

游卡：厚植文化底蕴 用游戏创享快乐



《三国杀标准版》

■ 周子青 / 文

朝代更迭，英雄辈出，充满战火硝烟与智谋较量的三国时代，是史书中不朽的传奇。2008年，一款名为《三国杀》的桌游横空出世，续写了这段辉煌历史。它以精美卡牌为载体，引领玩家穿越时空，重返风云变幻的三国乱世，与英雄豪杰一同征战沙场，迅速成为在大众间风靡的现象级游戏。

制作出品这款游戏的，正是杭州高新区（滨江）文化企业——游卡。10多年来，游卡从《三国杀》发端，以内容力、IP化、全场景为驱动，围绕文化内核打造长线文化IP，打

通了线下社交、数字文化和电竞生活等多元场景，覆盖了桌面游戏、线上游戏、电子竞技、文创衍生等多重领域，为用户构建起全场景的新文化社交方式。

如果说，制作游戏的初心是什么？游卡的Slogan诠释了最好的答案——“创造和分享快乐”。这份初心，是其探路前行的动力源泉，也是赢得玩家喜爱与认可的秘诀之所在。

串珠成链 多维拓展

自2008年出版第一套《三国杀》，到2009年推出PC和移动端互通的《三国杀OL》，再到《三国杀移动版》手游的发行，游卡坚持线上线下“两条腿”走路，依靠深厚的研发功力与工匠精神，深耕卡牌游戏赛道，不断创新精品游戏、实现玩法突破。

2015年底，游卡网络成立，开启了独立运营《三国杀》IP之路，也是《三国杀》成为国家级IP的发轫。次年，“三国杀俱乐部联赛（简称SCL）”的推出，将原先侧重线下实体卡牌对战的赛事进一步转向专业化和电子化，开启了“三国杀电竞元年”。据游卡副总裁应晓天介绍，目前，《三国杀》IP系列线上游戏产品累计注册用户已超4亿，桌面游戏产品的年销量也已超过500万套。

“作为一款经典游戏IP的打造者，我们发现文化上的正向投入是能被玩家看到

的。游戏素材的品质确实十分重要，但是对于文化的解读与阐释是更为核心的因素。”在应晓天看来，《三国杀》保持高用户黏性和年轻化的诀窍，离不开团队对传统文化挖掘的全身心投入。这不仅体现在台词语音、原画皮肤等外在环节的表现中，还被深入武将的技能 and 游戏玩法的设计中。“三国作为经典的文化IP，在我国家喻户晓，里面的历史名人也都自带热度。运筹帷幄、决胜千里的诸葛亮，宁教我负天下人、休教天下人负我的曹操，等等，都是大家熟知且感兴趣的人物。将他们做成卡牌，再把每个人物身上所发生的经典事例转化为技能，融入玩法之中，吸引了众多的三国文化爱好者和游戏爱好者。”

从时间维度上来看，游卡充分发挥了游戏的文化载体作用，通过对传统文化的解析和创造性建构，打造了具备文化属性的精品游戏，使其被广大玩家接受和喜爱，从而拥有强大的生命力和深远的影响力。空间维度上，游卡则以平台化思维深入探索，通过完整的桌面游戏和数字游戏等领域的产业链布局，找到了良性的生态闭环。

依托于IP化、多元化战略布局，游卡不仅推出了《自在西游》等全新的策略卡牌产品，而且在《三国杀》IP基础上不断推出精品化、多元化衍生内容。“一方面，我们与腾

讯视频联合推出的动画《三国杀：太平天书》已定档6月18日开播；另一方面，游卡的滨江产业基地YOKA PARK也将在今年（2024年）正式落成。”应晓天表示，通过发起“世界原创桌游设计大赛”，搭建桌游文创预售平台“新物集”，举办桌游行业交流和推广平台“BGM桌游展”……游卡从原创扶持到作品发行再到行业交流和推广，进行了全方位建设，形成了完整的生态闭环，这无论对于自身蜕变，还是桌游产业的发展来说，都带来了长远的推动力。

乘风破浪 扬帆远航

游戏是文化的重要载体，其蕴含的趣味性、娱乐性、可玩性让文化更容易得到传播、理解和认同。因此，打造有文化底蕴的精品游戏进行“文化出海”，可以更好地助力国家文化强国建设，面向世界讲好中国故事的同时，让中华文化在国际市场上大放异彩。

