

# 《黑神话:钟馗》引发轰动,意外点燃了一座皖北小城 灵璧能成为下一个“神话”吗

8月21日一早,灵璧县文旅局副局长田元元刚上班就被通知立即去参加一场临时召集的座谈会。会议的主题是如何紧抓《黑神话:钟馗》官宣契机,推动灵璧文旅“出圈”。前一天,游戏科学的新作《黑神话:钟馗》在科隆游戏展开幕式上压轴登场,引发轰动,意外点燃了这座远在皖北的小县城。

田元元并不是游戏玩家。参会前,她临时“补课”,找来预告片看了一遍。视频最后,豹头环眼、铁面虬髯的钟馗骑着猛虎登场。紧接着,“钟馗”二字在画面正中徐徐展开。她顿时明白,这对于灵璧意味着什么。

安徽省宿州市灵璧县号称“钟馗画之乡”。作为民俗绘画,灵璧钟馗画始于唐代吴道子“钟馗样”粉本,至今已传承千年。亦有观点认为,钟馗本人就是灵璧人。长久以来,这位捉鬼天师被当地视作一大文旅名片,与奇石、虞姬墓合称“灵璧三绝”。此番《黑神话:钟馗》公布,让灵璧县看到了机遇。

杭州西湖区象山艺术公社街边的招商广告上,《黑神话:悟空》的主角“天命人”一身金盔,英姿飒爽。广告词颇具鼓动性:你想成为下一个神话吗?对于灵璧县,这个问题的答案无疑是肯定的。然而,如何成就“下一个神话”,却并不是那么容易解答的问题。



灵璧钟馗文化园。

## 一个标题与三次会议

仅凭《黑神话:钟馗》这个标题,就足以让“钟馗画之乡”的人们感到兴奋。

那场临时召集的座谈会,涉及灵璧当地多个部门。会场上,共识迅速形成:“泼天富贵”可能要来了。与此同时,同样的共识也出现在会场外。田元元告诉记者,游戏预告片发布后的那几天,不少普通市民通过公众号留言、市民热线等渠道向政府发来意见和建议。话里话外,表达的都是同一个意思,希望灵璧县务必及早行动,接住这波流量,打好钟馗这张牌。

这种共识是有现实依据的。《黑神话:悟空》中的场景,大量取景自山西省内的古建筑。游戏的火爆,一举带动了当地文旅。据不完全统计,游戏发售不到两个月,山西27处游戏取景地景点累计接待游客536.92万人次,实现门票收入1.66亿元。山西省文化和旅游厅公布的数据显示,2024年山西省文创产业实现爆发式增长,全年销售额突破12亿元,同比增长43%,其中《黑神话:悟空》联名文创产品贡献率高达60%。

这种共识也源于自信。田元元认为,头顶“钟馗画之乡”的名号,灵璧有资格接下这“泼天富贵”。她向记者细数了灵璧关于钟馗的“家底”:

钟馗画在我们这里传承了1300多年,2006年被列入省非遗,县里有各级传承人21个。2022年,钟馗剪纸也入选了省非遗。除了这些,我们这里还有钟馗酒和各类文创产品,2016年还建起了钟馗文化园。”

共识很快转化为行动。8月22日,宿州市文旅局发文,隔空“喊话”游戏科学,邀请对方到灵璧“解锁游戏开发中更多的文化灵感”。此后一周,宿州方面又派员前往杭州,拜访了游戏科学。此次拜访规格颇高,除了宿州市文旅局,“县里的主要领导也都去了”,田元元说。

“不能打无准备之仗。”在田元元看来,山西文旅的成功背后,是大量的前期铺垫。早在2022年,山西方面在“黑神话”开发阶段就与游戏科学达成了合作,全力配合对方实地考察。游戏发售前,又迅速推出了主题文旅产品。有鉴于此,无论是隔空喊话还是赴杭拜访,都是灵璧县“抢抓机遇”的题中之义。

共识有了,“抢抓”的动作也有了,那么接下来呢?9月3日下午,当地又组织了一次专题会议,议题依旧围绕“黑神话”展开。算上这次会议,从8月20日《黑神话:钟馗》首曝预告片开始,两个多星期,灵璧县在县级层面已经开了三次会。当地一位公务员向记者透露,会议上,各个部门都有表态,从宣传推广到

接待能力,从招商引资到交通保障,从基础设施建设到文创产品供给,共同的关键词都是——加强。

开会和表态,这或许是现阶段灵璧县为数不多所能做的事情。某种意义上,这也并非只是形式主义。《黑神话:钟馗》尚处开发早期,用游戏玩家的话来说,目前大概率还是“新建文件夹”阶段。现时现刻,游戏本身可供灵璧文旅“借力”的,就仅有标题和那两分钟不到的预告片。作为参考,《黑神话:悟空》自首度公布到最终发售,前后历经整整4年。

另一方面,喊话和拜访过后,灵璧县与游戏科学方面似乎也尚未达成明确合作。记者曾向灵璧县和宿州市文旅局提出就此事进行采访,但均被婉拒。对方表示,此次赴杭,只是与游戏科学进行了初步接触并建立起了联系,关于具体的合作事宜“暂时还没有太多可说的”。

