



《悟空》中的大足石刻宝顶山西方净土变

《悟空》中的大足石刻之千手观音

8月20日,首个国产3A游戏《黑神话:悟空》(以下简称《悟空》)发布后,在全球游戏市场引发风潮,不到一天时间,销量突破120万份,预售额超过4亿元,刷新国产单机游戏销售历史。与此同时,淘宝等电商平台上架了角色手办、印花T恤、武器模型等各类游戏周边产品;瑞幸咖啡推出的联名产品“秒售罄”;各大视频平台推出了相关游戏视频,播放量、评论数直线上升……《悟空》缘何爆火?有业内人士认为,《悟空》脱胎自中国最经典的西游IP,为自带流量属性。此外,中国文化元素的融入和游戏精湛的视觉效果以及3A级别的游戏开发投入,引爆了玩家对于游戏体验的期待,同时也为全球玩家提供了了解中国的新途径。



玩家聚在一起玩《悟空》



战斗特效拉满



瑞幸推出的“腾云美式”咖啡也火了

悟空

销售额破4亿
《悟空》引发全球玩家追捧

《悟空》是深圳市游科互动科技有限公司开发的一款以西游为主题的单机动作角色扮演游戏。在这款游戏中,玩家将化身为一位“天命人”,为了揭开过去传说中的真相而踏上险象环生,充满惊喜的西游之旅。上架当天,《悟空》的热度一路狂飙。据全球游戏评分网站Metacritic统计,截至8月19日,54家全球媒体平均给出了82分的评价,其中权威评分机构IGN中国、IGN Brazil、GameBlast、GamingBolt等7家媒体更是给出10分的满分。

自2020年8月官方公布第一个实机演示视频起,国内外无数玩家就被其所吸引。截至8月20日中午,该视频播放量已接近5700万。在微信上,相关话题热度已达到89.7万次讨论,12亿次阅读。玩家的追捧直接带来销量猛增。据Steam平台8月6日至13日的一周销量榜显示,《悟空》位列Steam全球周销量冠军,更在美国、新加坡、泰国、加拿大、巴西、意大利等12个国家霸榜,预售销量已超过120万份,预售销售额突破4亿元。截至记者发稿前,Steam平台的在线玩家数已突破170万。

有业内人士预测,目前市场对于该游戏的销量预期在500万份以上,甚至可能达到千万份量级。这意味着在不考虑平台抽成的情况下,《悟空》发售后的收入有望冲击26亿元。“除了游戏本身品质优秀外,西游文化的价值也吸引着当下年轻人。”游戏行业观察者马静告诉记者,作为首款国产3A游戏大作(指开发成本高、开发周期长、制作精良的游戏),《悟空》的影响力不局限在游戏领域,其背后隐藏的IP价值让无数传统厂商看中。

记者整理发现,包括联想拯救者电脑、硬盘厂商致态、瑞幸咖啡、滴滴青桔在内的多个品牌已纷纷推出《悟空》联名款商品,行业更是覆盖出行、零售、数码3C等多个领域。“跨行业品牌的合作足以说明对游戏IP变现能力的看好。”马静说,“而《悟空》引发的热潮和成功,也给予了更多游戏公司启示,未来势必会有越来越多的国产3A游戏涌现于市场当中。”

游戏周边、电脑硬件市场爆发
资本市场同样获利

《悟空》的刷屏,不但带着游戏销量的爆发,游戏周边、电脑硬件和PS5主机销量也迎来一波销量与价格的上涨。

记者了解到,除了发布268元的PC标准版和328元的PC豪华版等数字版本外,游戏还发布了限量20000套的“实体豪华版”和限量10000套的“收藏版”,尽管后者价格分别达到820元和1998元,但由于其配有游戏相关周边商品,刚一发售迅速被玩家抢购一空。8月20日,记者登录二手平台搜索发现,其中不少商家正溢价转卖相关商品。其中“收藏版”的二手价格大多在3700元至4000元,涨幅近1倍。

