

Challenges and Trends in Crossover between Movies and Games

—Taking *League of Legends: Arcane* as an Example

Liang Jinsong Chen Linying

Abstract: In recent years, with the rapid development of the internet, the digital entertainment industries centered around gaming have increasingly shown a trend of cultural diversification and integration. The crossover between movies and games has become a popular industry chain, with great market potential, attracting more and more game and film companies to join in. Compared to abroad, domestic scene is still in its infancy in this field, facing many challenges in cross-media collaboration between movies and games. These include how to successfully adapt game IPs for film narratives, how to align the visual presentation of films with their game counterparts, and how to achieve better commercial effects when games are adapted into films. This article explores the rise and development of the crossover between movies and games, analyzing *League of Legends: Arcane* from aspects such as narrative, audio-visuals, and audience. It discusses the challenges of this crossover and proposes solutions, also forecasting future trends.

Key words: Crossover between movies and games; Game IP; Cross-media storytelling

“影游跨界”的难点及发展趋势

——以《英雄联盟：双城之战》为例

梁劲松 陈林颖

摘要: 随着互联网的高速发展，越来越多以游戏为核心的数字娱乐产业呈现出文化多业态融

作者简介：梁劲松，成都锦城学院艺术学院副教授，研究方向：媒体融合创新应用、影视节目制作；陈林颖，成都锦城学院艺术学院2019级毕业生。

文章引用：梁劲松，陈林颖。“影游跨界”的难点及发展趋势——以《英雄联盟：双城之战》为例[J]. 中国新闻评论，2024，5（3）：121-129.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0503011>

合与联动的趋势，“影游跨界”成为一条热门产业链，并且有着巨大的市场潜力，愈来愈多的游戏公司和影视公司加入其中。与国外相比，国内在这个领域还处于初级阶段，“影游跨界”联动面临着许多挑战，如游戏IP进行影视化时，如何成功进行叙事转换；影视作品中如何做到贴合游戏的画面呈现；游戏在影视化后，二者联合如何带来更好的商业效应等。本文关注“影游跨界”的兴起和发展，从叙事、视听和受众等方面对《英雄联盟：双城之战》进行剖析，探讨“影游跨界”的难点及解决对策，并展望其发展趋势。

关键词：“影游跨界”；游戏IP；跨媒介叙事

Copyright © 2024 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



影视与游戏是当下最热门的两种娱乐方式。“影游跨界”是指以某一游戏IP或多个游戏IP为原始素材，通过授权进行影视化改编^①，早期的游戏IP跨界运作来源于“ACG文化”（Animation—Comic—Game，动画—漫画—游戏）^②，随着整个游戏产业链愈渐完善，逐渐扩散到电影、电视剧、动画、漫画等多个行业领域，游戏影视跨界合作成为IP多领域拓展及商业化运作的一种方式。但并不是所有游戏IP都适合改编为影视作品，“影游跨界”存在一些先决条件，如游戏IP必须是一个成品，且有一定的市场认可度及粉丝基础等。除此之外游戏IP改编影视还要符合社会主流价值观，通过影视发行审核，满足影视对故事叙事的要求及其他技术要求。

一、“影游跨界”的兴起与发展

国外“影游跨界”主要集中在游戏IP电影化，如《生化危机》系列。国内“影游跨界”比国外要晚10年左右，在改编方式上以连续剧集为主，电影占比较少。2005年国内第一部游戏改编剧《仙剑奇侠传》问世，接着陆续推出了《剑侠情缘》《轩辕剑》《古剑奇谭》等，都取得了较好反响。国内游戏IP改编电影最初集中在动画电影，如《龙之谷：破晓奇兵》。2018年

① 孙淑萍，张安苒. 影游联动引领下游戏IP电影化的方式研究 [J]. 新媒体研究, 2020, 6 (15): 87-88.

② 赵欣悦. 游戏IP的跨界联动路径探究 [J]. 文化产业, 2022 (14): 47-49.

