

真人互动影游可能成未来新风口

《盛世天下》围绕一代女皇武则天的传奇人生展开,玩家从一位普通宫人的视角切入,亲历她从才人走向权力巅峰的跌宕历程。据统计,游戏玩家通过《盛世天下》互动程序,可收获超过100种不同的游戏结局。

专业机构预测,2026年中国互动影游市场规模有望突破18亿元,同比增长20%。也有评论家判断,互动影游或将成为未来影视行业的新风口。7月9日,借《盛世天下》破圈契机,华西都市报、封面新闻记者专访到四川大学艺术学院影视与戏剧系主任、教授、博士生导师袁一民。袁一民长期从事影视艺术与社会文化领域研究,关注当代影像生产与文化消费机制。

采访伊始袁一民便笃定地表示:“真人互动影游必然会成为未来影视的新风口。”他对此非常乐观且充满期待。

尽管人工智能已开始大规模介入影视行业,但袁一民认为,未来更可行的模式,并非“AI数字人取代真人演员”,而是“真人演绎负责建立情感真实性,AI负责扩展内容生产和角色运营能力”。

“影视行业当下的困境并不仅在于成本过高,更深的症结是优质内容匮乏、商业模式单一与供需结构失衡。AI能够降低制作门槛,却无法自动创造好作品;一旦一味追求廉价生成,反而可能导致内容同质化加剧。”袁一民说,“AI的真正意义,应当是降低试错成本,让行业有能力把更多资源重新投注到创意、表演和叙事这些核心价值上。”

那么在未来,影视有没有可能与游戏完全融合?袁一民认为:“影视不会消失,传统游戏也不会消失,但二者之间将不断涌现出新的复合形态。未来界定媒介的标准,或许不再局限于它是‘用来观看’还是‘用来操作’,而在于受众能够在多大程度上进入叙事、影响进程,并生成专属于自己的个性化体验。”

采访中,袁一民向记者介绍了“想象力消费”这一概念,该概念由北京大学陈旭光教授首次提出。在传统影视中,观众主要是通过观看和认同来完成意义生产;但在互动影游中,观众获得了选择、试错、重组故事的权利,想象力消费也从“观看他人的命运”转向“模拟自身的可能人生”。而《盛世天下》所提供的,实际上远不止是一个武则天故事,更是一趟进入复杂历史情境、切身体验权力抉择与身份成长的想象性实践。

文化观察

近期,真人互动类影视游戏《盛世天下》在各大平台上火出圈,全系列累计销量突破500万套,上线仅21天创下真人实拍互动影视全球销量纪录。值得关注的是,这款游戏还登顶了中国、韩国、新加坡等多个国家和地区的付费游戏榜。有评论称,“这是继《原神》《黑神话:悟空》等大热IP后,中国游戏又一次成功出海。”

真人互动影游简单来说就是剧情由真人实拍,玩家可以一边沉浸式观看影视级画面,一边在关键节点介入互动选择,从而进入不同的剧情分支。每一次选择都将导向差异化的情节体验与多元结局,让玩家从旁观者变为故事的共同创作者。

## 中国真人互动影游为何刷屏海外?



《盛世天下》真人演员合影。图据《盛世天下》官方微博

2

《盛世天下》成功不单是靠题材红利

《盛世天下》的故事以武则天为核心,不少人觉得这本身就自带“爆款”基因。但袁一民认为,“《盛世天下》的走红不是单纯地靠题材红利,而是内容品质、叙事机制与市场定位协同发力的结果。”他分析,武则天有较强的文化辨识度,且在全球范围内都有一定知名度。故事围绕女性从宫廷生存走向权力中心展开,恰好呼应了当下大众对女性主体叙事和身份成长的需求。

在互动设计上,每一次决定都与生存、权力及人物命运紧密捆绑,让玩家真切地感受到决策的沉重压力与情感投入。此外,精良的实景搭建、真人演员的细腻表演、4K影像质感,以及多平台、多语言同步发行等,都是其成功的重要推力,有效拓宽了潜在受众圈层。

“影视观众、女性向用户和叙事游戏玩家,这三者原本是相互分隔的市场,但《盛世天下》成功将它们打通了。”在袁一民看来,它之所以能如此出圈,关键就在于将武则天这种具有高辨识度的历史文化题材,成功转化为一种富含参与感、情绪价值和身份投射功能的互动体验。

3

海外玩家在‘选择’中了解中国历史

可以看到,《盛世天下》不仅在国内火爆,在海外同样斩获了不俗成绩,一度登顶多国应用商店付费榜。海外游戏主播纷纷加入直播队伍,分享自己能在宫中“活”到第几集。有观点认为,这是继《原神》《黑神话:悟空》等大IP之后,中国游戏的又一次成功出海。在韩国,它更成为近期互联网上的现象级话题,6月22日举行的主创见面会一票难求,场面极为火爆。

在袁一民看来,互动影游在文化出海上的确存在一定优势,比如传统影视主要依靠情节和人物吸引观众,传统游戏则往往需要较高的操作和规则学习成本。但是互动影游以真人影像作为直观入口,通过选择、反馈和多重结局赋予海外玩家一定的行动权。以《盛世天下》为例,观众不一定需要完全熟悉中国历史,也可以先从人物处境和命运选择进入中国文化语境。

袁一民认为,互动影游的本质,是以影视为感知界面、以游戏机制为结构动力的可参与叙事。这类作品想要在市场上真正具备竞

争力,归根结底应当具备三大要素:值得观看的内容、必须参与的选择,以及能够被广泛传播的情感体验。

“我们首先要考虑的,始终是互动机制是否具有不可替代性。”也就是说,只有当玩家的选择能够实质性改变人物关系、叙事节奏和结局走向时,这部作品才有必要被做成互动影游。

他从产业角度给制作方提出了几点建议:一是内容必须同时满足“可看性”与“可玩性”;二是合理控制剧情分支数量,避免因重复拍摄导致成本失控;三是建立买断、章节付费、衍生内容与线下运营等复合型收益模式,不能仅仅依赖一次性销售收入。

正因如此,互动影游不应该被简单理解为电视剧与游戏的折中形态,而应被视作一种具有清晰用户定位和独立商业逻辑的全新品类。它最忌讳的,恰恰是在策划阶段既想保留电视剧的广泛受众,又想获得游戏的高参与度,最终导致两种用户体验都不充分,两头落空。

华西都市报·封面新闻记者 徐语杨