除了周边外,近期电脑硬件和PS5游戏主机销量同样火爆,部分硬件还因货源紧张涨价。以AMD早前推出的7800X3D芯片为例。该款芯片在短时间内从2300

国产3A游戏登顶全球销量榜首
世界玩家领略大足石刻的魅力

缘何爆火? 经典西游IP和传统文化是硬核

元左右飙升到3000多元,尽管有英特尔芯片出现问题而导致玩家纷纷改买AMD产品的因素,但《悟空》的出现也加剧了玩家组装及升级电脑的趋势,进而推动市场爆发。多位电脑销售商家在接受采访时表示,除了CPU芯片外,不少玩家为了得到更好的游戏体验,也开始对显卡进行升级。

“此前4080和4090系等高端显卡少有人购买,最近基本每天都有人咨询下单。”一位商家告诉记者,近两年来随着玩家群体趋于固定,通常游戏主机和显卡销量不会出现大幅度波动。然而受《悟空》的影响,近期销量数据明显呈增长趋势。

《悟空》的热度还扩散到资本市场。Choice数据显示,游戏出版方、版号所属方浙版传媒今年以来累计涨幅约20%,更在游戏开启预售的第三天达到年内股价最高点。截至8月20日中午收盘,浙版传媒股价达到9.57元,上涨10%,而与《悟空》合作第三方手柄的八位堂,其背后供应商致尚科技的股价也大幅上涨,股价达到41.20元,上涨7.83%。除了游戏本体之外,将参与出版《悟空》设定集的中信出版股价达到29.59元,上涨18.93%。

西游IP和中国传统文化
让《悟空》在全球火了

为何《悟空》会火出国?有业内人士认为,《悟空》脱胎自中国最经典的西游IP,自带流量属性。此外,中国传统文化元素的融入和游戏精湛的视觉效果以及3A级别的游戏开发投入,引爆了玩家对于游戏体验的期待。

湖北省社科院社会学所助理研究员叶阔慎告诉记者,《悟空》这款游戏能跨国走红,不仅在于其高超的游戏制作技术,更在于它巧妙地将中国传统文化融入游戏设计之中,能感受到中华文化的博大。《悟空》游戏场景的“中国风”也绝对是一大亮点。据游戏科学CEO、《悟空》制作人冯骥介绍,《悟空》团队复刻了国内数十处名胜古迹,包括山西玉皇庙、重庆大足石刻、浙江时思寺、云南大理崇圣寺、杭州灵隐寺等,大到佛像,小到香炉底座的“神兽”,都在游戏中有还原。由于细节逼真,哪怕在游戏中的一把小壶,也被网友细究是否取材于青花凤首扁壶。“第一次看到一款游戏,能让众多玩家自发地去研究每一篇书页、每一座碑文。”一位游戏爱好者赞道,“《悟空》带来的是一场中华优秀传统文化的沉浸式体验。”

游戏产业分析师张书乐表示,《悟空》是首部国产“3A”级别游戏。所谓“3A”级别游戏,一般是指投入高、场面制作宏大、游戏性质量强的作品,像《古墓丽影》《刺客信条》《使命召唤》等,就是“3A”游戏的代表。国内游戏产业起步较晚,虽然诞生过《仙剑奇侠传》《轩辕剑》等优秀作品,却一直没有“3A”游戏,这也成为众多国内玩家心中的“痛”。“如今,《悟空》弥补了大家的遗憾,这是它爆火的另一个原因。”

重庆帕斯亚科技副总裁邓永进表示,《悟空》采用了最新的虚幻引擎,其画面表现、物理效果等,已达到业界一线水平,想不火都难。《悟空》让国产游戏技术上更自信、更成熟的体现,也意味着国产游戏有了与国外大作一较高下的“资本”。邓永进认为《悟空》的爆火还有一个原因:选择《西游记》为背景,主要角色是大家都熟悉的孙悟

空。“相信大家明白,‘头戴凤翅紫金冠,身穿黄金锁子甲。脚踏藕丝步云履,手拿如意金箍棒’,孙悟空这个超级IP之于中国文化的含义。”孙悟空是不少人心中的“超级英雄”,选它,更易“出圈”。同时,“3A”游戏要面向全球市场,“孙悟空”在全世界都有知名度,对海外玩家也更有吸引力。

《悟空》扛起文化输出大旗
外国玩家为玩它买了本《西游记》

“我们曾在许多国外的游戏大作里,拯救过不同的世界,但唯独没有在我们自己的故事里,当过一次超级英雄,这一次,我只想做一个齐天大圣,圆一次儿时的梦。”在知乎,这条评论引发了几万人的热议,有网友评论说“中国拥有5000年的历史文化,如果能融入进3A游戏中,会有多么震撼!那么国内玩家也会为自己的文化而自豪。所以也很期待能有一款集中国文化大成的游戏制作出来,震惊国外玩家,让他们也见识见识中国文化!”

