

从《梦三国》系列出发 开创IP品牌

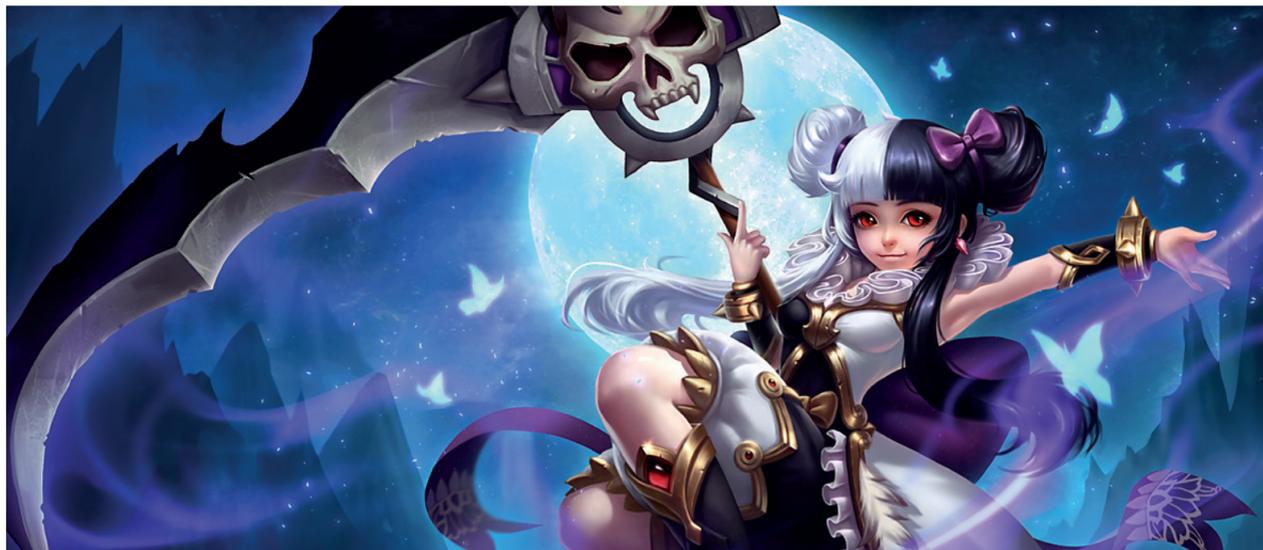
杭州电魂网络要把最好的产品呈现在家门口的动漫节上

记者 李维和

“电魂”这个名字，正在成为杭州乃至浙江游戏公司的一面旗帜。从2008年到现在，从梦三国游戏的爆炸式增长到“国风电竞”的口号响起，电魂网络为越来越多的玩家所熟悉。

而这家立足于钱江南岸的游戏公司和杭州也有千丝万缕的联系。近几年的国际动漫节，总能在场馆内看到电魂的影子。以去年为例，在电魂展台参加活动、游戏体验及观看表演的观众人数达到20万。不过，今年动漫节上，电魂网络的身份可能和过去有所不同，不局限于参展商，更多了一个赞助商的身份。

电魂网络运营副总裁兼市场总监李华锋说：“作为参展商，会为玩家展示电魂网络最新鲜最优质的内容；作为赞助商，希望能借助这次动漫节机会，成立专项创投资金，投资有潜力的游戏、VR和动漫创业团队，让更多人看到电魂的更多可能。”



《梦三国》

强IP《梦三国》让电魂思索IP品牌价值

《梦三国》系列游戏可以说是电魂最引以为傲的游戏产品，这款纯中国风、即时对战与角色扮演相结合的3D竞技类网络游戏，采用自主研发的游戏开发引擎和中国传统的美术风格，牢牢抓住了国内玩家的眼球。也正是这款游戏，让电魂网络赚足第一桶金，获得快速发展。2011年到2013年，电魂网络的营业收入从1.51亿元猛增到4.71亿元，2013年光上缴税收就达到了1.39亿元。2015年，《梦三国》累计注册用户突破一亿人次。《梦三国》的成功让电魂网络走到了国内游戏公司的一线。

更值得一提的是，《梦三国》所形成的电竞赛事规模。在《梦三国》大热之前，国内客户端游戏对于电竞赛事，更多处于一种摸索尝试阶段。“2011年

开始，电魂开始注重游戏竞技内容。我们把竞技作为吸引玩家的核心内容，形成了完善的职业联赛、半职业赛、杯赛和全民赛体系。可以骄傲地说，电魂是目前国内电竞网游运营最专业的公司之一。”李华锋说。《梦三国》带来的竞技效应是明显的，赛季总奖金高达三百多万，平均参赛人数上万，甚至《梦三国》赛事直播版权都拍出了上百万的价格……