作为国家级长青IP《三国杀》的缔造者，游卡无论是在文化出海的先锋作用，还是在文化传播的成果方面，均展现了独树一帜的能量。

立足全球视野，游卡全面推进研发，发行的全球布局，深耕线上与线下游戏的海外本土化，为海外用户研发出具有中国文化特色的精品游戏，助力中国传统文化“扬帆出海”；同时也积极引进国外优秀游戏与人才，促进了中外文化的深入交流与融合。目前，实体卡牌《三国杀标准版》已先后推出了英国、德国、泰国、越南、日本等多个语言版本，实体桌游和线上游戏覆盖了全球60多个国家和地区；衍生出的桌游和电竞赛事也在东

南亚、北美、欧洲和澳大利亚等地广受欢迎。“身处‘国际滨’这片充满活力的热土，开放包容的环境给予了我们很大的裨益。”应晓天说，杭州高新区（滨江）是文化产业发展的新高地。杭州高新区国家动画产业基地早在20年前就成为首批“国家级动画产业基地”之一，在动漫游戏领域的发展具有先锋精神和先发优势。而区内提供的优质营商环境、优惠扶持政策和企业福利，也吸引了众多文创企业入驻，形成了强大的集聚效应。“作为文化创意领域的从业者和深耕者、文化创意平台的打造者，我们与杭州高新区（滨江）无论是在文化属性还是科技属性上，都有着极高的契合度。高新区对于产业的持续赋能，助力了游卡在文化创意领域的长足发展；游卡也在高新区不断深耕投入，努力反哺这片热土。正是在政企双向奔赴和互相成就中，共同发展到了今天。”

破浪前行，共赴蓝海。立足“打造中国领先的多场景文化创意平台”这一目标，未来，游卡也将继续在研发和推广等方面开拓创新，输出更多大众喜闻乐见的文化IP产品，不断探索更多元文化场景与更丰富社交体验的无限可能。



扫一扫 看视频

若鸿文化：做优质内容 讲中国故事



《妖神记》海报

■ 兰玉 / 文

翩若惊鸿，一飞冲天。

2015年，网络作家发飙的蜗牛创办杭州若鸿文化股份有限公司，秉承“发现原创价值、弘扬中华文化”的理念，致力于打造以网络文学IP为核心，多种文化产品融合发展的全新内容生态。

如今，公司已成为国内头部动漫制作与发行企业，掌握多个优质且具有影响力的IP，是2023—2024年度国家文化出口重点企业、国家高新技术企业、瞪羚企业、浙江省第六批成长型文化企业、杭州市重点拟上市企业。

内容为王

上线漫画作品28部，获得1000亿点击、4000万收藏。改编动画IP数30个、动画作品65部，旗下动画（影视）作品合计播放量超400亿次……这一长串的“业绩单”，彰显了若鸿文化“业界劳模”的本色。

“劳模”不是随便便炼成的。稳定高产的背后，是若鸿文化独具特色的IP运营模式。

充足的IP库存是作品高产的基础，若鸿文化探索多种作品来源渠道，与头部网文作者定向邀约，向文学网站采购IP合作开发，通过内部创作团队孵化原创作品，并建立起一套规范、高效的生产流程，从原创、定制、采购，再到标准化改编，最终与平台合作发行，在各个环节不断提升效率和成功率。

在若鸿文化总经理吴俊看来，从量的累积到质的优化，都离不开“好故事、好内容”的加持。从网文生成漫画业务，到2017年首次将《妖神记》改编成动画，逐渐规模化推出作品，再到延展至影视剧的制作发行及动漫衍生品等全产业链开发，若鸿文化始终坚信内容为王，将高质量的内容供给、引人入胜的剧情作为核心竞争力。

高质量的内容离不开优秀的创作者。若鸿文化与暗魔师、管平潮等20多位国内优秀内容创作者建立长期稳定的合作，并与中国网络作家村紧密联合，为入村作家的作品提供产业孵化，也为自身持续稳定的IP创作及孵化能力打下基础。

同时，若鸿文化还积极引进内容创作、商务运营、动画制作、漫画制作、影视制作、周边及衍生品设计等各方专业人才，为公司的融合发展提供保障。从“会讲故事”到“做好动画”，也并非一蹴而就。“回看最早的动画作品，在画面上确实比较粗糙。”吴俊坦言，若鸿文化为此下了不少功夫，一边顶住压力，一边“修炼内功”，不断精益求精，“提升最大的是《武神主宰》，我们每一季都会对整体画质做一次升级，光是男主模型就前后换了四次，在音乐、配音方面也有全面提升。”

