



销售额已超15亿元，在线玩家突破200万，多公司任性放假“畅玩”

全世界都看好这只“猴” 《黑神话：悟空》凭什么



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》。
新华社图

扫码看视频

8月20日，一只“猴子”成为全球焦点。10时，中国首款“3A”游戏《黑神话：悟空》正式上线，在PS5、Steam、EpicGames-Store、WeGame等游戏平台全球同步解锁。

当天21时后，《黑神话：悟空》同时在线游玩人数达218万人，位于Steam同时在线游玩人数榜单峰值第二名。

这款游戏以中国经典IP《西游记》为背景的国产游戏，为何成为当之无愧的国产“顶流”？

■湖南日报全媒体记者 黄亚苹
实习生 滕凤英 李澳丹



“要哭了，国产游戏也能有今天”

8月20日10时，国产游戏大作《黑神话：悟空》全球同步上线，登录PS5、Steam、EpicGames-Store、WeGame等游戏平台。北京时间的指针跳转到10时，长沙市民贺先生迫不及待地安装、解压游戏。“画质相当精美，颇具东方神韵特色，游戏的打击感和动作也是无可挑剔。要哭了，国产游戏也能有今天！”进入服务器十几分钟后，贺先生不禁发出感慨。

贺先生的背后是数百万名玩家。截至12时50分，Steam平台的同时在线玩家达140.4万，超越《反恐精英2》登顶Steam热玩榜。

凭啥这么火？作为首款国产3A游戏，《黑神话：悟空》脱胎自中国经典IP《西游记》，讲述唐僧师徒取经成功后，孙悟空被封斗战胜佛，却渐渐销声匿迹。游戏中，玩家将扮演一位“天命人”，踏上西游之路探寻昔日传说的真相。



多公司放假让员工“畅玩”

游戏上线前，制作人冯骥曾发出“适度游戏、注意休息”的注意事项，因《黑神话：悟空》主线通关约30小时，全国多地公司宣布放假让员工“畅玩”。

8月19日，四川木子杨科技有限公司通知，决定8月20日放假一天，让员工尽情体验《黑神话：悟空》带来的视觉盛宴和游戏乐趣，与同事、朋友一起分享这款国产大作的精彩瞬间；公司方面称，放假是对国产游戏行业的支持。游戏发行商Gamera Game同样宣布8月20日放假：“为了避免各位同事因临时暂停工作而感到不知所措，将送给每位同事一份《黑神话：悟空》数字豪华版”。

记者注意到，《黑神话：悟空》共有四个版本，分别是268元的数字标准版、328元的数字豪华版、820元的实体豪华版、1998元的实体收藏版。在二手交易平台咸鱼上，包含40cm高主角模型“直面天命”、限量10000套的实体收藏版已被“炒至”近5000元。

总销售额超过15亿元

“3A”游戏，意为高品质单机游戏，占据世界游戏市场“金字塔尖”。3A游戏的说法最早起源于美国，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)。《刺客信条》《上古卷轴》《侠盗猎车手》都是业内公认的3A游戏。

冯骥曾透露，《黑神话：悟空》每小时游戏开发成本超2000万元，团队预估整体游戏时长超20小时，那么开发成本至少需要3亿至4亿元；预告片中主人公毛发、皮肤纹理真实，动作捕捉的表情逼真、动作流畅，均是3A级游戏的标志之一。

《黑神话：悟空》在预载开放后的4个小时内，Steam下载使用带宽量一路飙升至70Tbps的峰值，超越2020年《赛博朋克2077》预载创造、保持的50Tbps的峰值纪录。根据国游畅销榜统计，截至目前，《黑神话：悟空》在Steam上已售出超过300万份，加上WeGame、Epic和Ps平台，目前总销量超过450万份，总销售额超过15亿元。当前，游戏Steam好评率维持在95%+的水平，其中，中文评论占比约为90%。

全球范围掀起“西游狂潮”

8月19日，瑞幸咖啡和《黑神话：悟空》的3D海报联动周边开售即售罄。瑞幸CGO杨飞在微信朋友圈提到：“全国周边秒售罄，差点系统崩溃。男性购买力今早颠覆团队认知。”

西游题材、3A游戏标签，《黑神话：悟空》自2020年发布首个实机演示视频后便被寄予厚望。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中国给予《黑神话：悟空》“满分”评价，甚至被冠以“国产游戏之光”。

此外，记者梳理发现，不少玩家将《黑神话：悟空》称为游戏界的“《流浪地球》时刻”，认为全球范围已掀起“西游狂潮”。游戏里的古建筑来自团队遍访多个省区实地考察并在游戏中高度还原，如天津蓟县独乐寺、山西晋城玉皇、重庆大足石刻等，对“文化出海”具有重要意义。

“中国十大新锐游戏企业”草花互动董事长戴建清认为，《黑神话：悟空》预售表现及实时在线人数，展示了国产游戏的国际竞争力，无疑会吸引更多投资者关注国产游戏市场，从而为更多高质量游戏项目的启动提供资金支持，激励更多有才华的游戏开发者投身于国产游戏的开发，“通过现代技术、叙事手法重新诠释《西游记》，有助于文化的传承与推广，为中华文化走向海外提供经验。”

“有人说，《黑神话：悟空》是2024版的《西游记》，它就是充分尊重原著的基础上的创新，让中华文化焕新生。”戴建清提到，游戏类的文化输出需要本土化，《西游记》作为一款全球广泛接受的文化产品，承载着这个文化产品的游戏在走向海外的时候就会有关注度，也会更容易被接受。

连线

用世界品质 讲中国故事
主创人员解密《黑神话：悟空》背后

8月20日发布的首个国产3A单主机游戏《黑神话：悟空》，早已在全球收获无数拥趸。游戏发布前，各类相关话题在全网浏览量已破35亿。

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？

用世界品质 讲中国故事

3A游戏往往画面精美、互动性强、剧情丰富，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。

看过《黑神话：悟空》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。

放眼全球，画面的绝对品质更是吸引海外受众的基础。游戏科学CEO、《黑神话：悟空》制作人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的东西——文化内核。”

之前参与过《西游记》题材游戏创作的美术总监杨奇坦诚道，游戏中最终呈现出各地的历史建筑和雕塑——这些当下最被玩家们津津乐道的内容，是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。这种呈现方式的效果也出奇的好，更吸引不少网友专门科普背后的的文化背景。

“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。”

在全球掀起中国传统文化热潮

时值暑期，山西晋城玉皇庙景区内游人如织。景区工作人员田彤彤说，《黑神话：悟空》在此处取景后，游客数量创历史新高，有约40%的游客是通过游戏知道这里的。

《黑神话：悟空》已然掀起一轮传统文化热潮。在B站上，有人用各种乐器演奏《云宫迅音》，有人介绍游戏取景地的历史文化，有人深度解析《西游记》中的角色故事……

在国外，游戏爱好者也在积极发布与《黑神话：悟空》相关的文化解读类视频。虽然有些内容并不是很准确，但主创团队对此并不介意。

“游戏就是这样一个能让全世界玩家交流体验、分享快乐的产品，我们乐见不同的声音。”冯骥说。

■据新华社