

能人引领,“沉睡”资源变“香饽饽”

株洲日报全媒体记者/王军 通讯员/刘晓晓 刘卫红



【编者按】

党的二十届三中全会擘画了进一步全面深化改革的宏伟蓝图,强力释放了“改革不停顿、开放不止步”的鲜明信号。近年来,我市聚焦民生改善的热点、经济发展的难点和政策落地的堵点,大力开展坚持人民至上微改革,通过小切口、小变革、小创新,释放社会发展新活力,打通基层改革新路径。即日起,株洲日报推出“微镜头·看改革”专栏,从发生在市民群众身边的一系列小故事、小案例说开去,观察思索株洲在多个重点领域的探索实践,以飨读者,敬请关注。

换一身戎装,在红军战壕、指挥所、陈列室体验红军战士不畏艰难,感受那段烽火连天的峥嵘岁月;沏一壶好茶,看千姿百态的钟乳石和潺潺流水,独享夏日里的宁静与安逸……虽已过立秋,可攸县莲塘坳镇下洞村红军洞景区依旧人气不减。

下洞村,一个湘赣边普通的小村庄,尽管历史厚重、风光秀美,但长期以来少有游客涉足,甚至一度成为“空心村”。直到2021年5月,红军洞景区揭开神秘面纱,引得八方游客纷至沓来。

就在前不久,国家文化和旅游部公布了2023年度乡村文化和旅游带头人支持项目名单,市委组织部派往下洞村第一书记、莲塘坳镇下洞村新乡贤林喜元名列其中,系株洲市唯一入选者。

从静默到出圈,下洞村缘何打通“任督二脉”?近日,记者进村寻找答案。

众筹,激活红色资源

从武深高速转省道333,约20分钟车程便到达下洞村。尽管山路弯弯,但沿途醒目的目标,均指向红军洞。

一进村,红色气息扑面而来,一尊尊红军的雕像,一面面绘制着革命战斗场景的文化墙,引人注目。“踩着夏天的尾巴,去感受攸县天然空调房吧。”村民刘海武,把手镜头头聚焦红军洞,向游客发出邀请。

刘海武的另一个身份是红军洞景区股东:红军洞景区采取“全员股东”模式开发,由景点所在地涉及的54户村民每户出资4万元筹建,村民个个是老板。而这一模式倡导者,便是林喜元。



游客在红军洞景区玩耍。通讯员供图



林喜元(站立者)和游客交流。通讯员供图

2020年11月,从株洲市教育系统退出领导岗位的林喜元,主动请缨成为下洞村驻村第一书记。“我十几岁就离村外出求学、工作,临到退休,总想着还能发挥余热,为家乡做点什么。”在林喜元脑海中,早就萌生了“把家乡天然溶洞红军洞打造成旅游景点”的念头。

下洞村里组有个大溶洞,洞口高20米、宽40米,风景秀丽,曾经驻扎过红军。林喜元请教文史党史专家,将溶洞定名“红军洞”,带领村民“开洞兴村”。

事实上,名声在外的红军洞,吸引了不少旅游投资者的目光,但这样一个宝贝山洞,给别人开发了,村里能得到多少好处?开发后村民就业能解决吗?揣着这些顾虑,村里回绝了一波又一波投资者,决定自行开发。

经过测算,红军洞景区开发需要资金300余万元,钱从哪里来?

林喜元动员洞内组全员“入股”。54户村民都信任他,每户入股4万元,筹集216万元启动资金。“我们没有大小股东之分,一律4万一户,一户都不能少。”让林喜元想不到的是,仅仅8天时间,第一笔资金216万元就全部筹措到位。

说干就干,拿着这216万元,村里成立了洞内组乡村旅游开发有限公司,通过村民推选,林喜元任董事长,5名有威望有能力的村民担任董事会成员。另外,公司流转了1000亩山地,80亩旱地、100亩水田,搞起了综合开发。