用心耕耘，必有收获。由公司核心IP《妖神记》改编的动画作品在市场颇受好评，多次问鼎各大平台排行榜，已经推出7季，据不完全统计，播放量在200亿

次以上。动画作品《万界仙踪》曾获得爱奇艺“金花瓣”奖，《仙风剑雨录》获得浙江省动漫产业协会“匠心奖”。

在出海方面，《妖神记》也屡创佳绩，其漫画法文版实体书畅销欧美。在2019年北京文博会发布的“中国IP海外评价榜”中，《妖神记》IP位列亚军，并荣登2021年中国作协颁布的“海外影响力”榜，成为近年来中国传统文化走出去的典型代表。

向新而行

从漫画到IP动画开发，再到探索特色影视化发展新模式，若鸿文化始终走在创新发展的路上。

2023年6月，若鸿文化的首部真人影视剧作品《武神主宰》在优酷视频平台上线，播放热度超5000，播放当期即成为该平台“男性最爱电视剧热度榜”No.1。而另外两部真人剧作品《星武神诀》《我的师弟有点萌》也已进入后期制作阶段。

加盟真人影视（网络）赛道，并非一时兴起。利用数字动漫技术，将创新科技深度融入影视作品的制作中，是若鸿文化进军影视赛道的底气。

影视拍摄中，公司利用数字技术提升作品质量，引入国际顶尖的虚拟拍摄技术，实时抠图、实时渲染、实时合成等工艺，并利用已有动画特效素材和技术的积累，提升了影视作品的拍摄效率，降低拍摄成本和风险，打造文化科技融合产品。

随着科技发展，AI技术正在引领动漫行业历经一次革新。若鸿文化与时俱进，持续推动AI技术在动漫制作领域的创新型应用，并推动公司动漫内容的精品化。目前已有《战神联盟》《神龙星主》《太古星神诀》等近十部动漫作品正在或已完成AI优化，将会陆续推出与观众见面。

在作品题材方面，若鸿文化没有局限在网文改编的“舒适圈”，而是将目光投向更具现实意义的题材中，“用动漫讲好中国故事，传播社会正能量，是我们每一位国漫人的责任与使命。”吴俊介绍。

探索已在路上。2022年，若鸿文化发布了与中国航天博物馆合作的“航天强国”题材作品《向着星辰的长征》，先后入选2022年杭州市文化创意专项资金优质项目、2023“共富杯”中国视听创新大赛入围项目。

该作品通过动漫形式，讲述了80后火箭研发工程师与前辈同事们一起克服困难，战胜质疑，最终完成我国大推力运载火箭研制的故事。这部作品目前已经进入收尾阶段。

“在扎根开拓的进程中，我们常常庆幸当初选择了杭州高新区（滨江）。”吴俊如是说。除了政府对文化企业的重视与支持，这里大型高新企业众多，科技创新氛围浓厚，中卡通、玄机科技、电魂等动漫企业云集，中国动漫博物馆、中国网络作家村纷纷落户于此，上下游产业链不断聚集，为动漫产业发展提供了强大助推力。而每年国际动漫节的举办，更是让若鸿文化这样的动漫企业得以在“家门口”就能看到“诗与远方”。

关于未来，若鸿文化还有许多畅想：提升效能，做精内容，用好新技术，拓展海外渠道……而所有这些都围绕最本真的初心：用动漫讲好中国故事，向世界传播中华文化。



扫一扫 看视频

趣编网络：搭建一站式平台 助力文化出海



部分作品合集

■ 郭兴超 兰玉 / 文

“酒香也怕巷子深”，杭州趣编网络科技有限公司专注于网络文学、漫画、手机游戏、影视剧等文娱产品的互联网营销推广，帮助众多优质文娱作品走出“深巷”。

2013年12月，杭州趣编网络科技有限公司成立，2015年迁至杭州高新区（滨江），始终致力于搭建最优质的文娱产品一站式数字营销推广服务平台，如今已累计服务超过百家文娱内容制造商。

近年来，趣编网络的业务逐渐拓展到海外，助力国内优秀文娱作品扬帆出海，成为国内市场中领先的海内外文娱营销推广服务商。

摸着石头过河 抵达“优秀”

随着智能手机在中国市场的普及，手机端文娱内容的稀缺与产品推广市场的潜力初现端倪，趣编网络应运而生。

起步早、业务新，趣编网络一直在“摸着石头过河”，创始人杨鹏介绍，没有太多可供借鉴的经验，初创团队沉下心来，先从为手机厂商和娱乐软件研发商牵线做起，逐渐发展为集涵盖物料制作、营销推广、数据总结于一体的一站式服务平台。