李华锋说，游戏的成功，也让电魂开始思索IP品牌所带来的价值。2015年，电魂自研和运营的客户端电竞网游《梦塔防》公测，首创竞技塔防结合的体验模式，是该细分领域市场知名产品。《梦三国手游》也成为国内最受欢迎的MOBA手游之一。

将优秀手游“带进来，走出去”

几年前，电魂就已经将目光投向更广阔的市场。利用三国文化在东亚地区所拥有的影响力，《梦三国》在中国香港和台湾、越南等地一经推出就表现不俗，其中，在东南亚最大的市场越南地区，竞技网游在线人数稳居第二，拥有相当多的用户群体；《梦三国手游》也在韩国、中国香港和台湾、越南、东南亚、欧美等地陆续上线，目前正在针对韩国和欧美市场做本地化的尝试。李华锋介绍，今年年初《梦三国手游》在中国台湾地区上线，立刻占据畅销榜前十的位置。对于台湾市场而言，《梦三国手游》算是在台湾第一款现象级三国手游产品了。

另一方面，电魂也在利用渠道优势引进国外火爆的手游进入国内。比如电魂代理引进，国内发行和运营的全3D策略竞技TCG手游《Card King: Dragon Wars》(国内游戏名称——《战龙酒馆》)，来头不小，已获苹果全球87个国家和地区的推荐，这种级别的游戏引进在浙江尚属首次。业内人士点评说，这款游戏比《炉石传说》更有难度，画风上也会更精致，具有很大的潜力。在此悄悄透露，这款游戏也会在动漫节的S级Demo展示会上提供试玩。

漫游结合，进军动漫二次元游戏领域

2016年伊始，国内游戏市场出现了类似《航海王强者之路》《火影忍者》和《死神》等几款顶级动漫IP手游，各自取得不错成绩。业界人士认为，继“影游互动”热潮之后，“漫游互动”的概念也在逐渐抬头。

不过，海内外知名IP品牌虽然影响大，但毕竟数量有限，竞争也异常激烈。这也让试图做好漫游结合的电魂开始思索，动漫影响力巨大，但真正有价值的IP仍是少数。那么，该如何走出国内游戏公司“漫游结合”IP的道路呢？

李华锋说，除了电魂现有的《梦三国》、《梦塔防》等原创IP外，电魂正在自创“漫游结合”的新IP，《光影对决》就是最新例子。这部国产漫画作品目前有20个不同漫画在线平台同时推出，正在

好评连载中。这本讲述少年历险的魔幻作品，被网友们笑称是“国内良心动漫”，聚集不少粉丝。

“我们在洽谈多个动漫IP的手游改编权，包括《光影对决》，这款游戏也会在动漫节现场举行正式签约仪式。电魂自创IP虽起步慢，但可以产生更多的可塑性。”除此之外，电魂旗下电梦网络新开发手游《次元战争》也会在本次动漫节发布。



《战龙酒馆》

杭州主会场

杭州重点动漫企业展讯抢先看

玄机科技：携三大品牌与观众互动

2016年玄机科技携三大品牌：秦时明月、天行九歌、武庚纪亮相第十二届中国国际动漫节。

玄机科技副总经理魏本娜说，今年国漫玄机为大家带来“秦时明月&天行九歌”豪华阵容COSPLAY秀，绝对精彩纷呈。“值得一提的是，玄机还在展位(A1-8)特别设置了虚拟现实VR体验区，特别选取《秦时明月》中的震撼场景，让观众360度亲身体验秦时明月的世界。”展会期间每天都有来自玄机制作团队的主创人员现身展台参加签售活动，“可以透露的有《秦时明月》制片人杨智超、著名coser小小白、艺术总监唐宏宁、角色建模总监王媛、高级原画设计师李晶将会亲临现场与大家零距离签绘留念。”除此之外，更有国内著名漫画家CHRY(陈岚)老师倾情助阵，来到展区签绘，CHRY老师曾亲任监督，领衔漫铠动漫创作团队倾情绘制《秦时明月伍君临天下》漫画版。

