

用互动游戏讲脱贫故事，这创意“亮”了

新华网破亿爆款创意互动视频《“鬼先生”和最后的女猎人》，带给玩家满满的脱贫攻坚参与感

融媒故事

由新华网推出的RPG（角色扮演游戏）创意互动视频《“鬼先生”和最后的女猎人》，累计访问量高达1.13亿，收获点赞无数

正如许多网友所言：能玩到一款高水准的扶贫主题游戏，居然还是国家通讯社出品，这样奇妙的体验还是第一次



扫描二维码，看不一样的扶贫主题游戏

本报记者刘小草

遇到野猪，你要如何选择：

A. 放它一马 B. 攻击野猪

对于任何一位普通游戏玩家来说，这样的选项一定不会陌生，它经常出现在各类RPG（角色扮演游戏）场景中。

但你恐怕很难想象，这样的对话会和脱贫攻坚故事有关。

点击选项“攻击野猪”，玩家操控的拉祜族女猎人使出一套华丽的“滑铲”“回旋踢”，不仅战胜了野猪，还能收获丰富的战利品；

随着剧情的推进，女猎人会遇到种种困难，需要学习“种植技术”，以及“认字”“养猪”“算术”“网购”等“知识技能”，提升实力；

“属性值”全方位强化的女猎人，种出一排排茶树，成功“转行”，游戏顺利通关……

这是一款开创性的互动视频产品。它将真人拍摄与三维场景虚实结合，使用角色扮演类和模拟经营类游戏画面风格，讲述贫困地区里“鬼先生”和女猎人通过“转行”脱贫致富的故事。

2月24日，这款由新华网推出的RPG创意互动视频《“鬼先生”和最后的女猎人》，在新华网首页、新华社客户端、新华社微信公众号、B站等平台同步播发，累计访问量高达1.13亿，收获点赞无数。

正如许多网友所言：能玩到一款高水准的扶贫主题游戏，居然还是国家通讯社出品，这样奇妙的体验还是第一次。

“接地气的绝妙尝试”

“这就是传说中的国家队讲故事的水准吗？爱了爱了。”

“好家伙，我直接好家伙！足足玩了四遍，过完所有剧情，让我目瞪口呆。”

“这游戏要是出了，我氪金！”



RPG创意互动视频《“鬼先生”和最后的女猎人》海报及游戏画面截图。

图片来源于新华网

“我愿称之为超级接地气的绝妙尝试！”在网友的频频点赞中，创意和故事无疑是高频词汇。

一个好产品是创意重要，还是故事的内核更重要？

在《“鬼先生”和最后的女猎人》编剧陈凯茵的眼中，真实才是感人的基础，也是网友认为创意产品“接地气”的根本原因。

游戏中“鬼先生”和“女猎人”的故事原型，取材于新华社两篇优秀的报道《“鬼先生”转业》和《当幸福来敲门最后的女猎人》。

一个是千字短文，一个是4分半的短视频，两篇报道篇幅都不长，共同点是“干货”满满。

“最早注意到的是‘鬼先生’，真的很惊艳，故事有画面感，充满了戏剧冲突，就把这篇稿子放心上了。”

回忆起创作缘起，陈凯茵将时间追溯到了与“鬼先生”的第一次“相遇”。

“后来为脱贫攻坚产品撰写剧本时，我第一时间就想到了它；在团队里分享了这篇稿子后，大家都很认同这样的好内容，一拍即合。”

为此，她和原稿记者一次次见面，聊细节，扒素材，只为了能更深刻地理解主人公的心路历程，理解他与扶贫干部的关系。

从小故事、小切口入手，主创团队将故事中的亮点与感人之处再“提亮”并进行艺术化“放大”。让受众在体验产品的过程中，不由自主地体会到报道中主人公所处的困境与他们所发挥的主观能动性。

“新华社是一个内容富矿，需要我们深度挖掘。”陈凯茵说，“这两篇原本本身就很难打



动人，是整个产品的基础。”

仅前期策划环节，团队就花了一个月。从确定故事和主人公，确定表现形式，分镜头脚本撰写，到绘制故事板、堪景、购买服装和道具、细化拍摄方案，每一个环节都经历了反复打磨。

“首先要体现扶贫干部帮扶、困难群众通过自身努力实现脱贫的过程；其次故事要有趣，足够吸引人但又不能过于出格；再次，这些内容还要能通过我们的技术力量实现；最后就是成本能控制得住。所以脚本反复修改。”导演魏文彬说。

最终的作品，融合了两个人物的共性——如何从已经淡出历史舞台的行业顺利“转行”，摆脱贫穷落后的命运。

游戏中，玩家可以选择角色，以第三人称视角体验整个故事，在关键节点作出选择，决定剧情走向，和主角一起体验脱贫经历。

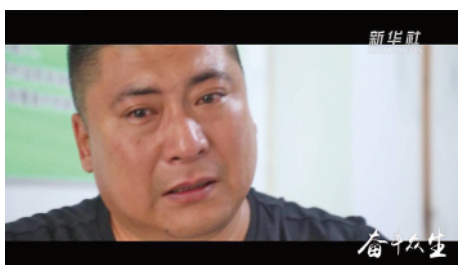
“脱贫攻坚离不开每个中国人的付出。”让每一位玩家都有更强烈的参与感，从而在剧情的选择中，不断强化对脱贫攻坚艰难的真实体验。

在最后的长卷部分，团队更是融入了众多脱贫攻坚的“真”英雄故事。一张张真实面孔，将玩家拉回现实。

在趣味互动中深入了解脱贫之不易，也为游戏增添了几分“厚重感”和“人情味”。

“爆款”背后，是创意、专业、细节的反复打磨

制作这样的一款融媒产品，到底难在哪儿？



“宏大议题下要不失感动！”
“严肃中带着些许活泼！”
“形式一定要新！新！新！”
“只有3000元预算，却要有弩、有挖掘机、有小树林？还要有真人PK野猪狗熊？”

