占比为 19.83%，网页游戏市场实际销售收入占比为 2.03%。

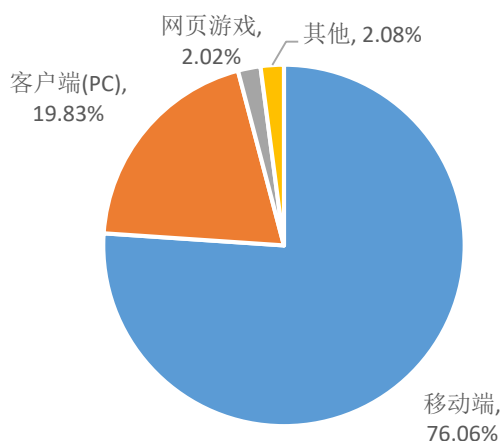


图 2-1 2021 年中国游戏市场收入占比

在游戏类型上，移动端的游戏类型集中在主要以角色扮演类游戏（MMORPG）、卡牌类游戏和策略类游戏为主，三者占比接近 50%，企业的研发相对集中于这三种类型的产品。其余则由回合制，射击类，动作角色扮演类（ARPG），放置类，多人在线战术竞技类（MOBA），开放世界探险等类型瓜分。

而客户端（电脑端）的游戏类型由于平台原因，都以大型游戏为主，游戏类型也相对单一。国内市场主要以大型角色扮演类游戏（MMORPG）和第一人称射击类游戏（FPS）为主体，动作类和第三人称射击游戏（TPS）也有一定市场。但客户端游戏多为国外游戏在国内的代理，国产自研产品较少。近年国产自研大型游戏也有一些新起之秀，比如网易旗下《永劫无间》<sup>11</sup>，在国内外市场收获一致好评。

<sup>11</sup> 注：网易旗下 IP，大逃杀类型叠加动作竞技，买断制多人动作竞技端游。

国内网页游戏市场所占份额较低，且连续 5 年持续呈现下降的趋势。没有合适的 IP（即 Intellectual Property，知识产权，在互联网文化中引申为动漫、影视、文学等文化创意产业领域衍生文化的独特“种子”，有引爆网络现象的潜力<sup>12</sup>），在年轻人中也不太受欢迎，正在逐渐淘汰出整体市场。

单机游戏在国内市场一直不温不火，受制于早些年山寨游戏光碟和盗版游戏下载网站泛滥，目前端游没有太多游戏厂商愿意研发，只有移动端一直有单机游戏出品。

### 3. 市场格局

伽马数据的报告显示，2021 年中国游戏市场实际销售收入为 2965.13 亿元，腾讯本土市场游戏收入增长 6% 至 1288 亿元，包含海外游戏业务在内的游戏业务营收同比增长 11.7% 至 1743 亿元；网易游戏业务营收同比增长 15% 至 628.07 亿元。以此估算，腾讯在 2021 年的本土游戏营收仍占据国内约 43% 的市场份额，网易没有单独给出本土游戏营收，份额应大概接近 20%，两者共同占据约六成的国内游戏市场份额，其余厂商没有一家单独超过 10% 的市场份额。同时游戏业务是腾讯、网易的重要营收来源。2021 财年腾讯整体游戏业务占总营收的 31%，而网易游戏业务的营收占比更是达到了 71.7%。

2021 年国内手游流水榜 TOP20 中，腾讯的《王者荣耀》<sup>13</sup>《和平精英》<sup>14</sup>、网易的《梦幻西游》仍然占据国内手游流水榜前三，收入榜首的《王者荣耀》发行至今已有 7 年，《梦幻西游》<sup>15</sup>已运营了 20 年之久。前 20 名中腾讯、网易占据了 13 席，其中腾讯共有 7 款游戏上榜，网易共 6 款游戏上榜，除了《使命召唤手游》《天涯明月刀手游》<sup>16</sup>以及《哈利波特：魔法觉醒》<sup>17</sup>3 款近年新作之外，其余都是运营三年及以上的老牌游戏。

表 2-1 2021 年中国内地市场国产手游流水 TOP20

（来源：伽马数据）

<sup>12</sup> 张怡，达旭瑶.IP 概念的前瞻性意义分析[J].新闻战线，2018(17):117-120.

<sup>13</sup> 《王者荣耀》是腾讯旗下天美工作室推出的 MOBA 竞技类手游。

<sup>14</sup> 《和平精英》是腾讯旗下光子工作室推出的端游《绝地求生》的手游移植游戏，游戏类型为大逃杀。

<sup>15</sup> 《梦幻西游》是一款由中国网易公司自行开发并营运的国产 MMORPG，游戏背景为《西游记》。

<sup>16</sup> 《使命召唤手游》《天涯明月刀手游》都是腾讯旗下的端游移植类游戏。

<sup>17</sup> 《哈利波特：魔法觉醒》是网易旗下 IP 改编的卡牌对战手游。

排名	游戏名称	发行公司	发行时间
1	王者荣耀	腾讯游戏	2015
2	和平精英	腾讯游戏	2019
3	梦幻西游	网易游戏	2003
4	三国志战略版	灵犀互娱	2019
5	原神	米哈游	2020
6	穿越火线：枪战王者	腾讯游戏	2015
7	万国觉醒	莉莉丝网络	2020
8	一念逍遥	雷霆游戏	2021
9	火影忍者	腾讯游戏	2016
10	天涯明月刀	腾讯游戏	2020
11	大话西游	网易游戏	2015
12	QQ飞车	腾讯游戏	2017
13	率土之滨	网易游戏	2015
14	哈利波特：魔法觉醒	网易游戏	2021
15	阴阳师	网易游戏	2016
16	神武4	多益网络	2019
17	斗罗大陆：魂师对决	三七互娱	2021
18	使命召唤手游	腾讯游戏	2020
19	JJ斗地主	竞技世界	2011
20	明日之后	网易游戏	2018

端游方面，2021年网易推出了买断制端游《永劫无间》，这款游戏成为去年爆款，助力网易Q4游戏营收同比增长30%，达174亿元，超出行业平均增长，还刷新了国产买断制游戏销量新纪录。该游戏也作为“最畅销游戏”入选了Steam 2021年度最佳游戏榜单。

总体来看，我国游戏行业市场集中度较高。腾讯、网易占绝对优势，其中腾讯更是凭借《英雄联盟》<sup>18</sup>《王者荣耀》等游戏实现千亿的游戏收入；除腾讯和网易外，米哈游、完美世界等游戏企业在我国游戏行业也具备一定的竞争力。依据游戏相关业务营业收入进行划分，大致可分为3个竞争梯队：游戏相关业务营业收入超过500亿的公司有腾讯控股和网易，游戏相关业务营业收入在100-500亿元的公司有米哈游、三七互娱和世纪华通，游戏相关业务小于100亿的公司包括完美世界、游族网络、巨人网络、英雄互娱等。

#### 4. 用户概况

2021年，中国游戏用户规模达6.66亿人，同比增长0.22%，与2020年相比，用户规模

<sup>18</sup> 《英雄联盟》是由拳头游戏开发及发行的一款MOBA游戏，国内服务区为腾讯控股代理运营。

变化不大；移动游戏用户规模达 6.56 亿人，同比增长 0.23%，游戏人口的红利趋于饱和。<sup>19</sup>

中国游戏市场用户年龄结构正发生结构性变化，根据艾媒数据中心调查数据，截至 2020 年，中国移动游戏 31 岁以上用户占比达到 52.9%，超过了 30 岁以下年龄段用户。中国游戏用户结构正向全年龄段发展，随着未成年人保护相关政策的相继落实，移动游戏用户整体结构将更加健康有序，并推动整体行业持续规范化发展。

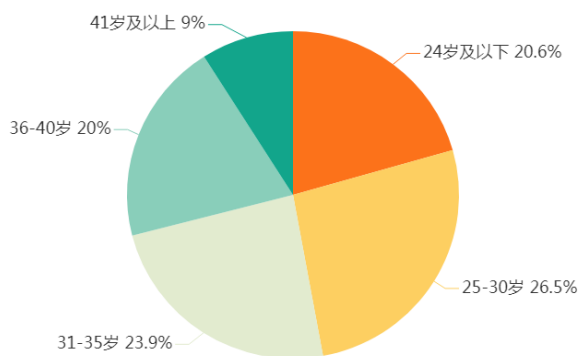


图 2-2 2020 年中国移动游戏用户年龄分布  
(数据来源：艾媒数据中心)

## (二) 研究对象界定

### 1. 研究对象

相较于传统文化的多义性和模糊性，非物质文化遗产的界定和分类更为清晰，且非遗项目的确立需经过多重的筛选、满足多元化的审定原则，非遗相比于传统文化具有更加积极的意涵，在唤起民族认同感、促进文化多样性和激发人类创造力方面更具有说服力和典型性<sup>20</sup>，因而相比泛泛的传统文化，以非遗元素进行联动或创作的游戏更具有讨论价值。

因此，本文研究对象为内容或相关宣传营销包含非物质文化遗产元素的电子游戏。

### 2. 研究范围和方法

根据联合国教科文组织的《保护非物质文化遗产公约》的定义，非物质文化遗产是指被

<sup>19</sup> 数据来源：2021《中国游戏产业报告》

<sup>20</sup> 郭新月. 非遗主题电子游戏的跨媒介性研究[D]. 南京大学, 2021.