这样的文化自信也得到了官方的认可和推荐。当全球游戏颁奖典礼TGA2023上宣布《黑神话:悟空》将于2024年8月20日发售,中国驻意大利大使馆随即在推特上发文,强烈推荐这款作品。大使馆表示:“您准备好开始一场以中国经典名著《西游记》为灵感,以传奇美猴王为主角的冒险了吗?沉浸在中国神话中,面对各种可怕的怪物!有趣的是,也正是因为《悟空》让更多海外网友对中国传统经典《西游记》有了更新的认识,很多人以前认为悟空是来自日本漫画《七龙珠》,看完预告片才知道原来是来自中国经典名著的经典形象。”

steam游戏平台公布的数据显示,截止到8月20日,《悟空》在全球主要消费大区的销量均排在前列,其中美国、加拿大、意大利等地区市场位居第一;俄罗斯、巴西等市场居前三。超高的关注度,让《悟空》在“不经意间”向全球作了一次中国文化输出。有俄罗斯网友评论:“我等这款游戏3年了,我非常想了解中国的神话,利用《悟空》来解读《西游记》是非常有意思的方法,我觉得它会是年度最佳游戏。”有波兰网友表示:“我无法表达我对《悟空》的期待,因为自从2020年发现这款游戏后,我就去买了一本《西游记》。”

网友声音

我终于有机会回到故乡
做一回我们的齐天大圣

@雨霖铃:我曾作为牛仔,骑马驰骋在美国西部拓荒时代;我曾化身战神,在希腊和北欧神话中大杀四方;我也当过猎魔人,双剑在手披荆斩棘中寻找妻女;我还在江戸时代的日本,成为最厉害的武士忍者;我也去过遥远的交界地,从不被黄金树赐福的褪色者成为艾尔登之王;我也曾作为一个刺客,游走于文艺复兴时代的欧洲,归隐于托勒密王朝治下的古埃及。可这些年我一直都是漂泊在外,但这次,我终于有机会回到故乡,做一回我们的齐天大圣。

@心心相印:《悟空》不仅仅是游戏,更是中华文化的一个载体。我希望它大卖,让外国人知道,孙悟空是中华文化里的神话人物,不是日本的!

@茉莉花开:很多人都不知道四大名著有三个被日本游戏商拿去玩游戏,这么多年来捧得盆满钵满。老外玩这些游戏久了,还以为日本的四大名著,这是多么的可悲。这么多年来中国人连自己的一款3A游戏都没有,现在终于有了,给国产游戏点赞。

@卡卡:这是国产游戏的里程碑,迈入世界游戏圈顶级行列的开山之作,不亚于潘展乐之于游泳圈的意义。20年前我就感叹,中国文化为啥要被别人改编成那么多游戏。现在,终于有我们自己的了。

@天涯无边:3A游戏代表的是一个国家的游戏制作水平,在《悟空》之前,就没有一款中国人自己制作的带有中国背景的游戏。一直以来,我们的玩家只能在别人的故事里流连忘返,如今,《悟空》上线了,我们进入游戏,不用选择语言,不用看别扭的外国文字,不用听老外在那里叽里呱啦,这感觉太爽了!