项目启动后,林喜元甘当“勤务员”,找专业机构搞设计、跑局行办审批手续。他的实干精神感动了很多人,也得到了职能部门支持,道路提质、亮化,“门前三小”等350余万元的系列配套设施也向红军洞倾斜而来。

2021年5月1日,红军洞正式对外营业,不久便成为攸县郊区的热门景点。

共赢,释放振兴动能

外有瀑布飞流,内有溶洞奇观,加上红色文化,“红军洞”迅速成为攸县热门景点。

“每年七八月是我们的旅游旺季,游客基本爆满,除了攸县本地游客,长沙、株洲等地游客纷纷慕名而来。”林喜元说,这几年红军洞带动了原本逐渐空心的村庄,周边5户村民已在广州、深圳等地安家,这两年又陆续回到家乡建起了新房,其余80%以上的村民也翻新了房屋。

村里把闲置劳动力进行编号,让30余名60岁以上村民在景区务工,景区每年发放劳务工资50余万元。村里的“闲话”中心也变成了创业中心,大家一门心思搞事业,朝着共同富裕的目标奋进。

旅游火了,也带动了村里的产业发展。搞养殖、做餐饮、改造民宿,一时间村里内生动力越来越强,外出的村民纷纷回流。

村民吴回元把家里破败的土砖房重新返修,请专业人员重新设计,建起一栋“自住+经营”的新型民宿;原本在株洲市区做生意的林海清,也回到村里做起村务管理和旅游管理工作,一门心思推介家乡景点……

但林喜元并未满足现状,他坚持走平民化路线,采取接地气的方式丰富景区内涵。景区准备了一排灶台和炊具,还建有儿童游乐场、农家小餐厅、户外卡拉OK、民宿,游客可以纳凉,还可以自备饭菜进行户外野炊,畅玩各项休闲游乐项目。

“乡村振兴要先转变思路,以我为主,不能两眼望上,等着上面要项目、要资金、要政

策,只有自力更生,关键时刻上面再帮一把,才可能把事情办成办好。”林喜元说,红军洞零门槛、低消费、很放松、特清凉,已经有了口碑相传的好口碑,接下来还要从旅游资源挖掘、运行机制健全、配套设施完善等方面入手,全方位提质升级,打造乡村振兴的新样板。

记者手记

观念一变天地宽

红色资源,众筹开发,这个原本由政府主导开发的文旅业态,让村民当主角,竟然产生了意想不到的效果。在各地积极寻找文旅融合高质量发展的“解题”之法时,攸县红军洞景区破除等靠要思想,采用众筹模式激活红色资源,无疑是一次有益的尝试。

当前,乡村旅游成为广大农村地区盘活资源、解决就业、繁荣经济的引擎,深度融合在乡村振兴中发挥了至关重要的作用。今年的中央一号文件明确提出,要“实施乡村文旅深度融合工程”。

这需要我们发挥更大的主观能动性,因地制宜,聚焦特色,打造自身独有的文旅IP:一方面,我们明晰自身定位,依据乡村资源优势和市场需求,确定特色IP的定位和主题,因地制宜做好发展规划,避免生搬硬套、简单移植,为打造乡村文旅特色IP提供现实解构密码;另一方面,要发挥“绿水青山”的旅游资源优势,激活内生动力和巧借外部推力,以IP形象推动乡村文旅个性化、品牌化发展,走出一条适合自身发展的特色之路。

云阳森林公园多措并举筑牢“防火墙”

株洲日报讯(全媒体记者/陈洲平 通讯员/叶素谭斌斌)近期气温高,火灾隐患大,针对当前防火形势,茶陵云阳国家森林公园管理局(以下简称云阳森林公园)多措并举,持续开展宣传防范、隐患排查及巡防守护等工作,打好森林防火“组合拳”,全力守护青山。