各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。

按照《中国非物质文化遗产网》<sup>21</sup>的划分，国家非物质文化遗产目前分为十大门类：民间文学，传统音乐，传统舞蹈，传统戏剧，曲艺，传统体育、游艺与杂技，传统美术，传统技艺，传统医药，民俗。并以传承人作为活态传承载体、历史悠久、可依附于具体表现形式且具备普世价值作为评价基准，初步建立了具有中国特色又能与国际接轨的广义的非遗概念。

因此，本文研究对象中的非物质文化遗产是指经过官方审核并收录至国家、省、市级非物质文化遗产名录的项目；研究中收录的游戏以国产自研为主，也有小型独立游戏。

本文按照非物质文化遗产名录中的条目逐一搜索了是否与游戏有联动，以确保无遗漏，在此基础上搜集整理了非遗项目与游戏结合的事件、方式、时间、合作方、以及在B站、微信公众号等平台的宣传情况等相关信息，并对效果突出的案例进行了深入分析。截至2022年6月，收集整理的非遗与游戏结合案例共418个。

### 三、在虚拟世界的相遇：非遗与游戏结合的现状调查

#### （一）非遗十大门类与游戏结合现状

国家非物质文化遗产目前分为十大门类：民间文学，传统音乐，传统舞蹈，传统戏剧，曲艺，传统体育、游艺与杂技，传统美术，传统技艺，传统医药，民俗。十种类别在游戏里的结合情况并不均衡，大致可分为三个梯队。

<sup>21</sup> 中国非物质文化遗产数字博物馆：[https://www.ihchina.cn/project\\_details/12666/](https://www.ihchina.cn/project_details/12666/)

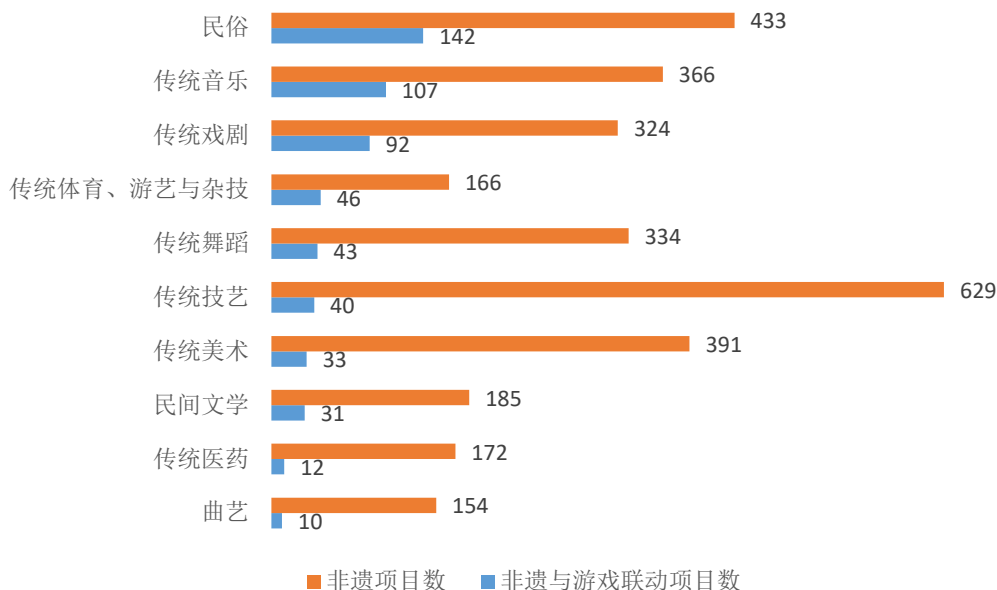


图 3-1 非物质文化遗产项目与国产游戏联动项目对比

## 1. 第一梯队：民俗、传统音乐和传统戏剧

第一梯队是以民俗、传统音乐和传统戏剧为主，在游戏中已经有很多知名度高的项目被联动或被游戏设计参考过。自从国家对非遗文化重视之后，游戏公司的非遗联动也在加速“内卷”，非遗项目的联动在游戏行业里属于先到先得，最先进行联动的就有宣传优势。第一梯队包含的非遗项目受众面较广泛。

**(1) 民俗类：**民俗类与游戏的结合项目最多，方式也较多样，既有围绕某一民俗要素展开的，也有与其他非遗类型相结合的方式。

围绕单一或同类的民俗要素设计游戏内容，如依据二十四节气进行玩家签到活动，更为常见的是根据民俗要素设计相关角色皮肤、游戏地图、剧情、玩法等。目前国内游戏市场中长线运营的游戏基本都会选择民俗节日进行游戏版本更新，推出与节日相关的创意玩法、限定皮肤、限时剧情或福利活动等游戏内容。

在同一民俗主题下容纳不同类型的非遗民俗要素或其他品类的非遗项目的联动方式，主要包括在节日民俗主题下搭建社会组织民俗场景或人生仪礼场景，或是与传统技艺、传统曲艺等非遗项目及传承人展开跨界合作。这主要是由于非遗民俗大类主要集中于春节、元宵节、端午节、七夕节等岁时节日民俗，这些主题宏大、内容丰富的民俗项目在现实生活中往往容纳着多样化的庆祝行为，既包含了丰富多彩的地域特色，也往往与其他类别的非遗民俗紧密

相关。

**(2) 传统音乐类：**主要通过主题曲、角色印象曲或者地图背景纯音乐的方式与游戏相结合；有部分会邀请传统文化音乐人来参与或监制；还有一些是将传统音乐和相关乐器作为要素加入游戏的玩法，例如古筝，琵琶等知名中国传统乐器在古风游戏中作为玩家可弹奏乐器；有些玩家还会自发结合游戏剧情或场景配合传统音乐进行剪辑，或者利用游戏中可编曲弹奏的道具进行传统音乐的演奏等。总体而言传统音乐与游戏结合形式比较多样，用户参与度和积极性也较高。

**(3) 传统戏剧类：**结合方式多为知名作品（如《牡丹亭》《神女劈观》等）改编成剧情或者是作为游戏背景音乐，玩家容易接受，也可以为游戏宣传效果加成。而其他小众、甚至面临失传困境的传统戏剧则少有联动的机会，这主要是由于传统戏剧有很强的地域性，大多数传统戏剧使用得是当地方言，如果不熟悉当地方言就会面临听完全听不懂的尴尬局面，因此较难大范围推广。

## 2. 第二梯队：传统体育、游艺与杂技，传统舞蹈，传统技艺，传统美术和民间文学

第二梯队是目前刚刚开始得到游戏厂商重视的一个梯队，目前与游戏合作的项目约在30-50项之间，包含传统体育、游艺与杂技，传统舞蹈，传统技艺，传统美术和民间文学五项。这一梯队非遗项目里具有一定的共性，除民间文学类外，其他几类项目本身缺乏一定的故事性，但包含一些工具、器物和动作，可以与游戏相结合。在第一梯队的非遗项目被玩家群体熟知以后，游戏厂商为了避免玩家产生审美疲劳等问题，这一类别的项目就获得了青睐。从整个非遗项目本身的分布来看，第二梯队中的传统技艺、传统美术和传统舞蹈的非遗项目都较多，还有较大的可挖掘空间。