博采传媒：“绿毛”邀您一起《反转星球》

2016年杭州博采传媒将带领观众提前感受热门杭产动画《昆塔-反转星球》。

“首先，展馆设计灵感来源于《反转星球》中的新角色‘绿毛’，整个场馆铺满了绿毛，打造了一个抽象的绿毛，让每个参展者身临其境，变成‘绿毛’身上的守护者。”博采工作人员介绍道，《反转星球》顾名思义就是将星球反转，这是新电影中的一个概念，场馆的设计也引入了这个概念。“因为绿毛的调皮捣蛋，导致整个场馆都颠三倒四！在场馆里经常可以看到一些反转的场景，观众锻炼颈椎是再好不过了。”今年博采联手潮流设计团队SDC打造最潮流的动

画衍生产品，将在展馆进行展示并销售，动画电影和潮流品牌无缝衔接，必定会给大家耳目一新的感觉。另外，昆塔第一款手机游戏在安卓手机市场上线了，观众可以亲临开普勒星球，现场体验困难的游戏关卡，不断挑战高分；还有“漫画走廊”将呈现即将上线的昆塔漫画，原画墙则将电影中的原画手稿一一呈现，“这些精彩内容一定能让动画爱好者大开眼界。”

夏天岛：中日韩新人漫画家交流对抗赛

4月27日至5月1日，白马湖动漫广场B馆4楼C厅将举行为期5天的中日韩漫画家交流对抗赛。届时，中日韩三国将有二十余位新锐漫画家赴动漫节现场展开一年一度的“决斗”。本届大赛邀请到了日本九州漫画博物馆馆长、漫画家田中时彦、JUNGLE动漫及周边公司代表人江修司，原《ULTRA JUMP》漫画杂志资深编辑顿田宪三，韩国著名漫画家金光星，韩国漫画影像振兴院理事长李喜宰，中国著名漫画家姚非拉、中国香港漫画家联合会前主席温绍伦等担任评委和嘉宾。

比赛之余，评委嘉宾将举办论坛，交流创作理念，讨论新媒体形势下，中日韩漫画的优势和发展趋势。除比赛外，夏天岛工作室还将在展会期间，同时举办《长歌行》原稿主题展，展出百余幅珍贵手稿。

中南卡通：相约“乐比悠悠大课堂”

2016年，中南卡通将在白马湖动漫广场A馆A1-9展位号与您相约“乐比悠悠大课堂”。

成立于2003年的浙江中南卡通股份有限公司，致力于原创动画制作、影视节目发行、动漫品牌授权、动漫产品开发行销、特许经营等相关产业，经过十余年的高速发展，已成为国内最大的原创动画公司之一。《天眼》《乐

比悠悠》《魔幻仙踪》《郑和下西洋》等一大批耳熟能详的优秀国产动画片不仅俘获了广大少年儿童的心，其影响力也一直在成人的世界渗透，并逐渐转化或注意力经济。

“乐比悠悠”作为中南卡通的主要代表形象之一，中南卡通将以乐比悠悠安全教育系列为主要内容，现场播放乐比悠悠的宣传短片和安全教育系列动画播放及互动，由乐比悠悠“老师”向观展人员讲述文明、安全行为(出行)等一系列课堂，除此之外，现场还有高科技互动体验(裸眼3D)、排舞互动等着您哦。

杭州阿优：让科技更懂孩子

在第十二届中国国际动漫节上，杭州阿优文化创意有限公司将会携两款主打产品“阿U兔智”与“阿U幻镜”空降B1-18号展位，跟小朋友们展开面对面的亲密互动，体验智能科技对孩子学习带来的全新变革。

杭州阿优文化创意有限公司(www.66uu.cn)成立于2012年10月，是国家文化部认定的动漫企业和杭州市高新科技企业，是一家以阿U为主打品牌、以儿童智能机器人为核心衍生产品的科技型文创企业。杭州阿优文化创意有限公司秉持“为成长加优”的价值观与使命，将《阿U之神奇萝卜》系列动画片中的动漫角色与国内领先的机器人研发技术结合，以“文化+科技”的创新模式，通过强大的文化基因和品牌传播打造了国内首个智能产品订单过亿的“动漫IP”。

“用IP驱动用户，让科技更懂孩子。”杭州阿优文化创意有限公司创始人马舒建这样说。自从2012年8月播出第一部《阿U》动画片至今，仅3年的时间，《阿U》动画片已播出500多集，视频网站的点播量累计已超过30亿次，在全国省级卫视的收视率位居第二，荣获全国少儿精品一等奖等多项大奖……阿U始终在为下一代、为未来打造一种更好的成长环境。

记者 熊艳