不过,这并不妨碍当地发挥想象力。田元元觉得,灵璧的钟馗画能为游戏美术和剧情提供创作灵感,当地钟馗文化园的景观也能作为游戏场景的参考。未来游戏面世后,想象空间还将进一步拓展:“比如,如果能得到游戏科学的授权,我们打算在钟馗文化园里设立一个游戏体验空间,让玩家更沉浸式地享受游戏。”

## “偏题”的文化园

2011年开工建设,2016年正式投入运营。2024年,钟馗文化园全年游客接待总量在65万人次左右。除本地市民外,游客大多来自宿州周边城市。

王先款坦言,景区客流潮汐现象明显,历年春节期间举行的新春庙会,客流量都在20万人次上下,这也是一年里文化园最热闹的时候。“五一”“十一”等假期,客流也较为可观。但是一旦进入淡季,便会断崖式下跌。

在灵璧采访期间,记者去钟馗文化园实地转了转。飓风塔内,两名身着制服衬衫的员工正对着墙上钟馗故事的展板背诵解说词。

钟馗文化园办公室的一名工作人员告诉记者,这是新近布置下来的任务:“《黑神话:钟馗》不是公布了嘛,公司要求所有工作人员都要掌握解说词。以后在园区里一旦有游客问起,所有人都要能给对方介绍上几句。”除了保安、保洁,钟馗文化园总共有8名在职工作人员,其中有2名是专业解说员。

钟馗文化园的展陈,以展板和微缩模型景观的形式为主。除了灵璧县代表性的钟馗画,主要展示钟馗的各种神话传说和民间故事。在园区的一处展厅内,一组以“钟馗嫁妹”为主题的场景模型毁损严重,与发布在灵璧县政府官网上的图片相比差异明显。展厅另一侧的电子显示屏则已经拔掉了插头,并未工作。

“未来都会修复和重新启用的。”工作人员说。

## 神话还是幻梦?

狂热以至一时手足无措情有可原。将这种“应激反应”斥为盲动,则未免过于简单粗暴。只是,短暂的狂热过后,能否回归到“做好自己的事情”这条主轴,真正将流量转化为发展的动力,才是检验“蹭热度”成功与否的金标准。

公平地说,过去这些年,灵璧县围绕钟馗这一传统文化符号的文旅开发,成效并不理想。这一方面是由于诸多客观条件的限制,另一方面也与钟馗这一IP本身的特殊性有关。虽然暂时无法确定灵璧县最终会与游戏科学以何种形式开展合作,甚至无法确定这一合作能否实现,但是《黑神话:钟馗》的出现,或多或少都注定将为灵璧县在“做好自己的事情”上提供自驱力以外的外部助力。

“做好自己的事情”需要持之以恒,不能因为流量到来便一时兴起大干快上,流量消退就偃旗息鼓,鸣金收兵。这样的反面教材俯拾皆是。

长三角某县,据信是神话故事哪吒闹海原型的所在地,也是众多“哪吒故里”之一。2019年,国产动画电影《哪吒之魔童降世》上映,轰动全国。该县迅速反应,急急建起一座所谓“哪吒小镇”,意欲借影片热度撬动当地文旅。热头上,确有不少游客慕名而来。怎奈这小镇规模有限,建设水平

作为标志性景观的飓风塔,总计有地上8层及1层地宫,目前仅底层对外开放。工作人员解释,出于安全考虑,飓风塔上层在几年前就已经不再开放。至于具体年份,这名工作人员表示,自己2022年入职时飓风塔就已经关掉了。

按照官方简介,钟馗文化园兼具“钟馗文化研训基地、钟馗画创作基地、非遗展示基地、休闲度假胜地”四大功能。仅就记者所见,文化园的运营状态显然并不理想。同时,如今的钟馗文化园也在逐渐“偏题”。2022年,钟馗文化园开始免费对外开放,每日早起散步和锻炼的当地市民随即成为日常客流主力。此后,文化园又先后引入了无动力儿童乐园、水上游船、卡丁车等娱乐设施。此举的确是增加客流和收入

的直接手段,但也让钟馗文化园进一步“偏题”。

王先款希望能借着“黑神话”的东风,把景区拉回到原有的主题上。按照设想,未来要将钟馗文化园打造成“一个神话主题园”,引入沉浸式演绎等时下流行的旅游产品,从而真正发挥钟馗这个古典神话IP的吸引力。待到“黑神话”面世,也能有更足的底气与之联动和合作。

不过,王先款眼下的首要任务,是带领文化园冲刺4A级景区。他说,不管有没有《黑神话:钟馗》,钟馗文化园“冲4A”都是既定事项:“能不能评上4A,对于文化园的发展至关重要。”

也不高,除了几处粗劣雕像和墙绘,再无其他。随着影片下档,小镇迅速没了热度,当地也再无后续建设的打算。

2025年,《哪吒之魔童闹海》上映,再掀观影热潮。当地便又想起了搁置多年的小镇,宣布“提档升级”,提出打造“哪吒文旅小镇”。只是2月份连篇累牍的宣传攻势过后,小镇又没了动静。据当地知情人士透露,相关规划已经黄了。记者致电当地文旅部门,对方也证实除了电影热映期间小镇内新增了部分墙绘,并增设新的展陈和文旅设施。至于小镇客流,工作人员只是表示“不多”。

