

“

游戏圈迎来了一场狂欢。8月20日,首个国产3A游戏大作《黑神话:悟空》在全球同步上线,并迅速占据多个平台的销量榜首。游戏平台Steam发布的数据显示,截至当日下午4点,该游戏有超过140万名玩家在线。

作为国内首个3A大作,该游戏无论在游戏圈内还是圈外,都成为现象级的存在,同时也在资本市场掀起浪潮。有网友认为,这款现象级产品开启了国产3A游戏元年,它在中国游戏产业实现突破的同时,也为全球玩家提供了了解中国文化的新途径。

这个备受期待的“悟空”,究竟是从哪“蹦”出来的?在技术突破之外,它还实现了什么?

上线首日火爆出圈,引发玩家、资本市场狂欢

《黑神话:悟空》

开启国产3A游戏新纪元?



《黑神话:悟空》游戏中悟空的形象。图据新华社客户端

游戏大火

上线6小时吸引超140万人在线

《黑神话:悟空》的故事背景源于经典名著《西游记》,一经披露就吸引了广大游戏迷的注意。游戏发布前,各类相关话题在全网浏览量已破35亿。

8月20日上午10点,大量游戏玩家准时涌入《黑神话:悟空》。截至下午4点,有超过140万人在线。有玩家在第一时间尝试后表示,体验感很强。

据游戏科学CEO、《黑神话:悟空》制作人冯骥此前透露,该游戏每小时游戏时长开发成本超过2000万元。团队预估整体游戏时长20个小时以上,开发成本至少需要3亿元至4亿元。

有数据显示,该游戏的预售销售额已突破4亿元。

在其线上官方旗舰店中,该游戏上架了收藏版和豪华版两种规格的限量实体游戏礼盒,定价分别为1998元和820元。即便价格不菲,前两轮预售也有近百万人预约抢购。

目前,这两款实体游戏礼盒早已售罄。在二手交易平台,价值1998元的收藏版礼盒已有卖家标出10倍以上价格,甚至有卖家要价近3万元。

极高的人气,配合强大的宣传,也让不少品牌想来“蹭”热度。几天前,《黑神话:悟空》与瑞幸咖啡合作推出联名饮品“黑神话腾云美式”以及3D限定海报等周边套餐。据介绍,8月19日上午,其联名的限定海报套餐已售罄;“黑神话腾云美式”也已销售超过10万份。

此外,游戏手柄厂商八位堂和飞智



8月20日,游戏爱好者在杭州一家索尼门店通过游戏机体验游戏《黑神话:悟空》。

新华社发

联名与《黑神话:悟空》达成了官方合作。滴滴青桔、吉考斯工业、海信视像等也加入到联名营销队伍。

同时,该游戏上线前后的热度也在资本市场卷起了千层浪,游戏概念股跟风上涨,其中浙版传媒、华谊兄弟等相关概念股连续涨停。

重大突破

打破3A游戏被国外垄断的局面

游戏领域中的“3A”通常是指:大量的金钱(A lot of money)、大量的资源(A lot of resources)、大量的时间(A lot of time)。因此,3A游戏被认为是游戏工业皇冠上的“明珠”。在过去,这个领域一直被外国公司垄断。

曾有网友提出疑问,随着我国综合国力的不断提升,从国产大飞机上天、嫦娥六号着陆月背,到《流浪地球》、剧版《三体》全球叫座,为何游戏领域却一直没有实现突破?

冯骥认为,在国外单主机游戏起步之时,国内消费能力和技术水平有限。

进入网络时代后,网络游戏迅速成为主流消费习惯,单主机游戏因此被视为小众游戏,研发团队开发意愿不强。近十年,中国人的消费水平和个性化消费需求不断提升,对游戏产品提出更高要求。在技术层面,市面上逐渐成熟的开发工具,也可以支撑一款比肩国际一流水准的产品面世。

即便占据天时地利,但距取回“真经”,冯骥和他的游戏科学团队还面临“九九八十一难”。

“幸运的是,我们的主创团队成熟稳定、信念一致。大家在下定决心做这款产品后,都感到释然。”冯骥说。

标杆意义

用世界品质讲好中国故事

看过实机演示视频的观众,都会被游戏中逼真的画面所打动。在“黑风山”关卡,玩家可以变为一只金蝉在空中飞行,周遭的树木、建筑栩栩如生,让人难辨真假。

对玩家们来说,世界级的画面是评判

一款游戏能否被冠以“3A”的基本条件。游戏科学并没有因为“孙悟空”这个流量IP的加持就降低对画面的追求。他们清楚,中国玩家很识货,不能因为贴上“传统文化”“国货”等标签,就期待大家盲目支持。

放眼全球,画面的绝对品质更是吸引海外受众的基础。冯骥举了个形象的例子:把中国故事讲给外国受众,就像送一件礼物,硬塞的别人不一定喜欢,“用画面、特效这些漂亮的‘装饰’包装起来,人们才会有兴趣。而打开包装后,他们自然会欣赏到最打动人东西——文化内核。”

为了追求世界级品质,游戏科学也走了不少弯路。

而对之前参与过《西游记》题材游戏创作的美术总监杨奇来说,此次“重走西游路”,更像是对心中那个不完美前作的一次救赎。在项目之初,他打算手绘游戏内所有重要场景。

“后来发现这样不行,成本太高。”杨奇坦承,游戏中最终呈现出的是各地的历史建筑和雕塑。到全国各地扫描历史建筑,再经过建模等处理并上传到游戏中,节省了不少时间。这种呈现方式的效果也出奇地好,更吸引不少网友专门科普背后的文化背景。

“传统文化就在那里,看一眼你就会喜欢。”杨奇说:“我们能做的,就是通过游戏,帮大家拉近一点距离。”

业内人士认为,《黑神话:悟空》的爆发,并不仅仅是一款国产游戏的偶然“出圈”,这是文化自信的必然结果,是传统文化旺盛生命力的新表达,也为文化输出打通了新通道。

华西都市报-封面新闻记者 朱珠 欧阳宏宇 综合新华社

《黑神话:悟空》对文化输出或有深远意义

专家解读

在不少人看来,《黑神话:悟空》上线是中国游戏行业的里程碑。

不少券商认为,该游戏的上线标志着中国本土开发商已具备3A游戏大作的研发实力。国泰君安表示,该游戏对于国产游戏出海、中华文化输出或有深远意义。

可见,无论是在游戏行业本身,还是围绕游戏行业而延伸出来的文创、消费等多个赛道,《黑神话:悟空》已在全行业掀起了热潮。

“《黑神话:悟空》带来的相关产业热潮不仅体现了游戏本身的成功,也预示着其对相关产业的积极带动作用。”北京社科院副研究员王鹏表示,这一现象可能会激励更多的产业与游戏产业进行合

作和创新,共同推动整个文化产业的繁荣和发展。

从卡牌到多人在线战术竞技游戏、二次元,再到如今的《黑神话:悟空》,国内游戏行业的火爆出圈总离不开IP与品质的完美结合。王鹏认为,《黑神话:悟空》引发全网关注的本质原因,首要在于游戏以《西游记》为故事背景,将传统文化元素与现代游戏形式相

结合,激发了玩家的文化共鸣。在此基础上,呈现了高品质的画面和视听效果,满足了玩家的期待。其商业化的成功,也与厂商的有效宣传和营销策略密不可分。

在王鹏看来,《黑神话:悟空》在一定范围内也体现出了其作为首个国产3A游戏的巨大影响力和商业价值。

华西都市报-封面新闻记者 欧阳宏宇