魏文彬用了一个“网红”词汇来总结：“五彩斑斓的黑。”

他笑着解释：“现在这个词成了不合理要求的典型。三维里有一种材质属性叫‘各向异性’，就是可以调出五彩斑斓的黑。”

办法总比困难多。创意和专业相结合，“五彩斑斓的黑”也并非“痴心妄想”。

为了达到游戏画面的质感，他们采用无人机、三维动画特效和真人实拍结合的手段。无人机的跟踪功能让镜头与角色保持相对位置，呈现出游戏常用的“上帝”视角。

而对于演员和场地要求高的“上帝”视角画面，他们则在新华媒体创意工场楼下搭建起绿幕，由身边的同事客串出演游戏NPC（角色），摄像师在二楼平台上人工手持拍摄。

后期三维制作出部分虚拟场景，更好地还原了故事中的情节。

预算有限，他们在策划环节就仔细评估。

“懂行的观众会发现，我们有的场景是真实的，有的场景是真实地面结合三维虚拟建筑和植物，有的场景完全是虚拟的三维场景。这都是在前期策划仔细评估过的，目的是达到最好效果的同时最省成本。”魏文彬说。

“鬼先生”到村里开会那场戏，服装是导演托亲戚从山东老家寄来的旧衣服，二三十年前的“流行”服饰穿上身，一秒“穿越”，前来客串的同事们当场乐开了花；

扶贫干部找男主谈话那场戏，背景里气宇轩昂、头顶Lv.1（等级一）的公鸡，居然是身价百元的“真鸡”出境……

有趣的细节里饱含着满满的诚意。

负责“武打戏”的“女猎人”钱琪莹，平时喜欢健身，动作灵活，却也排练了两个下午，才终于学会了两段充满游戏风格的武打动作。而最终在后期“炫酷”的动画特效加持下，女猎人成为游戏中最“吸睛”的存在。

为了配合不同平台的属性和传播形式，团队成员还细心地制作了交互版本和无交互版本，全面覆盖不同人群的需求。

创新，永远在路上。如何让老题材焕发新生机，是面对重大选题报道时最常见的问题。

用“游戏”的方式活泼表现扶贫这个重大选题的“高大上”，使其贴近受众，是新华网用RPG（角色扮演游戏）创意互动视频《“鬼先生”和最后的女猎人》寻找到的解决办法。

融媒选粹

两会来了，你最关心啥



扫描二维码，参与互动，并留下你的建议和期许



2021全国两会召开在即，你对哪个话题感兴趣，“居民收入”“国民教育”“住房保障”，还是“乡村振兴”？

快打开页面，点击关键词参与互动吧。

初心不灭 芳华永恒



她用热血青春，诠释了共产党人的初心使命；她用最美芳华，谱写了新时代的奋斗之歌。

她，就是扶贫干部黄文秀。

扫描二维码，了解全国脱贫攻坚楷模黄文秀的故事



张伯礼：会迎来美好春天



扫描二维码，看别开生面的5G沉浸式多地跨屏访谈



全国两会前夕，北京——新华社新立方智能化演播室，天津——天津中医药大学实验室，一场别开生面、异地同屏的访谈开始了。

立体动感的沉浸式场景、身临其境般无延迟对话，在北京的主持人瞬间“穿越”至天津中医药大学的实验室，专访全国人大代表、中国工程院院士、天津中医药大学校长张伯礼带来关于疫情防控的新消息。

绞刑架下精神永恒



中国国家博物馆展览大厅里，摆放着一件国家一级文物，它是中国共产主义运动先驱李大钊就义的绞刑架，编号为0001。

扫描二维码，了解文物背后的故事



一亿人的脱贫故事 | 第三集：奋斗众生

脱贫攻坚的壮阔历程凝聚着无数人的智慧和汗水，基层扶贫干部、致富带头人、贫困户众志成城，勠力同心，一个个感人至深、催人奋进的故事，展现了“奋斗改变命运”的众生图景。

党的十八大以来，脱贫攻坚力度之大、规模之广、影响之深，前所未有。

打好脱贫攻坚战，关键在人。

近年来，国家向贫困地区选派了大批干部和人才，这些同志肩负重任，同当地基层干部并肩战斗，带领贫困群众脱贫致富，用自己的辛苦换来贫困群众的幸福，诠释了扶贫干部的担当和情怀。

攻坚路上，有女承父业继续前行的勇气。

也有父亲，无法陪伴女儿成长的遗憾。

有已经到了奶奶的年龄，却依然为民奔波的坚守。

也有正值青春，却定格芳华的悲痛。

在决战贫困的“战场”上，扶贫干部们践行习近平总书记的要求，真抓实干、坚持不懈，真正把让人民群众过上好日子作为自己的奋斗目标。因为他们的到来，千难万难。

“头雁”领飞“群雁”随，致富带头人在脱贫攻坚战场上不断涌现。他们既是激活经济的“催化剂”，更是拉动群众脱贫致富奔小康的“火车头”。

扶贫先扶志，贫困群众是脱贫攻坚的对象，更是脱贫致富的主体。只有激发他们的内



总策划：刘思扬
总监制：刘刚
出品人：孙志平
监制：张平锋
统筹：李杰
编导：李佳琳
记者：马志异、赵阳、张梦洁、袁全、李海伟、金剑、赵玉和、吴鸿波、周永穗、郭刚、杨静、白斌、宋育泽
配音：王帅龙
视觉：夏勇
书法：王耀
新华社音视频部出品

扫描二维码，看新华社推出的脱贫攻坚纪录片第三集《奋斗众生》