8月20日清晨,在云阳森林公园云阳分场,郁郁葱葱的森林间一条条修建好的防火隔离带蜿蜒起伏,延展至山林各处,路上森林防火宣传标语随处可见。与此同时,两名护林员准备出发,开始日常巡查,摩托车上的红色小喇叭格外惹眼,持续播放着森林防火警示宣传语。来到风险较大的区域,护林员们手持镰刀,徒步上山进行逐一排查。巡逻完毕后,工作人员还利用无人机巡飞,掌握并研判分析林区的实时动态,及时发现监控区域死角内的火点和冒烟点。

“平时分为两组,在两条主路上各巡查6次,如果风险隐患较大,我们会增加巡查次数。”云阳分场技术人员肖三苟说。

近年来,云阳森林公园坚持以隐患排查整治为重点,以加强防范为保障,多措并举强化森林火灾火险。据统计,截至目前,云阳森林公园已建成生物防火林带91.4公里、隔离带71.6公里、防火道6.5公里,新建森林消防水池55个。同时,加速开展森林火灾预警系统建设,预计建成50个智能卡口和5个高空云台,通过多重预警功能共同提升森林火灾能力,力争做到防患于未然。

织密防溺水“安全网”



高温天气,下水游泳的人增多。近日,洞口公安局组织警力,对区域内的河流、水塘、水库等容易发生溺水事故的水域进行安全隐患排查,加贴警示牌,更新救生圈等设施,劝阻擅自下河游泳的未成年人。此外,还通过发放调查问卷、宣传资料、现场互动等方式,普及防溺水和防性侵知识,切实筑牢安全屏障。

入夏以来,该区已出动警力1300余人次,设置重点警示标识1017个,发现并整改安全隐患32处。株洲日报全媒体记者/邹怡敏 通讯员/胡水淋 余婷婷 供图

时事·聚焦

责任编辑:肖星平

中国首款3A游戏《黑神话:悟空》发布 再掀传统文化热潮

据新华社太原8月20日电 成为美猴王,拿起金光闪闪的如意金箍棒降妖除魔是每个《西游记》读者儿时的幻想。随着首款中国国产3A游戏《黑神话:悟空》20日发布,玩家们终于可以在逼真的游戏世界中将其实现。

“我在法国当过‘刺客’,在北欧当过‘战神’,在日本当过‘武士’,但内心里我一直期望在有一款充满中国元素的游戏里成为英雄,去创造自己的故事。”来自山西的游戏玩家徐智说。

3A游戏一般指高成本、高体量、高质量的单机游戏作品。此前,该市场主要被日本、美国、法国等国的游戏公司占据。

4年前,《黑神话:悟空》的首支实机视频便在全网形成“刷屏之势”。在全球玩家的热情“围观”下,这款中国古典风格浓郁的作品终于面世。

网络上,有人用各种乐器演奏游戏主题曲,有人介绍游戏取景地的历史,还有人深度

解析《西游记》中的角色故事,再次掀起中国传统文化热潮。“希望看到越来越多类似的作品面世。”B站的视频创作者于峻峰说。

中国是全球最大游戏市场,2023年的销售收入超过3000亿元,但主要份额是手机游戏。体验到一款画面精美、制作顶尖的国产3A游戏,逐渐成为中国玩家的夙愿。

为了打造一款沉浸感十足的“世界水准”游戏,研发公司游戏科学的团队花了数年时间,在中国各地的历史景区取景,通过实景扫描技术,把古建筑、雕塑等模型上传到游戏中,并经过一系列技术处理,以实现栩栩如生、真假难辨的游戏画面。

“我们能做的就是尽可能真实地还原这些瑰宝。”游戏美术总监杨奇说,他们曾试图创作一些建筑、雕塑等内容,但最终发现现存的文物本身就足够吸引人。

有玩家留言,第一次在一款“世界级”的

3A游戏中看到中国风格鲜明的建筑、雕塑等内容,自豪之情油然而生。

去年德国科隆游戏展上,《黑神话:悟空》展现的一段陕北说书令现场掌声四起,外国玩家纷纷赞叹游戏与非遗文化的完美融合,更激发了他们对中国文化的兴趣。

近年来,越来越多游戏、电影、音乐等文化娱乐产品与传统文化加速融合。上个月结束的中国国际动漫游戏博览会上,有媒体统计,今年1月1日至6月11日相关微博的3800个IP“超话”中,国产动漫占46%,这一比例还在持续增长。