我国上映第一部真人改编电影《古剑奇谭之流月昭明》，随后在2020年与2021年分别上映了以游戏IP《阴阳师》为蓝本改编的真人电影《晴雅集》与《侍神令》，但票房都较为惨淡，口碑不佳。总之“影游跨界”已经成了各个影视公司与游戏公司重视的一块“蛋糕”，通过多种形式探索游戏IP的衍生价值，发现更多商业机会。

二、《英雄联盟：双城之战》跨界定位分析

《英雄联盟：双城之战》是“影游跨界”的一个代表作品，该动画剧集改编自游戏《英雄联盟》，2021年在各大视频平台上线，动画制作精良，极具视觉冲击力，受到游戏玩家和观众的喜爱。

（一）《英雄联盟：双城之战》的叙事定位

《英雄联盟》游戏背景由14个联盟、162位英雄构成，这是一个庞大的故事体系，联盟中的英雄与联盟有着各自的背景故事，游戏的叙事依靠众多背景故事展开。而影视的叙事需要找到一个平衡点，既能表现复杂的人物关系，又能清晰的叙事，最终将游戏特色与魅力带入影视作品中。

在改编时，将《英雄联盟：双城之战》打造为季播剧集，剧情主要选取了游戏里角色较多且有极大冲突的两个联盟——皮城与祖安，围绕四位角色展开故事，皮城里的两位科学家杰斯、维克托，以及祖安里的两姐妹蔚、金克斯。故事将重心聚集在人物之间的选择以及两座城市的发展之中，整个剧集采用常规线性叙事，交代了几位人物在成为英雄前的人物前传，与游戏基调一脉相承^①，无论是玩家和普通观众都能很好地理解剧情。同时《英雄联盟：双城之战》还从复杂的游戏故事中构建出了一个核心主题：英雄们为了一个更美好的世界，为了自己的信念，守护着自己的城邦，并为之战斗。由此可见，游戏IP的影视改编首先需要有一个包容性强的故事背景，其次是构建一个符合价值观的核心主题、一条完整清晰的叙事脉络，这样才能为剧情提供空间。

（二）《英雄联盟：双城之战》的视听定位

《英雄联盟》游戏中有着大量的动画特效，游戏地图、小兵、野怪、武器都有炫丽的皮肤与精致的模型，其中上百位英雄都有各自的技能特效、音效、画面、皮肤，在游戏过程中，能感受到视听特效带来的快感。

在影视作品中有数万张2D手绘原画的场景，皮城城邦被描绘得像19世纪蒸汽时代的威尼

^① 乔羽. 跨媒介叙事视角下游戏IP影视化的难点突破——以《英雄联盟：双城之战》为例[J]. 科技传播, 2022, 14(13): 105-107.

斯,充满生机,地下城祖安则是暗黑风,整体风格是蒸汽朋克与赛博朋克结合^①,两座城市的对比极具视觉张力,画面中充斥着金属、齿轮、发条、神秘药剂等蒸汽时代的经典元素,使动画具有一种未来感与废墟感。在人物绘制上极其细腻,细致到人物的每一滴汗水。动画中每个人物的配音十分贴合人物个性,在配乐与打击特效上也深得游戏精髓,背景音乐来自众多歌手与作曲家的原创,为动画增添了更多氛围。

（三）《英雄联盟：双城之战》的受众定位

《英雄联盟》游戏发布于2009年,在2016年游戏月活跃用户已达1亿。目前英雄联盟旗下IP相关游戏的月活跃人数总计达到了1.8亿^②,由此可知,《英雄联盟》这款游戏的用户群体非常庞大。

动画剧集不仅要将有玩家纳入观众群体,让游戏粉丝在其中找到游戏的影子,还要吸引普通观众群体,这就意味着《英雄联盟：双城之战》不能仅仅是游戏剧情的简单还原,应该通过叙事的冲突性和戏剧性,演绎出一个所有观众都能理解与认可的故事。

三、“影游跨界”的难点及解决办法

目前一些作品在“影游跨界”上取得了成功,但还面临着许多挑战。下面将从影游题材主流价值观的弘扬、故事的叙事转换、影游人物塑造、影游视听呈现四个方面探讨其所面临的难点及解决对策。