讲述这个案例,并非触灵璧县的霉头。相比随流量而舞的“哪吒小镇”,灵璧对于钟馗的开发并非全无基础。只是,我们也应该清楚地认识到,相较作为明确取景地的山西古建之于《黑神话:悟空》,无论是灵璧的钟馗画还是文化园,与《黑神话:钟馗》的关联很可能并不那么直接,客流转化的难度也势必高于山西同行。

这会是下一个神话还是下一场幻梦,眼下都言之过早。但是只要能坚持“做好自己的事”,就总会有机会成就下一个“神话”。

来源:《解放日报》

## 融“长”所长

RONG CHANG SUO CHANG

## 助力发展

ZHU LI FA ZHAN



## 长三角30多城市携手设展,2万个岗位招贤 南京国际博览中心本月迎来“人才盛宴”

9月20日,南京国际博览中心将迎来一场盛大的“人才盛宴”。南京市政府8日举行新闻发布会,宣布第十七届中国留学人员南京国际交流与合作大会和青年人才交流招聘会首次联合举办,1200多家单位将现场提供超2万个岗位,不仅聚焦高层次海归人才,更全面覆盖青年就业需求,以“区域协同+产业引才”新模式广纳贤才。

南京市人社局一级调研员马书婷在新闻发布会上介绍,本次大会打破城市界限,上海、杭州、合肥等30多个长三角及协作城市将共同设展招贤,实现“南京搭台、区域共享、人才共赢”的格局。这意味着求职者面对的将是整个长三角的就业市场。

大会聚焦南京“4266”产业体系人才需求,将高层次海外人才引进与高质量发展充分就业紧密结合,突出“人才+产业”深度融合。青年人才交流(招聘)会在岗位筹集过程中,立足南京人工智能、机器人、生物医药、新一代信息通信四大攻坚产业发展需求,参与企业有国企23家、金融服务机构36家、新引进企业16家、航运企业40家,让本次招聘会成为引聚青年人才的“强磁场”。

来源:《新华日报》

## 浙江省人形机器人产业技术联盟成立

9月5日,第十五届智慧城市与智能经济博览会在宁波开幕,浙江省“十链百场万企”系列对接活动之“人形机器人专场”同步举行。现场,浙江省人形机器人产业技术联盟正式成立,标志着浙江人形机器人产业迈入“协同创新、集群发展”新阶段。

浙江省人形机器人产业技术联盟汇聚了浙江人形机器人创新中心、阿里巴巴达摩院、宇树科技、浙江大学、杭州人形机器人技术和产业创新中心、均普智能、海康威视、大华技术、吉利控股、舜宇光学等省内近40家产业链上下游企业、

高校及科研院所。

“此次联盟的成立可以进一步汇聚创新力量,助推我省人形机器人产业从‘分散突破’迈向‘协同攻坚’。”省经信厅相关负责人表示,联盟将重点围绕技术攻关、标准制定、成果转化、人才培养四大方向开展合作,推动产学研用深度融合,助力产业解决“卡脖子”技术问题,加速技术成果向商业化产品转化,同时培育一批具有国际竞争力的龙头企业,把人形机器人打造成为浙江未来产业的“闪亮名片”。

来源:《浙江日报》

## 宁波舟山港单月集装箱吞吐量首超400万箱

近日,记者从宁波舟山港了解到,8月该港集装箱吞吐量预计突破400万标准箱,刷新单月生产纪录。

单月“400万箱”这一成绩背后是长三角地区乃至中国外贸动能的强劲释放。新能源汽车、光伏产品等高新技术产品经宁波舟山港出口表现亮眼;大宗原材料和进口商品也经此进入国内市场,充分凸显宁波舟山港在服务新发展格局中的核心枢纽地位和作用。

“400万箱”的根基是宁波舟山港穿山、梅山两大“千万箱级”单体集装

箱码头双星闪耀;金塘大浦口提能工程、金甬铁路苏溪集装箱办理站等一批基础设施相继投用,以及北仑、大榭等港区集疏运能力持续提升,为宁波舟山港进一步增强枢纽能级提供了有力支撑。

此外,港口运营智能化和口岸营商环境便利化也是吞吐量创新高的重要因素。与此同时,“义乌—宁波—舟山”多程联运转关物流通道成功打通,港口与口岸单位、船公司、物流企业数据互联等举措更助力港口高效运营。

来源:《浙江日报》



## 常泰长江大桥正式通车

9月9日在江苏泰州泰兴市拍摄的常泰长江大桥(无人机照片)。

9月9日,常泰长江大桥正式通车。常泰长江大桥连接江苏常州市与泰州市,全长10.03公里,是长江上首座集高速公路、城际铁路、普通公路三种方式于一体的过江通道。通车后两地通行时间缩短至约20分钟,对促进扬子江城市群协调发展及长三角一体化具有重大意义。

新华社发