对外经济贸易大学中国语言文学学院讲师韩潇说,将中华优秀传统文化与备受年轻人青睐的游戏、动漫等形式相结合,能加深他们对中国文化的热爱。“作为文化、教育领域工作者,我们也在研究如何通过新载体让传统瑰宝更好地与年轻人的兴趣点结合”。



网络供图

这个“悟空”是从哪“蹦”出来的?

如果你是“硬核”游戏玩家,一定对刚刚发布的《黑神话:悟空》满怀期待;即便你对游戏产业一无所知,可能也获悉,在该领域,一款中国产品实现突破。

20日发布的首个国产3A主机游戏《黑神话:悟空》,早已在全球收获无数拥趸。游戏发布前,各类相关话题在全网浏览量已破35亿。《黑神话:悟空》火爆后,网友认为这款现象级产品开启了国产3A游戏元年,它在中国游戏产业实现突破的同时,也为全球玩家提供了了解中国文化的途径。

这个备受期待的游戏,究竟是从哪“蹦”出来的?在技术突破之外,它还实现了什么?

“取经,最重要的是先迈出去”

3A游戏往往画面精美、互动性强、剧情丰富,被认为是游戏工业皇冠上的“明珠”。在过去,这个领域一直被外国公司垄断。

曾有网友提出疑问,随着我国综合国力的不断提升,从国产大飞机上天、嫦娥六号着陆月背,到《流浪地球》、剧版《三体》全球叫座,为何游戏领域却一直未有实现突破?

游戏科学CEO、《黑神话:悟空》制作人冯骥认为,在国外单机游戏起步之时,国内消费能力和技术水平有限。进入网络时代后,网络游戏迅速成为主流消费习惯,单机游戏因此被视为小众游戏,研发团队开发意愿不强。近十年,中国人的消费水平和个性化消费需求不断提升,对游戏产品提出更高要求。在技术层面,市面上逐渐成熟的开发工具,也可以支

撑一款比肩国际一流水准的产品面世。

即便占据天时地利,但距取回“真经”,冯骥和他的游戏科学团队还面临“九九八十一难”。

“幸运的是,我们的主创团队成熟稳定、信念一致。大家在下定决心做这款产品后,都感到释然。”冯骥说。

即便如此,在外界看来,从零起步开发一款国产3A游戏,像是一群理想主义者的大胆实验。冯骥对这个评价并不排斥,但他同时表示,团队并不是靠情怀走到今天,相反,他们是一个在商业上寻求可持续发展的务实团队。

“理想主义的情怀需要靠现实主义的努力去实现,就像西天取经,最重要的是先迈出去。”冯骥说。

用世界品质 讲中国故事

看过实机演示视频的观众,都会被游戏中逼真的画面所打动。在“黑风山”关卡,玩家可以变为一只金蝉在空中飞行,周遭的树木、建筑栩栩如生,让人难辨真假。

对玩家们来说,世界级的画面是评判一款游戏能否被冠以“3A”的基本条件。游戏科学并没有因为“孙悟空”这个流量IP的加持就降低对画面的追求。他们清楚,中国玩家很识货,不能因为贴上“传统文化”“国货”等标签,就期待大家盲目支持。

放眼全球,画面的绝对品质更是吸引海外受众的基础。冯骥举了个形象的例子:把中国故事讲给外国受众,就像送一件礼物,硬塞的别人不一定喜欢,“用画面、特效这些漂亮的

‘装饰’包装起来,人们才会有兴趣。而打开包装后,他们自然会欣赏到最动人的东西——文化内核”。

为了追求世界级品质,游戏科学也走了不少弯路。

“比如孙悟空打妖怪,妖怪的不同部位受击打后会有不同的反馈动作。为此,开发人员花了3个月时间设计了32个不同的动画。但这样做最终作品的体量就太大了,所以我们得忍痛做减法。”冯骥说。