位于物联网街芯图大厦的趣编网络，是大厦最早的入驻企业，不仅见证了周边高楼拔地而起、环境越来越好的过程，也亲历了杭州高新区（滨江）文化产业不断发展完善的历程。

“专业的事情交给专业的人做”。这些年来，趣编网络在业务范畴上“做减法”，只保留技术、运营和常规管理等核心部门，将部分环节外包给了其他专业机构，而促成上下游紧密高效合作的，是杭州高新区（滨江）完备的文化产业链。

同在一个区，德信AI园区的专业公司承接了趣编网络的软件开发业务，短视频基地内的众多工作室则承担了大量视频物料制作业务。“解放双手”后，趣编网络的企业效能大大提升。“这也是我们十年来坚定选择滨江的重要原因之一，产业集聚对我们这类企业来说，真的非常重要。”

与此同时，趣编网络还在技术上“做加法”。在近两年加强AI技术在产品包装设计和推广物料制作等环节的使用，在创新中实现降本增效。杨鹏举例说：“以往，我们需要三十多人的团队夜以继日赶制宣传物料，现在人工可缩减至三分之一，只需要在AI生成的绘图、文案等内容后进行微调细化，就能实现同样的产出。”

回望创业来时路，筚路蓝缕，但凭借卓越的技术

和丰富的行业经验，趣编在业界树立起坚实口碑。十年风雨兼程，趣编不断前行，获国家级重点出口优秀企业、浙江省优秀文化企业等荣誉。

助力文化出海 与有荣焉

近几年，网文、网剧、网游等新载体，承载着东方神韵，在全球刮起“中国风”，成为文化出海“新三样”。趣编作为文化出海排头兵，利用自身优势搭建海外文娱团队，积极开拓文化出海业务。

开启文化出海业务，缘于一次市场调研。2019年，杨鹏发觉在韩国搜索引擎排行榜上，小说和漫画内容题材相对单一、更新滞后，这让他意识到国内大量差异化的内容刚好能弥补这一空缺。

于是，趣编网络率先选取了一批具有中国传统文化特色的网文、漫画在韩国上线，经过一年的精心测试，通过对排行榜、点击率、阅读量等数据分析，总结出一套独家题材榜单数据模型。再据此精准挑选出适合出海的文娱产品，进而有效扩大增值空间。

当时，内容产品出海还处于初期，大多数人持观望态度。为了让国内网络作家更好地了解产品出海情况，建立信任，趣编网络与同位于杭州高新区（滨江）的中国网络作家村联动，共同承办了一场论坛交流会，邀请韩国、泰国等海外运营方，为国内作者分享海外作品成功上线的案例。

“举办前担心冷场，没想到现场座无虚席，许多作家甚至搬着板凳坐在走廊聆听。”论坛效果远超预期，很快就有作家找到趣编网络寻求合作。杨鹏表示，这样的效果，离不开中国网络作家村的平台效应。

另一个挑战是如何将产品本土化以适应不同国家的需求。对于英语国家，机器翻译结合人工校对的方式，足以应对产量需求。而对越南、印度尼西亚等使用小语种的国家，只能依赖人工手动翻译。去哪里寻找小语种翻译，提升这类作品产能呢？

“多亏区政府相关部门帮我们与高校外语学院的小语种专业取得联系，并建立紧密合作。”杨鹏表示，通过这种校企合作模式，趣编网络的小语种作品翻译效率获得有效提升。

近几年，趣编网络不仅与韩国SKT签约，达成了网络文学、网络漫画、影视剧等文娱产品的战略合作，还在国内先后与多家大型版权公司达成共同出海战略合作，通过差异化的海外发行渠道，满足国内外优秀文娱产品商实现海外再增值的需求。

如今，在趣编网络的海外运营部，工作人员坐在电脑前，在对外合作平台上一键上传翻译好的文娱作品，六十秒内，作品就会在海外平台完成上线。此外，后台还能实时更新监测流量数据与盈利收益。

下一步，趣编网络将逐步扩大文娱产品出海业务比重。“助力文化出海这件事，最初参与是机缘，而坚持做好做强则更多是出于对传承发展中国传统文化的荣誉感和使命感。”杨鹏表示，趣编网络愿意担当助力文化出海的排头兵，将更多国内优秀文娱作品传播至更广阔的海外市场。



扫一扫 看视频