（一）影游题材应弘扬主流价值观

虽然游戏与影视有许多相似之处,但在形式上二者依旧是两种不同的视觉艺术。游戏与影视最大的不同点是,玩家通过游戏可以亲自参与,这是一种沉浸式的身体体验,玩家亲自参与游戏的打斗、操控游戏中的角色,因此许多游戏往往都有与欲望挂钩的元素,尤其是暴力与色情元素,这与当今愈发扁平化、低俗化的审美倾向有关。而影视作品也有低俗化、单一化趋势,从“影游跨界”的发展历程来看,不难发现目前游戏题材的改编大多集中在冒险类、仙侠类、武侠类等类型,很少有触及深层探讨人性的题材。在《英雄联盟》中一些角色的背景故事也包含着大量暴力与血腥元素,因此在改编时就要将这些元素进行正向转化,并赋予正能量。再如票房与口碑成功的《生化危机》系列,该游戏与电影都有着大量血腥暴力元素,影片将人与人

① 乔羽. 跨媒介叙事视角下游戏IP影视化的难点突破——以《英雄联盟：双城之战》为例[J]. 科技传播, 2022, 14(13): 105-107.

② NGA红叉区. 英雄联盟IP创下新的里程碑, 10月相关游戏月活跃达到1.8亿[EB/OL]. (2021-11-02) [2023-04-10]. <https://www.bilibili.com/read/cv13829712/>.

之间的暴力极度渲染，有些画面恐怖且猎奇，杀戮在影片中已经成为常态化。观众在观看时沉浸在过度刺激的感官体验中，从而对影片的评价仅仅停留在高度还原、完美视听等表层，并没深入思考影片所蕴含的道理，其实影片中还有许多对人工智能的思考与预言。

在进行“影游跨界”时，不光是要注意影视作品中刺激元素的含量，还应该当选择一个正确的游戏题材。游戏的题材分类相比影视要复杂许多，按游戏内容分大致有角色扮演类（RPG）、冒险类（AVG）、第一人称射击类（FPS）、策略与战棋类（SLG）、动作类（ACT）、格斗游戏（FTG）、模拟经营类（SIM）等^①。有些游戏并不适合改编为一部影视作品，比如一些过于血腥暴力的格斗类与冒险类游戏，这类游戏通常没有一个良好的价值观，仅仅是为了满足某些玩家的猎奇心理与浅显欲望。创作者们在选择游戏题材时要真切考虑游戏是否符合主流价值观，影视化后能否传播正能量、体现人性真善美，引人深思。由于游戏具有高刺激、高体验的特性，并且许多热门游戏都包含“18+”这一标志，意味着18岁以下不建议体验，游戏中血腥暴力等刺激的内容就与主流价值产生了冲突，在转换时要考虑如何弱化这些元素。以上正是“影游跨界”作品在作为价值导向上的挑战。

（二）影游叙事改编应有完整清晰的故事线

影视与游戏二者都具有描述故事情节、世界观、角色和场景的能力，但二者依旧有显著不同。其最大不同便在于它的“互动性”，这一互动性打破了常规叙事，使游戏叙事跳出常规意识形态，游戏的特殊叙事结构是由游戏叙事和玩家在游戏行为组合与补充而来的。按照玩家可控与不可控来划分，可将游戏叙事类型分为两大类：一是玩家可以参与控制，即游戏中的部分为非线性叙事；二是玩家不可以控制，即游戏为线性叙事。其中玩家可控部分就是造成影视与游戏叙事差别最大的原因。影视中叙事手法都以影视中的元素为主，考虑的是影视中的时间、空间、视点、结构等，观看者无法参与互动，因此在进行叙事转换时，应当考虑如何从游戏提供的故事提炼出一条令游戏粉丝与普通观众都能理解的故事线，保证与游戏世界不脱节，再考虑如何拓展故事内容，以何种方式叙事。游戏设计者王卫明认为，保持原游戏世界稳定的拓展方式有三种：颠覆式拓展，炒冷饭式拓展，无限制拓展。颠覆式拓展指保留游戏底色，游戏只是一个外壳，内核完全颠覆；炒冷饭式拓展指内核不变，只是改编一些外界因素^②，比如《魔兽》的游戏宣传片军团再临、大地裂变等，都是依靠一些邪恶力量挑起战争；无限制拓展指依照现有的世界一直延续，《最终幻想》系列就是如此。《英雄联盟：双城之战》是典型的炒冷饭式拓展，保留了游戏人物原有的故事与设定，将人物与人物之间进行有机串联，形成了一个叙事清晰与完整的故事

① 刘雨晨. “可玩的故事”——电子游戏的互动叙事研究 [D]. 中国美术学院, 2024.