**(4) 传统体育、游艺与杂技：**传统体育类项目与游戏的结合主要体现在两个方面，其一是为游戏人物动作、技能、招式等提供参考，这类结合在格斗类游戏中较多，比如《铁拳》中游戏人物凌晓燕使用八卦掌、里奥·奇利生使用八极拳，《死或生》中的游戏人物元福使用心意六合拳、雷芳使用太极拳等；其二是传统武术文化与游戏的核心世界观与主线剧情、游戏场景等内容的结合，比如《一梦江湖》将少林与武当两个门派作为基础设定，选择该门派的玩家可以修习融合有少林功夫与武当武术等非遗元素的技能，同时，在游戏中还设置有少林寺、武当山等场景，并且游戏还根据少林、武当元素设计有相关的主线剧情，使得与武术相关的非遗元素真正的融入到了游戏的核心世界观当中。

(5) **传统舞蹈**：传统舞蹈在游戏运用最多的、最广为人知的是“广东醒狮”、“铜梁龙舞”等，因为龙舞、狮舞在我国多个地区都有分布，且通常与中国最盛大的传统节日春节、元宵相结合，总体观众基数极大。此外，也有少数是结合少数民族非遗项目，如傣族的孔雀舞，或一些知名度较低的非遗项目，如傣舞、鹤舞等。

(6) **传统技艺**：传统技艺类非遗因为缺乏故事性，主要为工具类的器物，因此与游戏内容结合多是作为游戏中具体道具；此外，这类有较多是采取营销层面的合作方式，比如与千户苗寨景区进行联动的《梦幻新诛仙》将“游方桥”完完整整的移植进了游戏中，而在进行联动的千户苗寨游方桥内，新梦诛仙还设置了实地打卡点，在该地旅游的玩家大可前往三号桥进行拍照打卡，获得礼包码，进入游戏后的南疆地图并使用该礼包码，便可成功激活专属情缘故事。

(7) **传统美术**：传统美术与游戏联动主要有两种方式，其一是在游戏内部融入非遗元素，一般会采用外观、服饰、皮肤等方式进行体现；其二是在游戏发行、更新等外部活动中，邀请传统美术非遗的传承人展示作品、赠送实物等活动。

(8) **民间文学**：民间文学的情况比较特别，虽然游戏联动的项目不算多，但是联动的次数可以排行前列，这是因为传统文学作品的特殊性。知名度高的文学作品，例如《白蛇传说》《西施传说》《木兰传说》等，从大型网游到小型单机游戏中，都被大量重复使用，而少数民族的文学作品等却很难得到联动机会。

### 3. 第三梯队：传统医药和曲艺

第三梯队是目前获得联动最少的一个部分，主要以传统医药和曲艺为主，这两个项目的主要问题是大众的认知中，是属于非常正式的技艺，传承通常繁杂且不外传，包含有很高的技术含量且很难被现代数字化的概念，导致其很难进行游戏数字化，目前已知的联动次数屈指可数，大部分还是为了营销手段设计的联动活动，无法融入游戏。

(9) **传统医药**：相关合作较少，有玩法与设定上的结合，如《一梦江湖》中云梦门派地图云梦汤池就参考了瑶族医药的药浴疗法；也有营销层面的联动，如《剑网3》项目组集体去北京中医药大学体验中医并拍摄宣传中医视频等。

(10) **曲艺**：曲艺类非遗项目较多样，合作方式不一而足。有音乐类的如《一梦江湖》在四周年线上庆典推出苏州评弹曲目《逢君如梦》，也有相声评书类的如著名评书表演艺术家刘兰芳以游戏《乱世王者》为IP制作评书《荣耀兵法》等。

## (二) 非遗与游戏结合的地域分布情况

非物质文化遗产在游戏中的联动重要性受本身所属的分类影响的同时,在国内市场的宣传也受地域影响限制。本文统计了有明确合作方的联动项目发生地域,共 138 项,可以发现联动项目的地区分布主要围绕发达省市展开,例如北京、江苏和广东。许多大型游戏公司的总部都设立于此,挑选联动项目时也常会就近选择。在现代传媒环境中,非物质文化遗产传统的自发式人际传播、小众传播方式,已无法匹配其传播和传承需求,传播能力有限、传播效果不佳,难以广泛进入人们的认知领域。而基于互联网发展的游戏则是宣传非物质文化遗产的优质选择,高效又便捷。游戏玩家群体是非常稳固的受众群体,受现代化和数字化影响这些玩家群体也集中在发达城市。

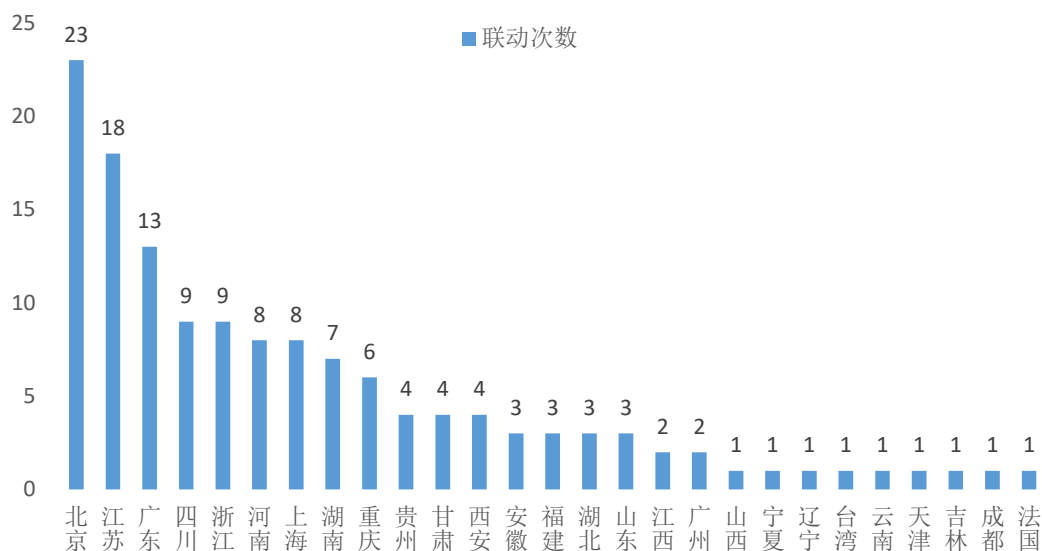


图 3-2 国内目前非遗项目与游戏联动次数地域分析图

但是许多非遗项目尤其是少数民族的非遗项目通常都分布在现代化不完全甚至发展落后的地区,在宣传渠道上天然就比较弱势,未来游戏公司在与非遗联动时更需要“走出去”,帮助更多的非物质文化遗产呈现在大众面前。

## (三) 非遗与游戏结合的历时性发展

非遗与游戏的结合至今大致可分为三个阶段,第一阶段是 2014 年之前,共 25 项,最早可追溯到 1985 年日本光荣株式会社发行的《三国志》;第二阶段是 2015 年-2018 年,共 59 项,非遗与游戏的结合还处于探索期;第三阶段是 2019 年至今,共 274 项,二者结合进入快速发展期。

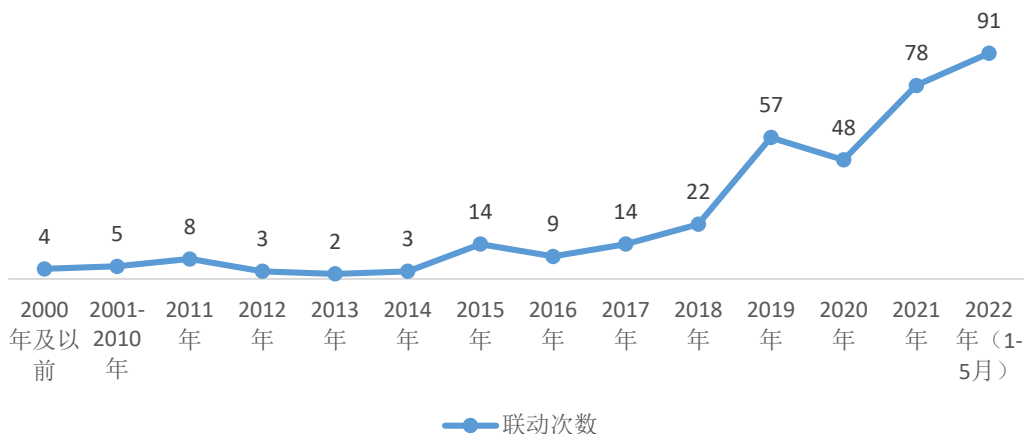


图 3-3 非物质文化遗产与游戏联动次数时间分布

### 1. 萌芽期 (2014 年之前): 自发结合

早期非遗与游戏有少量自发的结合，大多在民间文学这一类别，以玩法与设定类联动为主，如《三国志》《易三国》等以三国传说为题材，《英雄杀》以花木兰、刘伯温、鲁班为游戏人物等；其次是传统体育、游艺与杂技这一类别，主要是武术和游戏里的门派设定、人物和招式技能等的结合；还有零星传统戏剧和传统舞蹈类别的联动，其他非遗项目类别则几乎不涉及。