而对之前参与过《西游记》题材游戏创作的美术总监杨奇来说,此次“重走西游路”,更像是于心那个不完美前作的一次救赎。在项目之初,他打算手绘游戏内所有重要场景。

“后来发现这样不行,成本太高。”杨奇坦率地说,游戏最终呈现出各地的历史建筑和雕塑——这些当下最被玩家们津津乐道的内容,其实是考虑到成本之后的折衷尝试。

到全国各地扫描历史建筑,再经过建模等处理并上传到游戏中,节省了不少时间。这种呈现方式的效果也出奇的好,更吸引不少网友专门科普背后的文化背景。

“传统文化就在那里,看一眼你就会喜欢。”杨奇说:“我们能做的,就是通过游戏,帮大家拉近一点距离。”

在全球掀起中国传统文化热潮

时值暑假,山西晋城玉皇庙景区内游人如织。景区工作人员田彤彤说,《黑神话:悟空》在此处取景后,游客数量创历史新高,有约40%

的游客是通过游戏知道这里的。

“这次是特地过来‘朝圣’的。”来自广东的小学美术教师黎润航说,回去后打算给孩子们推出专题课程,让他们深入了解博大精深的传统文化。

《黑神话:悟空》已然掀起一轮传统文化热潮。在B站上,有人用各种乐器演奏《云宫迅音》,有人介绍游戏取景地的历史文化,有人深度解析《西游记》中的角色故事……

对外经济贸易大学中国语言文学学院讲师韩潇认为,传统文化与高度流行的游戏相结合,更能激发年轻人的兴趣点,吸引他们了解、热爱、宣传中国文化。

在国外,游戏爱好者也在积极发布与《黑神话:悟空》相关的文化解读类视频。虽然有些内容并不是很准确,但主创团队对此并不介意。

“游戏就是这样一个能让全世界玩家交流体验、分享快乐的产品,我们乐见不同的声音。”冯骥说。

业内人士认为,《黑神话:悟空》的火爆,并不仅仅是一款国产游戏的偶然“出圈”,这是文化自信的必然结果,是传统文化旺盛生命力的新表达,也为文化输出打通了新通道。

随着国产精品层出不穷,百舸争流的时代来临,我们呼唤越来越多像这位“孙悟空”一样的先行者,勇往直前,在世界舞台上闯出自己的一片天地。

“我们积累了足够的信心,未来还将深挖传统文化题材,让这股传统文化潮继续‘热’下去。”冯骥对此信心满满。 据新华社

相关链接

3A游戏

3A游戏就是指3A大作。3A级别游戏的说法,是一种典型的美式概念。此处3A指的是AAA——美国的最高级别的意愿。国外有两种比较常用的评分,一种里面A级别以上的是S、SS等,另一种A级别以上的是AA、AAA等。在美国AAA比较常用,简单的说一般的3A大作指的就是大场制作的高成本、高体量、高质量的单机游戏。

高成本

国外3A游戏的研发成本,基本上没有低于5000万美金的,低于3000万美金,基本上做不到3A游戏,或者只能算入门级3A。可以查到的数据是,GTA5花了1.37亿美金,《巫师3》研发预算是8100万美金,这两款游戏,都是业界公认的3A级游戏。

高体量

3A游戏需要有庞大的世界观,庞大的世界,庞大的游戏内容。花3A的钱,做出一款精致的横板过关游戏,那依然不是3A,再优秀的独立游戏,都不能跨入到3A游戏的行列当中,目前还没有这种情况。

高质量

简单来说,投入再多的钱,做出一个垃圾出来,研发、推广费用都很高也是垃圾,不是3A,但一般情况下,很少有投入了3A的成本,做出一款游戏的情况。

当然这里所说的质量是多方面,3A级作品,可能差评如潮,可能不是很卖座,或者亏了本,但是一定在某一或者某几方面是有突出表现的。