② 游资网. 游戏的世界：世界观架 [EB/OL]. (2016-05-23) [2023-04-10]. <http://www.gameres.com/660124.html>.

事。如上所述，游戏故事在进行影视再叙事时，面临着叙事方法转换、叙事改编与拓展等挑战。

（三）影游形象应重塑角色性格特征

游戏中的人物造型是游戏的灵魂元素，一款深入人心的游戏背后往往都有着鲜明的人物形象，因此为能更好地还原游戏，影视作品在进行人物设计时大部分都会选择还原游戏人物造型。《古墓丽影》在进行选角时，导演在全球寻找与劳拉最相似的演员，最终找到了女演员安吉丽娜·朱丽^①。游戏中人物的劳拉出身于英国贵族，从小与父母参加考古探险，身手敏捷。因此演员在进行拍摄前接受了许多礼仪培训与体能训练。在人物着装上电影都基本还原了游戏。当然并不是所有的游戏人物都需要在影视上被完全还原，设计人物形象时要考虑是否符合影视作品画风与主题，在《英雄联盟：双城之战》中，主角蔚的形象就与游戏中不同，游戏中的人物身着钢铁制服，双手都带着充满科技感的铁拳。在动画中则是穿着有些破烂的红色衬衫，与她的处境正相符。动画播出后游戏粉丝也并无异议，甚至在游戏中还上架了蔚这款皮肤，销量颇高。由此可见在“影游跨界”中人物形象的塑造是非常重要的环节，合理转化游戏中的形象非常必要。

在人物形象塑造中最重要是对性格的挖掘。游戏只提供一些人物的背景、不同的角色造型、绚丽的打斗画面等，但这些并不足以塑造一个拥有完整人格的人物，角色没有独立性，一切都是玩家赋予的。而在影视中性格是塑造一个成功人物的灵魂，并且玩家会希望在影视中看到符合他们想象的角色，这就造成了一定的难点，在进行游戏人物再塑造时要充分考虑到人物性格特征。因此，“影游跨界”在进行人物塑造时一定要注意挖掘游戏角色性格、重塑游戏人物品格。

（四）影游视听呈现应打造真实的视听空间

影视作品所追求的是一种感官美学，在影视中，我们通常通过视听体验来获得感官刺激，但网络电子游戏不仅为玩家提供感官刺激，最重要的还是直接沉浸和非反思性的身体美学^②。游戏与影视作品的呈现方式大为不同，在游戏的虚拟现实世界中，玩家拥有的游戏人物只是自己的虚拟身体，而在影视作品中，一切形象都是由制作者安排的，一方面玩过游戏的观众失去改变权，另一方面要考虑未接触过游戏的观众是否能接受。游戏与影视相比，更注重让玩家产生沉浸式的游戏体验，视听冲击力远超影视，游戏中的效果是紧贴玩家所控制的人物的状态的。而影视作品则是通过一定的剪辑规律剪贴画面将最终成品呈现出来，精美逼真的视听都是固定的。游戏《英雄联盟》中也有这些沉浸式体验，英雄击杀特效、出场特效等都能立即生效，而在影视作品中，这种效果是无法及时反馈给观众的，需要利用先进技术做出足够炫酷的特效。

① 王博. 电子游戏与电影的跨界、融合与互动 [D]. 哈尔滨师范大学, 2017.

② 王晓. 影视与电子游戏之间的产业融合性研究 [D]. 陕西师范大学, 2013.