### 2. 探索期 (2017 年-2018 年): 政策推动

2017 年，文化和旅游部发布《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》<sup>22</sup>后，游戏行业的非遗联动进入了多元探索阶段。许多基于传统文化和民间传说的世界观游戏逐渐面世，例如网易旗下的《一梦江湖》<sup>23</sup>等；也有游戏融入了中国历史和传说的角色设计，例如《王者荣耀》<sup>24</sup>于 2017 年开始出的新角色“女娲”“孙策”都与中国传说与历史有关联。

2018 年，文旅部在文化和自然遗产日开展了非物质文化遗产宣传展示活动，明确强调应大力发挥非遗在丰富城市居民、青少年文化生活方面的重要作用。

此前有研究指出，多数青年人对少数民族的了解仍停留在十分肤浅的层面，除部分本身就是少数民族的用户外，汉族群体对少数民族文化的认知程度普遍较低；许多青年人能列举

<sup>22</sup> 信息来源：中华人民共和国文化和旅游部政府信息公开，索引号：357C01-03-2017-2730

<sup>23</sup> 《一梦江湖》是由网易游戏研发的一款国民级武侠 RPG 手游，曾用名《楚留香》。沿用了古龙《楚留香传奇》系列小说故事背景。

<sup>24</sup> 《王者荣耀》的角色设计把中国东方古代的人物形象，包括古代的元素跟现代一些服饰造型进行结合，让他形成更符合现代审美的形象造型

出较多少数民族的名称，但对其民俗、文化、历史等详细信息几乎一无所知，认识程度普遍不足，而青年人从学校和荧幕中获取到的少数民族非遗信息量最大，因此从一定程度上反映出现有的传播方式的力度不够、深度不足；游戏在青年人中广为盛行，却几乎不含有民族文化的元素，说明在智能手机普及的时代，民族文化却未能有效的在移动平台上被广泛传播和分享。<sup>25</sup>因而，游戏作为青少年的主流文化输出方向，在相关非遗联动的活动方面也开始逐渐受到重视。次年 2019 年相关非遗活动开始出现明显上扬趋势。

### 3. 快速发展期 (2019 年至今): 互相激活

在政策推动下，游戏与非遗文化的联动数量出现明显上升。尽管在 2020 年遭遇了版号审批改革，“非七大类”审批需 5 到 8 个月，2020 年第一季度过审量同比去年锐减过半，导致 2020 年游戏与非遗联动数量较 2019 年略有下降。2021 年《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》出台，关于非遗保护的政策在不断推进，也鼓励合理利用非物质文化遗产资源进行文艺创作和文创设计，网络时代非遗传承离不开数字化和网络手段，“互联网+”激活非遗生命力。对于游戏而言，一方面，前期的合作探索也给游戏方带来了一定的传播效果与收益，另一方面，面临游戏版号等政策收紧的游戏公司也需要非遗文化的背书为游戏增添更多的文化基因，承担更多的社会责任。因而，在这一阶段彻底激发了相关游戏企业与非遗传承者双方对于联动合作的热情，非遗与游戏的结合案例数量大幅上升，2021 年案例近 80 个，2022 年上半年还未结束就已有 91 例合作。可以说，二者的结合已步出探索期，进入快速发展阶段，游戏已成为非遗传承与传播的重要载体。

## 四、虚拟与现实的交界：游戏非遗结合方式与效果

游戏世界和非物质文化遗产都存在于“虚”的世界之中，但在传承中，它们又都以实际存在的世界为载体，以人为核心动力。非遗传承人、游戏厂商、玩家三方共同努力，能够在游戏中焕发非物质文化遗产新的生机，对传统文化进行创造性的传承。

<sup>25</sup> 于潇翔. 严肃游戏在非物质文化遗产保护中的应用与研究[D]. 北京林业大学, 2015.

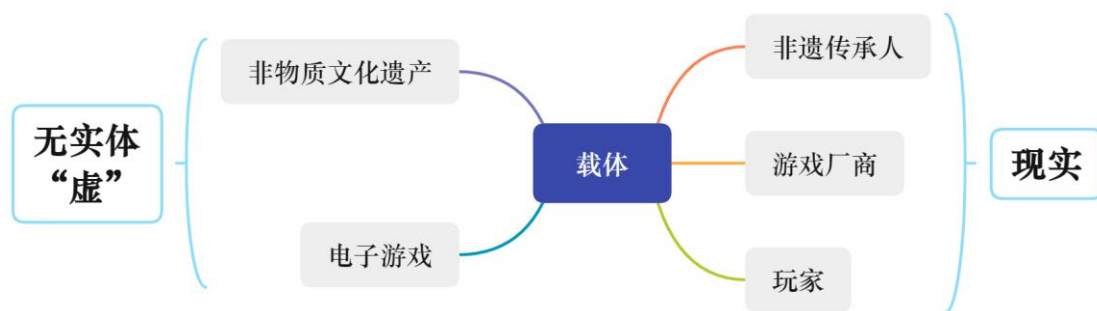


图 4-1 游戏、非遗与现实世界的关系

一般而言，游戏厂商制作游戏出于两种动机：商业盈利、社会情怀，二者不可或缺。游戏项目具有投入高、周期长、风险高的特征，若没有盈利保障，很难获得充足的资金支持；若没有情怀支持，项目难以维持漫长的研发周期。基于以上特征，游戏与非遗的合作，亦出于盈利和情怀的动机。出于情怀动机的非遗使用，以辅助游戏世界观构建、复现传承非遗形式、对非遗形式进行再创作为目的；出于盈利动机的非遗使用，以维持玩家粘性、吸收玩家流量为目的。这两种目的是相辅相成、互相促进的。

通过跨界合作，游戏厂商获得运营效果，引爆盈利点；非遗传承方获得更多资金，助力自身传承。从文化角度而言，游戏在非遗中汲取传统文化的基因，创造独属于自身 IP 的新兴文化，为游戏世界观赋予更深刻、更符合中国人文化基因的内涵。对于非物质文化遗产而言，一方面，通过游戏的 3D 或 VR 技术，非遗在虚拟世界中重拾千百年前的形象，复现当年的光辉；另一方面，游戏运营方和游戏玩家共同参与对非遗文化的二次创作，它们在游戏中以更高艺术水平、更贴近年轻人的形式焕发生机，获得影响力和传播效果的扩大。

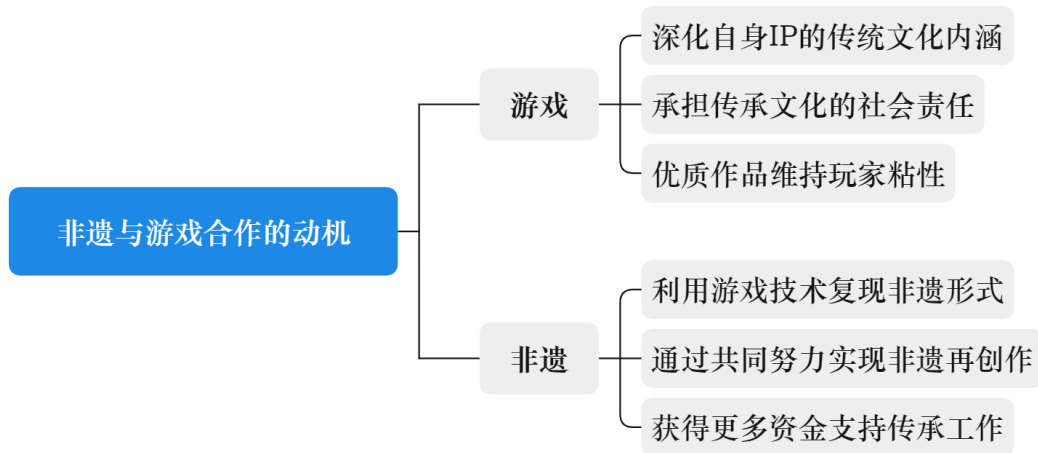




图 4-2 非遗与游戏合作的动机与效果

游戏与非遗进行结合的方式得到越来越广泛的认可，故宫博物院、敦煌研究所、中国非物质文化遗产馆等大型官方非遗传承机构均与游戏展开深度合作，覆盖多款多类游戏。目前市面上绝大多数游戏对于中国传统文化或非遗项目的运用，集中在四种方式：浅层运用、简单联动、深度联动、玩法和设定，以及还有一类：游戏为玩家提供对非遗进行再创作的空间，我们称其为“用户创作”。

