

# 走红近30年、改编成电视剧捧红胡歌刘亦菲的游戏要进军动画剧集版了 “仙剑”如何吸引当下新玩家进场

从游戏到影视剧、图书漫画、舞台剧，大众十分熟悉的IP“仙剑奇侠传”已经走过了近30年，它所构建的东方浪漫幻想世界，持续不断吸引着为世界观、故事和角色着迷的粉丝。

今年，根据仙剑系列游戏改编的电视剧《仙剑奇侠传4》《祈今朝》《又见逍遥》陆续播出，而在明年1月9日，仙剑IP首款开放世界RPG（角色扮演游戏）《仙剑世界》即将上线。

在前两天举行的玩家交流会上，软星科技总经理、“仙剑之父”姚壮宪透露了该IP单机游戏开发的最新进展，“仙剑”系列单机新作一直在计划中，但是在推进过程中遇到了很多困难，《仙剑奇侠传七》的市场表现坦白说也并不理想，因此单机新作将在团队整合、准备充分后开启，目前计划是在《仙剑一》复刻与新故事中二选一制作。

趁此机会，姚壮宪接受了晨报记者专访，聊了聊“仙剑”如何吸引当下新玩家进场以及如何破圈进而出海的难题。



## 老IP如何吸引年轻玩家进场？

大众最早熟悉也最出圈的莫过于《仙剑奇侠传》第一部，最早单机游戏在1995年发售，当时成为了游戏圈里的大爆作品。10年后，这个游戏第一次被改编成同名电视剧，再度热播出圈，也捧红了胡歌、刘亦菲、安以轩等新人演员。

但是在当下，游戏市场和二三十年前早已不可同日而语，丰富的选项让玩家眼花缭乱，尽管仙剑至今已出过9款单机游戏以及其他一些平台的衍生游戏，积累了无数热爱这个IP的老粉丝，但如何吸引当下游戏主力即更多年轻玩家入场，仍然是这个老牌IP要面对的最大挑战之一。

对此，姚壮宪表示，他们希望通过现在年轻人喜欢的动漫和开放世界游戏，来延续这个IP的生命力。如今国漫发展迅猛，他自己也会看一些优秀国产动画比如《斗罗大陆》《斗破苍穹》《刺客567》，年轻时也曾想过进入动漫行业，但当时没有这个机会，当然现在做一个观众也不错。

目前他们正在和一些优秀合作方一起开发《仙剑奇侠传三》的动画剧集版，“虽然是老的故事，但我们也会尽量去做优化，希望能够以动画方式向动画用户介绍仙剑的故事，能够争取到动漫时代的用户。”

同时，即将上线的开放世界RPG《仙剑世界》也是吸引年轻玩家的重要举措。

开放世界游戏类型基本可以理解为玩家可以在虚拟世界中自由漫游，并自由选择完成游戏任务的时间点和方式，这种游戏设计允许玩家在不受地图区域、任务或其他限制条件束缚的情况下，自由探索游戏世界、与NPC互动、完成任务和发展角色。开放世界游戏强调玩家的自主性和非线性剧情发展，玩家可以根据自己的喜好和目标选择感兴趣的内容，大家熟悉的《魔兽世界》《原神》《塞尔达传说》都是这一类型的游戏，也是现在大部分年轻用户比较喜欢的玩法。

这么多年来，“仙剑”持续吸引玩家的重要因素是古典浪漫的情感元素，但在当下年轻人更想要时髦“爽感”的趋势下，以后仙剑会继续保留这一风格还是做出改变？

对此，姚壮宪认为，浪漫永不过时，只是浪漫的节奏调性跟二三十年前流行的肯定有很大不同。

“比如二三十年前那个时代会比较含蓄，现在可能大家会更热情一些，但是中国人骨子里的那种含蓄，还是不会像西方那样，这是我们民族的调性。我现在比较认同和坚持的还是三观要与时俱进，但是永远是正三观，永远保持强调正能量，我绝对不会去做那种为了爽而爽而且很负

面的故事，但很正能量的爽感和成就感，相信是可以做成功的，这也是我们一直想要做出来的。”

## 经典IP如何破圈进而出海？

今年，单机游戏《黑神话：悟空》在全球范围内爆火，姚壮宪同样很喜欢这个游戏，联想到很多粉丝对于“仙剑”游戏同样有破圈出海的期望，他很冷静地表示，还是要先获得国内年轻新用户的喜爱，才有资格去讲如何出海。

“如果在国内我都不能破圈，就别谈出海了。如果国内新用户能够喜欢的话，这其实是水到渠成的事，顺势推舟半功倍，出海也会变得比较容易。像《黑神话：悟空》非常成功，我相信它在制作时也没有刻意去讨好国外的玩家，只是非常淋漓尽致地把他想讲的西游题材充分做好，之后就出圈了。现在全球信息化非常流畅，在国内能破圈，全球也就能破圈，壁垒比20年前小很多。”

相较于《黑神话：悟空》，姚壮宪分析了仙剑破圈的难点，很重要的原因之一在于IP的知名度有差距。

“坦白讲，西游记、齐天大圣孙悟空的知名度在华人圈远高于仙剑，所以先天产品就不一样了。当然要把西游改好其实很难，因为它的知名度越大也就越难做，因为大家对它的期待就越不一样，像国内有很多西游改编的游戏，但有很多水平都很差。但《黑神话：悟空》水平高到一定程度，它就能够成为新的标杆进而破圈。仙剑是仙侠题材，在华人圈的仙侠用户中是有一定的地位，但跟西游受众广度比还是小，所以它想要破圈和玩家年轻化，它需要翻越的那道墙会比较高比较深，需要我们去努力，但是不管怎么样，质量永远是破圈出海的第一要务。”

在玩家交流会上，中手游的CEO肖健则介绍了《仙剑奇侠传》IP的整体规划，随着《仙剑世界》明年1月9日首发后未来的全球化运营，以及仙剑奇侠传IP的“年轻化”举措，中手游将坚定围绕所构建的“IP游戏研发与全球发行、自有IP品牌运营和国风仙侠虚拟世界”三大业务版块，坚持高质量和精品化发展。

晨报记者 陆乙尔

