

# “唱响新时代”河南省群众合唱大赛 新乡选拔赛举行

本报讯(记者 陈曙光)为了更好地满足人民群众高品质精神文化需求,激发奋进新时代的壮志豪情,8月23日晚,由市委宣传部指导,市文化广电和旅游局、市教育局主办,市群众艺术馆承办的“唱响新时代”河南省群众合唱大赛新乡选拔赛在市政府南广场举行,来自各县(市、区)的9支合唱队伍欢聚一堂,

用歌声共庆新时代。

比赛现场,各参赛队伍身着统一服饰,精神饱满、激情放歌。先后演唱了《伟大的中国伟大的党》《在希望的田野上》《我们的生活充满阳光》等17首脍炙人口的经典歌曲。这些歌曲中既有歌颂党、歌颂祖国的经典歌曲,也有反映新时代、新气象的现代歌曲,每一首歌

曲都充满了正能量,充分表达了群众对党的热爱和对祖国的祝福。

“参加此次合唱大赛不仅是一次展示自我、锻炼队伍的机会,更是一次深刻的思想教育和精神洗礼。”参赛成员纷纷表示,今后他们将以更加饱满的热情和更加坚定的信念,继续唱响新时代的主旋律,为我市的群众文化事业贡献

自己的力量。

此次“唱响新时代”群众合唱大赛的成功举行,不仅丰富了市民的文化生活,也展示了我市群众文化的繁荣景象。下一步,我市将继续举办更多类似的文化活动,为广大市民提供更多展示自我、交流学习的平台,推动全市文化事业的持续繁荣发展。

## 两个村子发奖金 尊师重教好风尚

### 获嘉县亢村镇亢北村出资11万元奖励优秀师生 对优秀学生和教师进行奖励 村里的学习氛围更加浓厚了

本报讯(记者 刘志松)8月22日,获嘉县亢村镇亢北村举行2024年本科大学生暨优秀学生代表表彰大会,当场发放奖金11万元(如图)。

这次表彰颁奖大会,为本科以上学历及考上重点高中的学子发放奖学金,为亢村镇一中和亢北小学的优秀学生发放奖学金,并且对亢北小学的优秀教师进行表彰奖励,同时还颁发了亢北村先进人物荣誉证书。

亢北村的赵恩泽今年考上了大连理工大学,领到了村内发放的5000元教育奖学金,这笔奖学金对他来说既是奖励,也是鼓励。他说:“非常荣幸获得村里发放的奖学金,我一定会在以后的学习道路上,继续努力学习,拼搏向上,回馈社会,回报家乡。”

“对大学生进行奖励,我们村已经坚持了十多年。去年,我们村又加大了奖励力度。通过对优秀学生和优秀教师进



行奖励,村里的学习氛围更加浓厚了,教学质量提高了。”亢北村党总支书记李胜才告诉记者。

据了解,亢北村今年共表彰奖励优秀教师16名、小学和初中优秀学生65名,考上重点高中的学生10名,考上本科以上的大学生25名,共投入奖金11万元。

### 高新区: 扎实推进 改厕工作 改善农村 人居环境

本报讯(记者 陈曙光 通讯员 李洪鑫)

8月25日,记者从高新区社会事务局获悉,为进一步巩固和扩大改厕成果,改善农村人居环境,提高群众生活质量,该局把农村“厕所革命”作为改善农村人居环境、促进民生事业发展的重要抓手,扎实推进农村改厕工作不放松,进一步保障按时限要求,保质保量完成改厕任务。

高新区社会事务局通过定期召开改厕推进会、培训会、现场会,让镇村干部充分认识到农村改厕工作的重要性,站在为老百姓办实事的高度,以更高的标准、更严的要求、更规范的操作,扎实推进农村改厕工作,并通过多种方式加大农村改厕政策宣传力度,宣讲农村改厕的好处,营造良好的舆论氛围,激发群众参与改厕的积极性。