## （一）浅层运用

### 1. 形式：仅在游戏短期活动中运用非遗元素

仅在一些短期活动中运用非遗元素，并未涉及与非遗申报机构或传承人的合作，也未提出对非遗的保护性传承目标，有时只与该项目有相关性而非完整复现。

### 2. 案例：网易《一梦江湖》将“太平鼓”等作为可交互的玩具供玩家使用

网易旗下《一梦江湖》作为背景设定在明朝的大型多人在线角色扮演游戏，常常将非物质文化遗产纳入游戏活动之中，并将其物质载体作为可交互的玩具出售或赠送，供玩家使用。这类运用大多是对非遗的再创作，不拘泥于传统形式，而是在设计过程中更加偏向迎合游戏玩家群体喜好。例如 2019 年春节期间，该游戏推出了“太平鼓”可交互玩具和“扭秧歌”动作，分别与传统舞蹈非遗项目“京西太平鼓”“扭秧歌”相关，公众号相关文章阅读量达 3.5 万，获得玩家喜爱。<sup>26</sup>同年夏季，游戏推出时装“粉墨”“剪红烛”，“粉墨”使用书法文化展现魏晋风骨，“剪红烛”采用非遗剪纸元素进行时装设计，相关文章阅读量达 6.2 万，明显超出同期，玩家反响热烈。<sup>27</sup>

<sup>26</sup> 一招玩遍周年庆！今天，我就是庙会上最骚的仔！<https://mp.weixin.qq.com/s/SMvd279JTlYe96c2shpJOg>

<sup>27</sup> 新时装曝光！领略传统剪纸文化，追溯魏晋风骨！  
[https://mp.weixin.qq.com/s/uOvKD2xWdcFhw1X7Cm\\_SoA](https://mp.weixin.qq.com/s/uOvKD2xWdcFhw1X7Cm_SoA)



图 4-3 “一梦江湖”简单应用——“太平鼓”



图 4-4 “一梦江湖”简单非遗应用——“扭秧歌”



图 4-5 “一梦江湖”传统文化元素时装——“粉墨”“剪红烛”

### 3. 效果：成本低，频率高，能有效科普非遗文化

此类方式虽然持续时间较短，对非遗的复现不一定完全一致，仅进行了较为笼统的使用，但对游戏而言，成本较低，频率较高，能对游戏玩家群体进行比较有效的非遗文化科普，对非遗的传承保护有一定意义和作用。迎合年轻人喜好的再创作也能够激发非遗在现代的活力，为后续进行更深入的非遗传承合作活动打下基础。

## (二) 简单联动

### 1. 形式：游戏与非遗申报机构或传承人进行商业合作

游戏与非遗申报机构或传承人进行商业合作，在游戏内复现非遗形式；游戏厂商借助非物质文化遗产的艺术性进行游戏宣传，对于非遗传承有一定的主观目标；非遗申报机构或传承人借此传承非遗，并获得一定收益以帮助该非遗继续传承。

### 2. 案例：腾讯《王者荣耀》与敦煌研究院进行合作

腾讯《王者荣耀》与敦煌研究院进行合作，并在游戏中以敦煌元素为艺术设计赋予灵感出品角色皮肤“貂蝉—遇见胡旋”。皮肤色调设计参考第 220 窟《东方药师经变画》中的人物形象，纹饰设计选取同石窟中作为配饰的缠枝石榴捲草纹作为核心元素，这类运用属于物质文化遗产。在动作设计上，角色出场动画及 PV 在非遗战鼓之上翩翩起舞，与非物质文化遗产“传统舞蹈—鼓舞”相关。<sup>28</sup>依托游戏和游戏角色自身的巨大热度，以及敦煌元素的高艺术性，联动作品获得普遍好评，在传播效果上获得巨大成功，该类文化的相关关键词“鼓舞”“胡旋”的搜索热度在联动上线期间飙升至数万，随后虽然回落，但也是原先的数百倍热度。

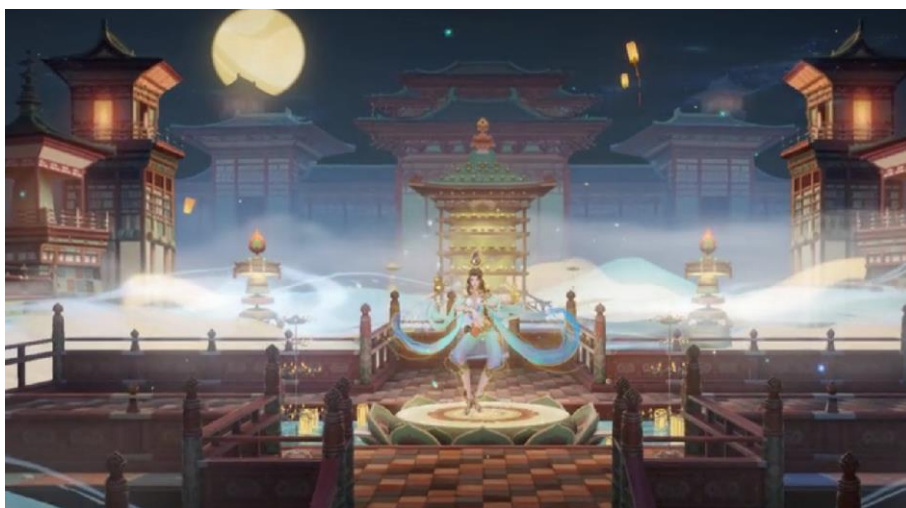


图 4-6 王者荣耀角色皮肤“貂蝉—遇见胡旋”出场动画

<sup>28</sup> 遇见胡旋-貂蝉，王者荣耀 x 敦煌研究院系列合作皮肤，效果展示页，<https://pvp.qq.com/coming/v2/skins/0928-yjhxdc.shtml>

### 3. 效果：与官方合作具有权威性

此类方式是较为广泛的游戏非遗运用形式，与非遗申报机构或传承人的合作能够体现游戏与非遗官方合作的权威性；游戏运营方在非遗传承方授权的基础上，对非遗进行再创作。由于电子游戏的受众群体以年轻人为主，这种再创作锚定的目标也是年轻群体，能使非遗在游戏中传承、复现的同时，焕发新的生机。

## （三）深度联动

### 1. 形式：策划周期长、投入高的游戏和非遗融合系列活动

在简单联动的基础上，游戏运营方进一步策划周期长、投入高、线上线下相互融合的游戏活动或系列非遗传承计划。

### 2. 案例：网易《梦幻西游》策划“匠心传梦·非遗守护”计划

2016年，网易《梦幻西游》电脑版与《舌尖上的中国》制作团队联手打造的系列游戏纪录片《指尖上的梦幻》正式上线，迄今为止已经推出了6部，分别围绕皮影戏、榫卯建筑、活字印刷术、昆曲、秦淮灯彩与青花瓷这些非遗文化，以普通人的视角，讲述梦幻西游与非遗文化融合碰撞的故事。2019年，《梦幻西游》策划“匠心传梦·非遗守护”计划，在线上网页设计非遗博物馆专题<sup>29</sup>，游戏内对非遗进行复制再现、策划玩家活动，线下与非遗传承人合作制作与游戏相关的艺术品，联动的非遗有：广灵剪纸、荣昌折扇、泰山皮影、蓝印花布、民乐技艺、苏州刺绣、泸州油纸伞等。

<sup>29</sup> 【匠心传承·非遗守护】，<https://xyq.163.com/2019/szfy/>



图 4-7 中国青花瓷花鸟大师黄卖九的儿子黄景藏与梦幻西游的两位策划



图 4-8 梦幻西游线上非遗博物馆专题页

### 3. 效果：游戏和非遗方互惠互利，传播效果“出圈”

这类联动在简单联动的基础上进一步加大了运营力度，涉及游戏中、线上游戏外、线下游戏外等多个层次，时常邀请明星、网红等人跨界宣传，有时深入到游戏世界观或玩法设定的深层次研发角度改动。在这类联动中，游戏和非遗方互惠互利，获得“出圈”的传播效果。对游戏而言，增加玩家粘性、吸引新玩家进入；对非遗而言，增加传播度、传承力、可用资金，并能够更进一步地助力游戏出海和非遗出海。这类非遗联动是目前游戏和非遗文化结合最为深入的一类。

