



本报记者 朱光

Steam平台好评率超95%! 中国首款3A游戏让海外玩家“恶补”《西游记》,各地文旅借大热古建筑推出“西游新线路”,游戏内容推动新质生产力发展——

“黑悟空”赢了!



■《黑神话:悟空》游戏截图

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。当中国首款3A游戏《黑神话:悟空》昨天横空出世登陆海内外知名游戏平台Steam时,逾140万玩家的速度与激情差点让它崩溃。这款游戏画质在全国实地取景36处,其中有27处来自山西。山西文旅借势连夜推出短视频,仅点赞量就达到9万。旅游平台明天就将推出“跟着悟空游山西”,网民纷纷“附议”:“开个实景通关专线……”甚至引发“山西高速”股价上涨,因为“建议自驾游”,而且“世界上只有两种古建,一种是山西古建,一种是其他古建……”传统文化借助动漫游戏,正在引领旅游风潮,文旅融合见成效。

中华优秀传统文化如何走出去,一直是一个课题,而“黑悟空”自然而然成为海外玩家聚焦中国文化的焦点。他们开始知道,“黑悟空”脱胎于《西游记》,而《西游记》正是日本动漫IP“龙珠”的“原著”。海外掀起在网上争睹1986年版电视剧《西游记》的热潮,甚至有海外网友开始阅读《西游记》英译本……

游戏本身还是新质生产力的引擎。游戏的艺术需要通过视觉效果呈现——这就对显卡提出要求;游戏的响应速度要快而流畅——这就对芯片提出要求。而“黑悟空”的研发团队“游戏科学”,为精益求精还在创制过程中研发出新技术——这就是文化内容推动新质生产力发展的典型案例。

以上三点,说明了“黑悟空”带来的“整合能量”——文旅融合、国际传播乃至推动新质生产力的动能。而仅仅昨天一天,“黑悟空”本身创造的数据奇迹,就让它成为“中国游戏里程碑”——这款耗资4亿元的单机游戏已销售出450万份,销售额逾15亿元;预计将销售出千万份,销售额不低于26亿元。在Steam平台,它的好评率超过95%,位居多个全球各平台游戏热销榜冠军。

“黑悟空” 七年磨一剑

3A源自英文:“A lot of Time/Money/Resources”,意味“花了很多时间、金钱和资源”的游戏,是衡量游戏质量及其工业生产能力的共识。有能力创制3A游戏,意味兼具高审美与高科技,例如跨国公司育碧出品的《刺客信条》系列就实景复刻古罗马、古希腊、古埃及等文明古国,带玩家穿越意大利文艺复兴或者美国南北战争。当然,虽然投入巨大,品质到位的3A游戏商业价值也同样巨大。在“黑悟空”诞生之前,中国还没有3A游戏——即便中国是全球最大游戏市场,去年销售收入超过3000亿元,但主要份额还是手机游戏。

由“游戏科学”潜心研发七年的《黑神话:

悟空》,秉承的初心就是——我们要出一款中国自己的3A游戏。目前中国游戏的主要盈利模式还是“氪金”,就是让玩家免费下载游戏,但是不断花钱买各类道具。“游戏科学”之所以瞄准单机游戏,就是在收费模式上“自绝后路”——单机游戏只有一次性购买,不再花钱。但这也反过来要求游戏品质要相当高,份数卖得足够多才能回本。“黑悟空”每小时游戏时长的开发成本超过2000万元。而投资方之一也是这款游戏的联合出品方——上海英雄游戏公司,也始终保持着对它的信心与热忱。英雄游戏CEO吴旦,此前也始终信念满满,就是相信他们会成功,因而不断注资。

4年前的昨天,“黑悟空”发布宣传片,当时就引发万众期待。它不仅打造了极度拟真的西游世界,还为此研发了光线追踪技术以及景观稳定技术,让流动的火焰效果逼真、雪地行走时还能留下脚印与武器的拖行痕迹……所以,昨天的火爆,也是千千万万玩家积聚了4年的激情迸发。乃至有些年轻人人居多的公司宣布放假一天,“如果因为是要下载《黑神话:悟空》,今天可以居家办公”;“有几个请假的同事,签名改成了‘直面天命’。”网文作家也纷纷停更。昨天,成了年轻人彼此共情的盛大节日,首次在游戏里看到中国风格如此鲜明的画面,让中国玩家的民族自豪

感也油然而生。

《西游记》 海外成爆款

“黑悟空”对于中华优秀传统文化的海外传播,也具有突破性价值。由于日韩动漫游戏产业发达,“龙珠”“三国”等成系列畅销于欧美的动漫游戏产品,都会被海外玩家、观众误认为是“日本原创”。日本也确实时常拍摄这两个题材的动画片、电视剧、各平台游戏等。日本最大的电影公司东映,早在1956年就摄制了黑白动画片《西游记》——改编自手冢治虫1952年的漫画《我的孙悟空》。手冢治虫正是广受中国观众喜爱的《阿童木》的原创者。他曾经于上世纪80年代拜访美影厂,并绘制了一幅阿童木与孙悟空手牵手的画作。当时,他还对美影厂导演严定宪透露,他14岁时决定弃医从画,就是因为喜欢美影厂万氏兄弟拍摄的《铁扇公主》。而“龙珠”也是东映在上世纪80年代制作的鸟山明的同名作品,主角也名为“孙悟空”,此后还有各种游戏衍生,属于日本动漫游戏大IP。

因而,“黑悟空”的成功,在于真正让全球玩家知道了《西游记》源自中国。它不仅让中国玩家的文化自信感、民族自豪感爆棚,还激发了海外玩家对中国文化的巨大热忱。2023年预告片在德国科隆游戏展放映时,就已经