同时,将改厕工作纳入重要工作日程,周安排,日调度,倒排工期,压茬推进,排定时间节点,形成一级带一级、一级抓一级的工作组织保障机制。引领示范到位。及时对已改厕农户进行验收,定期督导、分片推进,确定专人负责改厕施工质量监督,完成一批验收一批,把好竣工验收关,发现问题及时整改到位,确保做到“建好一个、管好一个、用好一个”,以点带面,全面推进,力争通过典型作用和辐射能力,把改厕工作整体推向深入。

# 《黑神话:悟空》销量超过1000万套

新华社深圳8月24日电 深圳市游科互动科技有限公司发布消息称,截至8月23日21点整,《黑神话:悟空》全平台销量已超过1000万套。

《黑神话:悟空》是一款《西游记》题材的中国国产“3A”游戏,由深圳市游科互动科技有限公司制作。“3A”游戏一般

指高成本、高体量、高质量的单机游戏作品。此前,这一市场主要被日本、美国、法国等国的游戏公司占据。

游科互动发布的数据显示,《黑神话:悟空》全平台最高同时在线人数达300万人。在线上线下,《黑神话:悟空》及其周边均受到广泛关注。如《黑神话:

悟空》带动了相关硬件设备的销售,相关硬件设备的搜索量在电商平台显著增长。《黑神话:悟空》在全国选取了多个景点作为游戏背景,不少景点在网络旅游平台的搜索量持续增加。

业内人士表示,《黑神话:悟空》画面精美、制作优良,折射了中国游戏产业的

快速发展。同时,这款取材于中国古典文学名著的游戏,反映了中国文化的吸引力。《黑神话:悟空》的成功会带动国内其他公司参与进来,更多采用中国文化、中国IP进行游戏制作,通过新表达反映传统文化旺盛的生命力。

## 悟空 火了

### 做直播的赚了,卖电脑的赚了,搞旅游的也赚了…… 网店“吃肉” 主播“喝汤”

8月20日,国产游戏《黑神话:悟空》一经上线便在游戏平台热卖,赚得盆满钵满。几天过后,人们发现赚的不仅仅是游戏,做直播的赚了,卖电脑的赚了,搞旅游的赚了,卖咖啡的赚了,就连卖咖啡的也赚了……这种“现象级”的表现,让不少人第一次意识到,一款优质游戏能为周边产业带来多大的价值。

#### 周边产品 抢咖啡套餐 转手就能赚二三十块

“预算7000元,玩猴,可以推荐一下配置吗?”“预算5000元到5500元,想要流畅运行黑猴这样的3A,谢谢啦”……近段时间,装机网店店主小宅经常能收到类似的咨询。顾客口中的“猴”“黑猴”,正是刚刚推出的大热国产游戏《黑神话:悟空》。

“从8月15日开始,店里的生意就越来越火了,20日游戏发售那天,我们单日的浏览量和咨询量都比前一天涨了三成。”小宅介绍,《黑神话:悟空》作为一款大制作的游戏,如果是用电脑玩,想要流畅运行或者享受更高的游戏画质,对电脑的硬件有一定的要求。也正因如此,才会有这么多顾客来店里咨询如何升级配置。“咨询量多了,卖得也多了,从15日到21日,我们7天的营业额已经超过8月上半月15天的营业额了,甚至还增长了一倍左右。”

借着游戏的东风,不仅做装机生意的店家“吃上了肉”,网上做数码测评的

主播也跟着“喝了一大口汤”。记者在视频平台上看到,一名测评主播8月以来发布的视频播放量普遍在10万到30万,但其中一条“什么笔记本能畅玩《黑神话:悟空》”的视频,短短一周播放量就破了百万。

电脑等电子产品和游戏紧密相关,卖得多一些可以理解,但你能想象咖啡也因此卖得更火了吗?据了解,一家咖啡品牌在《黑神话:悟空》游戏上线之前就达成了联动合作,并上线了联动套餐。记者在点单程序里查看了多家门店,联动套餐都已售罄。

“现在都没货,第一天就卖完了。”一家门店的店员告诉记者,目前店里有两种产品,一种是联名咖啡,可以正常购买。而另一种联动套餐,包含两杯咖啡和一张游戏周边产品“闪卡”,刚上线不久就被抢空了。“我们也不知道什么时候能补货,您只能多关注手机。”