## (四) 玩法和设定

### 1. 形式：在游戏基础设定中运用非遗文化元素

在游戏玩法和世界观设定等基础游戏设计中，运用传统文化或非遗设定。这类融合不涉及与具体合作方的商业合作，但游戏制作方会对相关文化内容进行深入挖掘。

### 2. 案例：米哈游《原神》将世界各国文化纳入游戏世界观

米哈游《原神》将世界各国文化纳入游戏世界观，主角能够在剧情中经历各个国家的风



土人情（比如“蒙德”- 西欧，“璃月”- 中国，“稻妻”- 日本）。以游戏节日“海灯节”为例，游戏取用中国春节和元宵节等多个传统文化元素进行再创作，其中最为著名的即为同期上线的以传统戏曲（非物质文化遗产之一）文化为原型设计的角色“云堇”在游戏中唱响的京剧作品《神女劈观》，在海内外激发了空前的影响力。2022年1月6日发布的该段剧情PV（Promotion Video，音乐发行时所制作的同步宣传影像）在“bilibili”视频弹幕网站播放量高达2348万<sup>30</sup>；国内多个艺术团以昆曲、汉剧、潮剧、川剧等非遗戏剧形式对其参与二次创作；海外YouTube等主流视频网站中其播放量达千万，多名外国主播参与直播、再创作，官媒称赞其为出海“新文化符号”。

### 3. 效果：对传统文化爱好者吸引力强，传播效果依赖“天时地利人和”

玩法和设定上的文化运用具有高上限、高下限的特征，运用不当则游戏不温不火或文化元素无人挖掘；运用得当，就会产生化学反应式的增长，但这需要满足文化元素、游戏热度、活动质量等“天时地利人和”的特征，《原神》的成功是不可多得的个例，但也能够给我们展现深入到世界观、玩法、设定的游戏与非遗联动带来的巨量传播效果。这类游戏对传统文化爱好者的吸引力很强，玩家自发进行相关历史文化考据，传播效果很强。



图 4-9 《神女劈观》剧情 PV 画面

<sup>30</sup> 《原神》剧情 PV-「神女劈观」，<https://www.bilibili.com/video/BV1kS4y1T7kK>



图 4-10 bilibili 视频网上搬运的部分海外观众反应

## (五) 用户创作

### 1. 形式：游戏玩家依托游戏内的素材，对非遗元素进行再创作

游戏玩家依托游戏内的素材或玩法，对自身所了解的非遗项目进行线上或线下的复现、再创作。

### 2. 案例：《逆水寒》玩家用湘西蜡染法还原游戏苗寨时装

在非遗项目中，主要有传统技艺、传统戏剧、传统音乐中较多涉及这类形式的结合。如《一梦江湖》玩家根据游戏里的道具做出龙泉宝剑本体，《逆水寒》玩家用湘西蜡染法还原游戏苗寨时装，玩家利用传统技艺还原游戏元素进行二次创作。前文提到的《原神》神女劈观，亦激发各地戏剧团进行翻唱、演出。

### 3. 效果：玩家二次创作形成复合传播效果，但可遇不可求

米哈游《原神》与粤剧结合进行二次创作的视频在哔哩哔哩视频网的最高播放量达到了406.1万，具有十分可观的传播效果。这类再创作依托于玩家自身技艺，是无法通过营销活动简单催化的。但游戏制作方在之中亦提供了素材、平台或玩法，使得这类用户创作拥有可能性。在用户创作层次，激发动力的要素包括游戏自身活动质量、玩家群体的技能和氛围、合理的宣传和推广等，缺一不可，方能激发创作活力并成为游戏和非遗项目的又一推广点。





图 4-11 “龙泉宝剑”在“一梦江湖”游戏内的形象“龙渊”



图 4-12 玩家自制的龙泉宝剑

## 五、非遗与游戏结合的现状总结与未来展望

### (一) 非遗与游戏结合的优势

#### 1. 非遗文化：游戏取之不竭的素材宝库

非物质文化遗产作为中华传统文化中不可或缺的部分，是我们国家和名族历史文化成就的重要标志，也是优秀传统文化的重要组成部分。我们所熟知的青花瓷、皮影戏、剪纸等都是中华民族的文化艺术中列入非物质文化遗产的技艺。经过千百年时光的打磨，它们与当今流行的游戏文化结合，成为了新的文化宝藏。与非遗文化联动可以为游戏方提供新颖而吸引人的创意，丰富游戏内容，为游戏发展提供源源不绝的取材素材库，激发游戏可持续发展的生命力，并且可以赋予游戏以传承传统文化的社会责任，提升游戏的社会认可程度。

一方面，非遗文化为游戏本身各种元素提供素材。比如，视觉元素上，《地下城与勇士》发起了“文化大师国创接力”活动，邀请了四位老技艺人结合阿拉德大陆的视觉元素在周边设计、小说、音乐、原画、手工等多个模块进行合作；听觉元素上，以唐代历史为故事背景的国风网游《剑网三》，在游戏中设置了一个以古琴为标志物的武林门派“长歌门”，其角色技能包含了“宫商角徵羽”的古琴五调，在角色释放技能时玩家能够听到富有古韵的音调；人物设定上，《王者荣耀》中的人物上官婉儿作为越剧大师茅威涛的首位二次元弟子亮相；关卡上，京剧艺术社会考级教案团队出了 100 道入门级京剧测试题，植入到《神雕侠侣 2》中；游戏背景上，《代号：南海》以非物质文化遗产更路簿为背景，将《更路簿》这一非物质文化遗产完美融入到游戏之中，将渔业、水文、历史、海南传统文化等相关知识融入其中，兼具趣味性与教育性……

另一方面，非遗文化也为游戏线上线下的运营提供内容。比如，《王者荣耀》联合上海豫园、洛阳应天门、安徽徽州古城等地联合举办“王者千灯会”；南京大报恩寺遗址景区与手游《江南百景图》联合推出“长干里潮玩街”，彰显有情怀的秦淮风雅；《魔域》与新中国第一代调香师、非遗传承人合作推出限量版的文创周边花盆；《神武 3》通过开启“佳节人间”的大型传统节日文化联动，挖掘龙舟文化，并在此基础上携手非遗匠人探索龙舟传统技艺上的革新；非遗唐三彩烧制技艺传承人高水旺老师以《梦幻西游》中的超级神虎作为载体，经过精巧繁杂的制作流程，为广大玩家们打造了梦幻专属唐三彩超级神虎，此外，梦幻西游还将此次联动拍摄成纪录片，将在视频当中带大家穿越回到盛世大唐，一睹唐三彩的魅力与

风采……

对于游戏而言，与非遗文化进行联动，虽然需要更大的成本投入，但能收获更多的玩家口碑，也能吸引国风国潮爱好者成为游戏用户。比如《原神》坚持在游戏中加入传统文化相关内容，引起了玩家对游戏的高度追捧，自发在社交媒体对《原神》进行宣传推荐。《逆水寒》、《诛仙》等与非遗的深度合作也提高了玩家对游戏 IP 和价值观的认可，同时塑造了游戏企业积极的社会形象。

## 2. 游戏：非遗文化传承和焕新的绝佳平台

游戏与非遗文化的深度融合，给游戏带来多样化的内容素材，也进一步拓宽了非遗文化传承发展空间。

《中国文化的发展策略》里指出，文化是国家和民族的灵魂，体现了国家和民族的精神品格。传统文化不会消失，只是需要合适的媒介去唤醒人们的文化记忆。在文化传承上，游戏无疑具有天然的优势：如今游戏市场以 3D 游戏为主，建模、场景、角色、故事，都能够成为传承非物质文化遗产的重要载体。无论是《梦幻西游》与非遗传承人展开跨界合作，展示千年文化瑰宝，还是《天涯明月刀》携手永定客家土楼，线上解锁新剧情，线下以客家文化为主题背景展开国风旅拍、剧本杀、刀刀主题电竞酒店等文旅融合，游戏正在以年轻人喜闻乐见的方式探索非遗发展的新未来。