据新华社、新京报、齐鲁晚报、潮新闻、界面新闻等

重庆元素

大足石刻走进
国内首款3A游戏世界

当大足石刻被还原到游戏世界里,将是何样的景致?随着《悟空》全球解锁,不少重庆游戏迷体验后惊喜地发现,重庆大足石刻也被神还原到了游戏世界里,包括千手观音、宝顶山西方净土变等造像。这些设计不仅增加了游戏的观赏性,也让玩家们在游戏中感受到了中国传统文化的魅力。大足石刻研究院院长蒋思维表示,借助《悟空》,大足石刻首次登上了3A游戏,向全球玩家展现其魅力,也为年轻人了解大足石刻提供了新路径。

在《悟空》游戏的官方网站上,有一段展现游戏画面的视频,在第19秒时出现的画面就是出自大足石刻宝顶山西方净土变,通过图片的对比可以看出制作团队在游戏中做出了极高的还原度,佛像的神态完美复刻。同时,在视频第1分02秒处,一位老者正在下跪参拜一尊金色的造像,而这尊在黑暗中发出熠熠光辉的造像,就是举世闻名的大足石刻宝顶山千手观音造像。此外,在视频第11分39秒处,两边山崖上的雕像,则还原自大足石刻的“地狱变相”造像。据悉,地狱变相分为上下两层,上层为菩萨,下层为地狱,制作团队用这种美与丑、善与恶的扭曲对比,恰到好处地体现了游戏主人公悟空当时陷入梦境或回忆的挣扎和反抗。

“之前在预告片里就看到了有大足石刻,不过我现在还没玩到,非常期待呈现出来的场景。”重庆的游戏爱好者郭先生告诉记者,最初,他只是出于对国产游戏的支持而购买了这款游戏,试玩后发现,游戏的操作体验较好,战斗系统有挑战性和策略性。“我从小就喜欢玩游戏,结婚生子后,玩游戏的时间少了很多,对游戏的选择也谨慎了很多。”43岁的罗先生一直喜欢单机游戏,如今玩的游戏也都是3A大作,但他内心一直期待有一天能玩到国产3A游戏。《悟空》的出现,终于让罗先生梦想成真。“画面宏大、音乐出彩、动作流畅、特效震撼!里面居然还有我们重庆的大足石刻,真是太棒了!”

新闻延伸

《悟空》爆火
重庆游戏产业有何启示

爆火的《悟空》,给重庆游戏产业的发展带来什么启示?记者专门采访了重庆多家游戏公司的负责人。

重庆帕斯亚科技副总裁邓永进告诉记者,其实重庆游戏产业近年来也不乏爆款。帕斯亚科技打造的《波西米亚时光》《沙石锁时光》,全球累计销量已突破400万份;重庆5人团队“柚子猫”在2021年发布的《戴森球计划》,正式发售仅1小时就登顶Steam中国区、全球双地区热销榜,目前累计销量突破170万份。“国内游戏产业虽然经历了很多波折,但已经算得上迈入‘高质量发展’的阶段了。”网易文创数字经济产业园负责人鞠小东说。

重庆易酷科技有限公司总经理杨智认为,《悟空》对中国单机游戏的促进作用不言而喻,重庆游戏产业也会因此受到激励。灯神(重庆)部门经理张元成表示,《悟空》的成功,将鼓励更多玩家支持国产单机游戏,从而为重庆乃至全国的游戏开发者提供更为广阔的市场空间。鞠小东说,一部现象级游戏作品的问世,可能改变一个区域游戏产业格局。重庆游戏产业人才储备、技术基础都不差,此前也有优秀的作品,但整体不瘟不火。《悟空》的出现,或将是一抹“曙光”,让重庆游戏人坚定信心。

当然,有热反馈,也有“冷”思考。“3A”游戏要求高,不建议重庆的中小团队马上去跟风。”杨智表示,此前重庆已有很多细分赛道的“爆款”游戏。重庆应该持续耕耘,先聚集更厚实的土壤,再向“3A”游戏发力。从实力上讲,帕斯亚科技是重庆最有能力制作“3A”游戏的公司,却也不敢轻易踏足。邓永进直言,公司未来将持续做好“时光”这个IP,一步一个脚印地“走”。他表示,重庆游戏有自己的优势,比如特殊的地形地貌、悠久的人文历史等,这些都可以体现在游戏中。“重庆有丰富的地域文化,例如巴渝文化、三峡文化、抗战文化等,可以深入挖掘这些元素,将其融入游戏中,打造具有重庆特色的游戏作品,让玩家在游戏中感受重庆的文化魅力。”张元成表示。

新重庆-重庆日报记者 杨骏