除了考虑画风与听感还原外,制作者还需要考虑使用何种技术还原游戏所呈现的虚拟世界。游戏的制作以数字技术为主,常带有真实世界的场景,比如电影《魔兽》在还原世界时,制作团队主要采用实拍加合成修复后的CG技术,拍摄时总共拍了90个不同大小和复杂程度的场景,100多个舞台,其中阿尔文森林是建造的最大,也是最完整的场景之一,共1800平方米。全片中上千个特效镜头,都是在演播室通过真人、真人布景制作出来的,耗费巨资才还原出一个玩家和观众都满意的影视世界。

由此可见,“影游跨界”所面临的视听挑战,主要集中于游戏本身画风与影视作品视觉风格是否和谐,以及游戏中的各种听觉刺激与影视作品中的配乐、配音是否兼容等。

四、“影游跨界”的发展趋势

随着社会的进步与发展,人们的精神需求在不断提高,“影游跨界”需要不断推出优质作品丰富人们的精神生活。下面将从IP产业链整合、题材契合主流价值观、文化圈层融合、视听虚拟交互、跨界营销五个方面进行探讨。

(一) IP 产业链整合

对于好的游戏IP来说,打造一个专属自己的“IP宇宙”,对提高经济效益和宣传IP文化都是有好处的。许多知名IP纷纷构建起了自己的产业链,进行着更多的突破。其中最经典案例就是美国的“漫威宇宙”,从2008年上映《钢铁侠》到2019年上映《复仇者联盟4:终局之战》,漫威公司用十年左右的时间在全球刮起了漫威热潮。虽然漫威公司由漫画起家,后影视化,再游戏化,它的成功证实了形成IP产业链的必要性。

“影游跨界”能带来更大的商业效益。成功的影视化作品让游戏IP进入主流文化,被更大范围的人们所接受,实现了游戏IP的产业链增值。以《英雄联盟》为例,除了在影视与游戏赛道上进行策划推广,还扩展到了音乐与虚拟偶像赛道,推出了由游戏中的角色组成的偶像团体K/DA,发行了不少热门单曲,并在年度全球《英雄联盟》总决赛现场演唱,形成了以游戏、影视、音乐为主的一条较完整产业链。

从IP产业链的长远发展来看,在坚持制作精品游戏的同时,充分利用其他赛道,如音乐、动画、虚拟偶像等,将概念游戏多元化拓展,虚拟世界与真实世界交融,梦幻与现实沉浸式体验,打造完整的IP产业链,建立属于IP自身的生态系统,通过多层次的跨界延伸,形成相对独立综合性的文化产品。

(二) 题材与价值观契合

目前,部分影视作品存在过度娱乐化和同质化的倾向,“影游跨界”在改编时要注意题材

的选择与当代主流价值观契合，既反映作品的价值取向、艺术审美，又与市场相结合，这样的作品才能得到广泛传播。国内人们熟知的《仙剑奇侠传》系列正是一个成功的案例，该系列结合了游戏的架构和角色，讲述了一个触动灵魂的武侠故事，代表了世人羡慕的侠义世界。价值观正面积极，其中传递的美好情感正是当今快节奏社会人们所企盼的——对未来充满信心、对美好事物的向往以及为正义牺牲的勇气。《仙剑奇侠传》系列正是打动了观众心中的情感，至今仍是观众们难以忘却的记忆。

近年来，除了《仙剑奇侠传》系列外，还有许多作品受到观众们的喜爱，观众能从中找到精神归属及正确的价值观导向，如《古剑奇谭》《魔兽》《英雄联盟：双城之战》等，其中都蕴含着强烈的情感与精神价值。

（三）文化圈层融合

目前市场上很多人把有知名度的东西都叫IP，更精确地说，IP实质就是经过市场验证的用户情感承载，或者说是在创意产业里面，经过市场验证的用户需求，“用户情感共鸣”是这个概念里的核心元素，它不仅仅是一种符号，更是知识产权和创意产业里面代表的情感^①。“影游跨界”作品拓宽了受众，将不同圈层的受众进行融合。这一模式的出现不单单是将商业利益最大化，也是一种用户情感的转换，将玩家对游戏的情怀转移到影视，产生互动，进而带动更多人参与。能够进行深度挖掘开发的游戏IP，其价值是高于游戏本身的。游戏《英雄联盟》凭借精美的画面、鲜明的英雄人物形象，吸引了不少年轻受众，同时还推行了动漫、同人作品等，以二次元形式进行了进一步的跨圈层、跨次元的融合，带来了更大的突破。