在游戏与非遗的联动过程中，以写实、传统为本质的传统技艺与代表虚拟、想象力的电子游戏之间的碰撞，给非遗文化传承带去了更为广阔的思路。而在游戏的制作中，让现实的非遗文化走进虚拟世界，为虚拟的电子游戏增添了丰富的人文色彩，玩家在游戏中也能感受到非遗的魅力。这无疑为游戏注入了更为强劲的生命力。

对非遗文化而言，游戏内外的丰富渠道为非遗文化带来更多宣传途径，与游戏联动无疑是一条提升自身曝光度、关注度与公众参与度的重要途径。尤为重要的是，游戏玩家多为年轻用户，与游戏联动可以吸引年轻受众参与体验，为非遗文化提供创新宣传与继承保护的方式。用年轻人的语言和文化去诠释非遗的魅力，并不断实现真正有效的沟通和传承，让非遗文化不再是封印在教科书与百科书中的“古董”，而是实实在在地活起来、生动起来，焕发出新的生命活力。

### 3. 用户：游戏打破非遗文化的严肃壁垒，激发用户自主探索兴趣

游戏与非遗文化联动，不仅对游戏与非物质文化遗产而言具有双向效益，对于用户而言，也是非常有意义的娱乐和探索。

电子游戏天然具备“交互”、“参与”属性，游戏能以一种创新的、年轻人喜闻乐见的方式打破传统文化与玩家之间的壁垒，使传统文化重回大众视野。比如，目前国内游戏市场中长线运营的游戏基本都会选择民俗节日进行游戏版本更新，推出与节日相关的创意玩法、限定皮肤、限时剧情或福利活动等游戏内容。以春节、端午节、中秋节为代表的传统节日，兼有传统民俗与国家法定节假日的双重属性，为游戏带来节日的话题度与玩家的活跃量。依托传统节日打造的游戏内容实质上正是民俗在游戏复现，在传统的节日习俗渐被年轻人忽略之时，游戏正为玩家带来了体验非遗民俗的机会，为年轻一代重筑久违的节日仪式感。

除此之外，一些传统戏剧和曲艺类非遗项目之所以面临失传的风险，很大原因在于传统戏剧和曲艺失去了其生存和发展的文化土壤，在现代生活中显得格格不入，同时年轻人拥有了更多样化的娱乐方式，使得传统戏剧和曲艺逐渐没落。而游戏与传统戏剧和曲艺合作，能为非遗项目提供沉浸式的虚拟文化空间，尤其是《逆水寒》、《诛仙》等仙侠类游戏，拥有浓厚的古代传统文化氛围，让玩家能够静下心来欣赏传统戏剧和曲艺表演，游戏也是更受年轻人喜爱的娱乐方式，能够让传统戏剧和曲艺类非遗重新焕发活力。

另一方面，游戏与非遗文化的结合还能激发许多玩家自主探索的兴趣，甚至进行二次创作。游戏玩家中有一些“考据党”，出于对游戏内容的热爱，常常将专业知识和游戏结合，对某个兴趣点进行考据，并发布文章或视频与其他玩家深入讨论。非遗等传统文化是这类文章或视频中常见的主题，比如《天涯明月刀》中玩家对游戏内中医药方面内容进行考据。此外，在b站、贴吧等活跃的游戏玩家社区中，基于游戏进行二次创作的作品层出不穷，比如网易游戏《光遇》中玩家在游戏内乐器弹奏达斡尔族民歌，《逆水寒》中惊现“神仙”玩家用湘西蜡染法耗资数千还原游戏苗寨时装等等。非遗文化中有许多项目都涉及到比较专业的知识，这类内容的科普本就是一个艰难的过程，除却游戏制作者在制作过程中努力打破壁垒外，具有专业知识的游戏玩家也可以成为文化宣传的桥梁。

## (二) 非遗与游戏结合的不足

### 1. 深度缺乏：非遗文化与游戏联动多流于表面，实质性融合较少

虽然当前已有诸多非遗文化与游戏联动的实践，且在政策加持下近几年有逐年增多的趋势，但大多联动都流于表面，实质性融合较少。

除了少数非遗文化类功能游戏（如《尼山萨满》、《绘真·妙笔千山》等）外，大多数游戏和非遗文化的联动为简单联动和浅层运用。比如《江南百景图》这种模拟经营游戏将传统器物作为道具，《王者荣耀》联动苏绣打造并推出“王昭君-乞巧织情”皮肤，《梦幻新诛仙》邀请国家级非遗项目油纸伞制作技艺代表性传承人毕六福，为游戏中的两大主角碧瑶和陆雪琪绘制专属油纸伞等。这种将传统器物、技艺等简单作为场景景设和人物道具的联动方式，许多并未对器物的体制、构造、历史渊源等相关内容进行科普介绍，而仅作为附庸游戏人物身份的证明而存在，对非遗文化背后的文化价值挖掘不足，难以推进公众对于相关文化的认知，对其宣传与传承作用并不突出。

从游戏的要素来看，二者的联动大多聚焦于美学层面，且尤以视听觉元素的植入居多。少数游戏从机制入手，将关卡和任务与非遗项目相结合，如《陶艺大师》将传统技艺的制作过程作为游戏玩法，能让更多游戏玩家接触到传统技艺类非遗的制作过程的方式，也可以为游戏策划打开新思路。以故事与非遗文化相融合的游戏则少之又少，比如代理网络游戏《地下城与勇士》将打造国服专属的地图与副本，并邀请了陕西历史博物馆为“东方蓝图计划”提供内容支持。

以机制、故事和内容与非遗文化深度融合意味着前期需要大量的策划和投入，与增加一个皮肤、装备等简单合作相比难度倍增，但其产生效果也将呈指数级增长。二者的融合还需进行深度拓展，深刻挖掘非遗文化背后的价值，潜移默化的对非遗文化进行传播。

### 2. 马太效应：知名非遗项目与游戏联动较多，濒临消失的非遗文化亟待挖掘

尽管游戏与非遗文化联动整体呈现出向上向好的发展趋势，但从现状看来，明显存在马太效应的问题。纵观非遗的十大类别，几乎在每个大类上都出现与知名非遗项目联动较多，而濒临消失的项目无人问津的现象。

在传统技艺领域，宜兴紫砂陶制作技艺、唐三彩烧制技艺、景德镇手工制瓷技艺等知名

传统技艺与游戏结合较多，而许多非常有特点的少数民族技艺，如土家族织锦技艺、黎族传统纺染织绣技艺、藏族邦典、卡垫织造技艺、维吾尔族花毡、印花布织染技艺、白族扎染技艺、苗族芦笙制作技艺等相关联动则几乎没有。

在传统戏剧领域，除去京剧、昆曲、皮影戏、相声、评书等大众熟悉的传统戏剧和曲艺项目，大多数项目缺少受众和知名度，它们作为国家级非遗项目依然有着巨大的艺术价值，却因影响力小通常不被考虑为游戏合作的对象。而那些本身拥有一定影响力和传播度的戏剧和曲艺项目却能获得许多游戏产品的青睐。

在传统音乐领域，大家相对比较熟知的古琴就有多个相关联动，如《王者荣耀》六周年“庄周-高山流水”皮肤、《一梦江湖》梦想家园场景景设与活动、《镇魔曲》场景景设与自由编曲演奏分享等，而更多不被人熟知的非物质文化遗产，如左权开花调、聊斋俚曲、澧水船工号子、嵯州吹打等，几乎并未与任何游戏联动。

对于非遗项目，不能只挖掘大众度高的，面临消亡和失传困境的非遗项目更需要游戏方和公众的关注和探索，一方面可以更好地发挥游戏保护和传播非遗的功能和价值，另一方面，也能帮助游戏产品和公司塑造更为积极的社会形象。

### 3. 审美疲劳：“套路化”联动较多，简单合作效果难达预期

上述两点不足带来的后果，从用户的角度而言，就是无论对于游戏还是对于非遗文化，其传播效果可能都不甚理想。

自从近年来国家愈发重视软实力、文化自信和非遗文化，游戏公司与非遗的联动也在与日俱增。宜兴紫砂壶、龙泉青瓷、南京云锦、宋锦、蜀锦、蓝印花布、苗族蜡染、景泰蓝……但凡有一定知名度的非遗项目，都早早和游戏进行了联动。而这些联动又往往只是流于表面，加个装备、唱首主题曲、线下营销等等，游戏玩家势必对种种“套路化”的联动审美疲劳，由此，也难以再产生玩家间的或者玩家对非玩家的二次传播。