为何联动套餐如此火爆?记者看到,

#### 游戏直播 “首波”热度高 主播一天涨粉数十万

根据游戏平台STEAM的数据显示,8月20日游戏发售当天,同时在线玩家数一度突破220万。8月22日,这一数字更是突破了241万,排名单机游戏历史第一。有网友戏称,“如果按十万天兵来算,每个天兵要对战不止20只猴子。”

玩家狂欢的同时,还有很多人正通过另外一种方式关注着这款游戏——看直播。

“我已经买了游戏,可自己操作太差,所以先看别人的视频过瘾。”小武介绍,关注游戏直播的爱好者主要分为两类,一类像他一样,自己玩游戏的同时,会关注主播的玩法、攻略,扩充对游戏的了解;另一类爱好者自己不玩游戏,只是看直播、视频,他们也被称为“云玩家”。

玩家对游戏的热爱,让游戏直播热度倍增,《黑神话:悟空》持续霸榜各大直播平台,甚至许多非游戏类主播也加入游戏直播的阵营,其中,不乏围棋手柯洁一样的“圈外人”。

直播的火热,也创造了一系列“名梗”。如网红主播“张大仙”在直播游戏过程中,因“暴3D”产生恶心等症状,被迫停播休息,被网友称为“黑神话的首个受害者”。

数据显示,截至发稿时,抖音“#黑神话悟空”话题播放量达到211.4亿次,快手“#黑神话悟空”话题播放量达到32.6亿次。由于这款游戏是“剧情+通关”的单机模式,从游戏类型来说,往往是“第一波”刚发售时直播热度最高,有主播为了争抢流量,打出了“不通关不下播”的口号,一天之内收获数十万粉丝。

作为一名“云玩家”观众,张洋这几天足足看了3个多小时的直播,眼瞅着主播打败“灵虚子”“金池长老”,自己也跟着激动了半天。给他留下深刻印象的,不仅仅是独具特色的人物、剧情,还有游戏中风格各异的场景与不断出现的中国元素,“看直播感觉就像是看电影一样,黄沙枯树配上陕北说书,这氛围感真是绝了。”

#### 文旅景点 客流涨300% 热度是机遇也是考验

游戏里各种颇具真实感的场景,都是从哪里来的?记者看到,早在2021年游戏测试阶段,就有玩家对游戏内容展开了考据,发现有些场景取材于现实景点。之后随着更多游戏内容的放出,经陆续统计,游戏在国内至少有36个取景地,其中有27个来自山西。

网友对游戏感兴趣,文旅部门自然不会放过这份热度。早在去年,山西省文旅厅就发布了一条“集齐游戏取景地”的视频,介绍了游戏中有哪些画面取材自山西的景点,视频目前的累计播放量已超过200万。

而在游戏发售并爆火之后,山西文旅的抖音账号更是趁热打铁,在22日晚发布了“跟着悟空游山西主题线路”推荐视频,其中涵盖了云冈石窟、悬空寺、应县木塔、鹳雀楼等多个取景地。视频发布不到一小时就一举登上了抖音搜索热榜,显示有超过

4000万人在看。除了山西之外,重庆、山东济南等地的官方账号也发布了文章,向网友推荐大足石刻、灵岩寺等取景地,欢迎游客前来打卡。

游戏里热度不断、游戏外借势宣传,在这种“里应外合”之下,旅游小热潮自然到来。飞猪平台数据显示,8月20日游戏上线当天,山西旅游热度环比上月翻倍,其中多个游戏取景地热度更是纷纷飙升。

这一波热度和流量,对景区既是机遇也是考验。游戏中,一句“小西天土地在此恭迎天命人”的台词,就让不少“好事网友”奔赴山西临汾隰县小西天景区。工作人员介绍,景区8月20日的客流量相比去年同期增长了300%,这两天更是已经超过了景区的接待能力,人多的话会限流,后续计划对景区的检票和售票系统进行提升。

据《北京晚报》



◀德国2024年科隆国际游戏展上《黑神话:悟空》的模型  
新华社发