随着“影游跨界”群体的日益增长，影视作品是除了游戏之外互联网用户最能接受的形式之一，其中的动画作品更易于吸引青少年群体。对动画作品进行二次创作，如cosplay、同人创作、广播剧等，都是突破文化圈层，进行融合的有效方法。

（四）视听虚拟交互

随着5G、AI、AR、VR等技术的发展，“影游跨界”在两者之间的差异也正在慢慢缩小，将影视或游戏打造成虚拟中的真实世界，给观看者沉浸式体验是许多影游公司追求的目标。影视与游戏在互相借鉴，这正是“影游跨界”在形式上的一大突破。如近几年上映的《头号玩家》与《失控玩家》，虽然不是以游戏IP进行创作的影像，但导演在创作中借鉴了游戏的一些特征，如高互动性、高体验性。使观众在观看电影的同时又能体验到游戏的魅力。

从当前的媒体技术的发展趋势来看，媒体融合将成为常态。各种新技术的出现，使不同媒

^①程武，李清. IP热潮的背后与泛娱乐思维下的未来电影[J]. 当代电影, 2015(9): 6.

体间呈现和传播同一 IP 内容成为可能，不同媒体之间的界限愈发模糊，增强了同一内容在不同媒介之间的流动性，为跨媒介叙事提供更多路径。

（五）跨界营销联动

采用多种媒介渠道扩大市场范围，是游戏 IP 运营的重要方式。不同形式的媒介将叙事文本进行转述和延伸，形成交互式叙事网络，既凸显出与原叙事文本的相互关联，又形成相对独立的文化产品^①。不同的媒介都可以利用自身的特点来宣传游戏 IP。从本质来看，所有的叙事都是围绕着同一故事，所有的跨界营销分支都是对游戏 IP 本身进行更丰富的宣传，进而实现 IP 的增值。《英雄联盟：双城之战》在跨界营销联动上为行业带来了突破。在临近开播前，拳头公司除了在各主流媒体视频网站投放宣传，还在纽约、巴黎、莫斯科、北京等不同国家的标志性城市上投放巨型广告牌和预告片，甚至在 NBA 球赛中场休息时投放宣传片。动画的主题曲由知名摇滚乐队梦龙乐队演唱，中国区主题曲由知名歌手陈奕迅演唱，并在 Instagram、TikTok、抖音等社交平台掀起配乐风潮^②。此外《英雄联盟：双城之战》还进行了一些联名，如与万智牌合作发行相关卡牌等。

跨媒体营销联动可以最大限度调动受众的积极性和参与度，有助于加深消费者对产品的记忆，确保消费者产生情感共鸣，形成跨媒介消费模式，培养消费习惯，最终通过联动打造以 IP 为核心的生态空间。

五、结论

游戏与影视在当今社会生活中占据着重要的位置，《英雄联盟：双城之战》是一部值得整个行业借鉴的佳作，它的叙事、视听、受众转换、市场营销都是值得学习的。在“影游跨界”的运作模式中，如何让不同媒介融合、如何处理两者的差异、如何让故事在不同媒介中流通，是每一个创作者在进行 IP 改编时必须思考的问题。跨媒介合作更是打通整个 IP 产业头部与尾部，推动一个统一的、协调的商业系统形成的过程。

“影游跨界”在不断地探索适合国内的发展路径，在这个过程中必须注重不同艺术形式的内容创作和整合方法，在保持游戏 IP 独特价值的基础上，重构具有影视美学特征的游戏内容和游戏形象，完成优质内容在不同媒体的相互转化，加入符合时代主流价值观的新创意。

① 李文文，朱丹红. 跨媒介叙事视域下网络游戏IP的运营模式研究——以《阴阳师》为例 [J]. 新闻知识, 2020 (6): 4.

② 李文宁，徐如钰. 从游戏到动画：IP改编的成功探索——评析动画《英雄联盟：双城之战》 [J]. 中国电视, 2022 (5): 108-112.