可见，传统非遗元素的简单合作并不能达到预期效果，而深度融合又投入较大需要长时间的策划，操作起来难度较高，在此种情况下，可以考虑另辟蹊径寻找年轻用户更为喜爱的元素进行合作推广。比如，视觉美观、贴近年轻人生活的元素相对更利于传播，网易《倩女幽魂》手游就有一个成功案例，它找到了一个独特的品类——烟花进行联动。烟花制作技艺在传统技艺里面并不主流，但它确实视觉效果非常漂亮的一个种类，也是非常贴近年轻人生活的元素。2022年1月，网易《倩女幽魂》手游联合浏阳市文化产业园、湖南花火剧团有

限公司打造的“火种计划”推广宣传片《浏阳志·烟花纪》正式发布。与此同时,《倩女幽魂》手游烟花大会也同步上线,9000多万名游戏玩家通过游戏深度体验浏阳烟花的魅力。在B站上视频“B站的各位,这就是网易独宠我倩女er的专属定制烟花!”拥有2.6万播放,远超同等种类其他联动,直击玩家少女心。

### (三) 非遗与游戏结合的未来趋势

#### 1. 游戏与非遗文化深度融合,提升用户文化参与感

整体来看,游戏联动非遗文化呈现出了由浅入深、由狭及广的发展趋势。早期联动通常将非遗文化以游戏场景与游戏道具的存在方式设计进来,仅作为装饰与丰容,专业性不足,存在感较低,玩家互动性较差。发展至今,已经出现了较为高级与专业的联动方式,例如《王者荣耀》曾请国际著名音乐家、指挥家谭盾老师创作《五虎上将交响乐》,将奚琴、尺八、箏、笙和五弦琵琶与五虎上将形象结合。并与国家队琵琶首席赵聪老师合作,演奏云缨主题音乐《赤焰之缨》,被收入2021年广东卫视春节晚会。除此之外,从常见的琵琶、古琴等易于被取材为景设外观的非遗项目,到苏绣、铜凿剪纸、京西太平鼓等不被人熟知的非遗项目,游戏与非遗文化联动的范围也有所扩大,出现了更多有待挖掘的选择。

对于游戏而言,有拓展游戏素材、丰富游戏内涵和提升游戏社会认可程度的需要,且经过多年的经营积累,游戏方具备与非遗联动的经济与社会资本,能够支付且愿意支付投资ip、聘请专家、共同研发等所需费用,因而,未来二者的融合必将更进一步深入到机制、故事层面。如何更进一步深度融合,国外也有一些值得借鉴的案例,比如,TsamikoDance是i-Treasure项目中一款跟随Thessaloniki的Tsamiko舞蹈专家学习希腊民间舞蹈的VR游戏。用户通过观察学习专家分步骤教授舞蹈的视频,从最基础的单步舞蹈动作到更复杂的二步舞蹈动作开始模仿专家的动作,每完成一个任务升级后学习新的舞蹈知识,最终挑战将所学舞步串联起来完成完整的舞蹈表演。

只有让用户更深度的参与到与传统文化的互动中,才能帮助玩家真正了解传统文化的奥妙,领略传统文化之美,并且提升游戏的用户粘性。

#### 2. 游戏多方助力非遗文化传承,让传统文化在年轻人心中“活”起来

近年来,国家对非物质文化遗产加大了宣传与保护力度,制定并推行相关文化政策,提

高非遗文化的地位与受关注度，鼓励非遗文化创新继承与宣传方式，推动社会形成重视非遗文化的氛围，在一定程度上推动了游戏与非遗文化联动的达成。

除了游戏与非遗项目及非遗传承人直接进行合作外，还可以从更多方向为非遗文化传承提供助力。比如，民间也存在着许多对非遗进行记录和传承的公益机构，他们往往出于非盈利目标，对各地非遗进行走访。这类机构常常因缺乏资金难以为继，或难以高频创作优质作品，游戏公司可以深入与这类机构进行合作，以资金和联动等形式帮助非遗进行传承，如网易《一梦江湖》与公益机构“谷雨中国”进行联动。

可见，非遗文化与游戏融合碰撞的形式，将逐渐从单一美工、音乐、特别情节上的植入，探索演变为完整生态的营造。通过游戏中的沉浸式文化场景，实现传统文化的体验式感知，通过游戏外的生态营造，深度化传播和价值观传递，让中华传统文化在年轻人心中“活”起来，继而在他们当中火起来。

### 3. 游戏助力非遗出海，讲好中国故事，促进文化互通互建

优秀的文化，不应该被凝固于博物馆和书本中，而是应该走到人们的生活中，让更多人去接受、尊崇，从而进一步彰显一个民族的文化自信。传统意义上包括电影、电视剧在内的文化产品“出海”常常面临“文化折扣”的挑战。而游戏由于其高度的主观代入感和沉浸式叙事能力，更可能在其设计中既充分利用本土文化符号，打薄原本坚硬的东西方文化折扣。游戏作为最具共通性和参与感的传播媒介，无疑是助力传统文化出海的最佳工具。正如甘肃省非物质文化遗产保护中心主任刘卫华所言：“非遗要提高可见度、美誉度和影响力，要让全人类共享，与电玩融合发展，通过电子游戏借船出海将是一种非常有效的途径。”因而游戏也肩负着将中国传统文化向海外传播，讲好中国故事，加深海外群体对中国文化认知的使命。

随着国内游戏行业竞争逐渐激烈，近年来各大游戏公司都在尽己所能不断提升游戏质量、创新玩法策略，结合游戏自身不断升高的竞争力与游戏公司在运营、宣传等方面做出的努力提升自身硬实力，多措并举开拓海外市场。海外市场已成为我国网络游戏厂商重要的营收渠道，也为文化出海提供了良好的契机。

但目前游戏助力非遗出海案例还屈指可数。2021年8月网易公司旗下24 Entertainment所研发买断制游戏《永劫无间》正式上线 Steam，在全球发行的第90天，便突破了600万



的销量，一举登顶热销商品榜，达成了国产买断制游戏销量的新纪录。<sup>31</sup>网易《永劫无间》是一款以中国武侠为题材的多人动作竞技游戏，因此网易《永劫无间》的成功出海经历也被喻为“中国武侠题材的全球化 IP 传播的一次成功探索”。<sup>32</sup>此外，值得一提的是《梦幻西游》在中意建交 50 周年的特殊时间节点将优秀中华优秀传统文化展现给欧洲文化重镇意大利，让以意大利为代表的西方文化，对以中国为代表的东方文化有更深入的了解。为此《梦幻西游》将其与诸多非遗传承人共同打造的“飞天入梦”蓝印花布、荣昌折扇、剪纸、梦幻角色皮影，以及携手敦煌博物馆合作打造的“梦回千里是敦煌”等作品带到了意大利，并邀请泰山皮影戏国家级非遗传承人范维国大师于现场进行精彩纷呈的皮影戏表演和制作皮影现场教学。在现场，中央美术学院的多位教授还与佛罗伦萨美院进行了学术交流探讨，以促进西方对中国传统艺术的了解，促进中意两国传统文化交流。

游戏作为最为有效的载体，未来必将更多优秀的非遗和其他传统文化介绍给外界，让海外媒体和艺术节能通过游戏，了解具有中国特色的非遗作品和相关技艺，进而感受中国独到的东方美学；也让它们得以在这个全新的时代，被注入更多新鲜血液，促进文化的共通互建。

正如舒茨在《蚱蜢：游戏、生命与乌托邦》一书中所说：“正是游戏让我们在百无聊赖的时候得以有事情可为。因此，我们将游戏称为‘消遣方式’并认为游戏是填充我们生命空隙的琐碎材料。事实上，游戏的作用远比这重要。它们是我们走向未来的线索。”<sup>33</sup>游戏帮助我们了解非遗文化的过去、现在，并携手非遗文化一起向未来。

<sup>31</sup>IT之家：《网易〈永劫无间〉全球销量超 1000 万份，下半年推出 PVE 玩法》，2022 年 6 月 13 日。

<sup>32</sup>伽马数据：《游戏出海系列报告：内外兼修，四重策略各显神通》，2021 年 12 月 20 日。

<sup>33</sup>伯纳德·舒茨. 蚱蜢：游戏、生命与乌托邦[M]. 胡天玫，周育萍译. 重庆出版社，2022