获得了“展会最佳”“科隆最佳”和“最佳视觉效果”奖。外国玩家当时排队试玩,要排5小时才能轮上。

据说,早在半年前,就有海外玩家在网前提问——打“黑悟空”,是否要研读《西游记》?立刻有海外网友回应他,发出人物小传做“科普”。因此,有外国朋友惊诧道,连个小妖怪都有丰富的背景故事啊!外国网友了解《西游记》的“捷径”,就是直接看1986年的电视剧版。如今,全球动漫游戏乃至影视界,都在关注“黑悟空”现象的发展进度。“黑悟空”的这一跃,成为中国文化跃至海外的成功案例。

古建筑 一夜间出圈

“黑悟空”在中国成为社会话题,不仅仅在于游戏玩家的群情激动,还源于山西文旅的一则短视频。“跟着悟空游山西”是这则视频的大标题,口号是“直面天命,共赏山西古建!”

网友纷纷“给山西上大分”：“山西文旅赶紧接住这泼天的富贵!”“山西本身就是文旅宝藏大省”“原来云冈石窟、悬空寺都在山西啊,我只知道老陈醋……”游戏在山西实地取景27处,有网友一一在视频后列出:佛光寺、南山寺、玉皇庙、铁佛寺、洪福寺……“国风游戏与山西古建梦幻联动!”“这下外国游客也要暴增了!”

五千年很远,山西很近。近的不仅是山西,还有杭州灵隐寺、丽水时思寺……在B站上,“黑悟空”相关古建筑的一则短视频流量超过了170万。“四川观察”盘点了游戏里的四川元素;安徽文旅跟进“惊现安庆天柱山”;北京文旅则围绕1986年版电视剧《西游记》做文章:“电视剧取景地有石景山区八大处公园、海淀区七王坟……”与游戏相关的实景地,都纷纷晒出各自的自然风光、名胜古迹、古建筑群……大好河山被赋予文化内涵后,更吸引大家规划路线。今后传统节日怎么过?跟着优秀传统文化,游遍祖国山河。

游戏热 创新生产力

一款游戏的大热,已经不单是动漫游戏圈的事,而是会破圈跨界地推动各行各业。游戏,首先就是新质生产力的代表,它能带动高科技产业的发展。中科院的研究表明,游戏对芯片行业的贡献达14.9%,对高速通信网络产业的贡献高达46.3%……游戏与前沿科技始终共生,因为其对于显卡、芯片的要求相当高。

游戏还能带动电竞产业发展。一款好的游戏,吸引的玩家越多,举办的赛事更有可看性、更有竞争力,且全球化程度高。游戏甚至还能带动意想不到的其他产业——已有医美行业也表示要学习“黑悟空”的精细制作,审美与科技并重……

“黑悟空”赢了!它不仅在中国3A游戏、文化海外传播、国内文旅融合、助推新质生产力各赛道上都拔得头筹,还赢得了全球千万人的心!这是文化带给人类的灵魂冲击,这是中华优秀传统文化激发的全球热点。



《黑神话:悟空》全球畅销的启示

李一能

昨天,一款名为《黑神话:悟空》的国产游戏正式上线,一举登上全球畅销榜单首位,并引发国内外玩家如潮好评。

游戏是文化产业重要的组成部分,被称为“第九艺术”。近年来,随着中国文化产业的迅猛发展,越来越多的国产游戏走向国门成为文化输出的绝佳载体。《黑神话:悟空》,这款取材于我国古典文学名著《西游记》的爆款游戏横空出世,是中国“软实力”厚积薄发的标志性事件,带来的启示值得关注。

中国游戏近年来在全球市场的优异表现有目共睹,米哈游、莉莉丝、腾讯等企业均有上佳表现。但《黑神话:悟空》的不同之处在于,它是一家名不见经传的小公司,历时4年开发的中国首款3A大作。3A游戏,指的是高质量、高体量、高成本单机游戏,是游戏产业皇冠上的明珠,长期被欧洲、美国和日本垄断,直到《黑神话:悟空》的出现,打破了这一看似牢不可破的文化壁垒。从

某种意义上来说,这是又一个“卡脖子”瓶颈被突破。

随着昨天游戏正式上线,无数中国老玩家体验过后激动不已。从40年前电子游戏被引进国内,他们从小玩着国外游戏长大,内心期盼着有朝一日能玩上中国人自己的游戏大作。这一等就是40年,如今梦想终于成真。许多海外玩家也对该款游戏给出了很高评价,除了精美的画面、优良的制作,他们更惊叹于中国文化深厚广博的底蕴内涵。游戏仅仅展现了其中一段小小的“切片”,就足以令人震撼。

《黑神话:悟空》全球畅销固然可喜,但要继续唱响中国“第九艺术”这台大戏,再接再厉推出更多佳作,就必须冷静思考成功背后的原因。

首先,打造“文化精品”需要耐得住寂寞的匠人精神。这家名为“游戏科学”的公司是一家规模很小的企业,从未有过任何大型

游戏开发经历,4年前,当他们推出首部预告片,虽引发轰动,但也带来很多质疑。最终,他们顶住压力,像西天取经一样克服“九九八十一难”,交出了一份令人满意的答卷。

其次,打造“文化精品”不能急功近利。截至目前,《黑神话:悟空》在全球游戏平台连续“霸榜”的情况下,销量突破450万份,销售额超15亿元。这个数字看起来很大,其实还远不及许多热门网络游戏一个月的流水。如果要赚钱,网游无疑是更好的选择,但3A作品的含金量远超任何一款网游,价值不能用金额数字来衡量。任天堂、索尼、EA、微软、育碧……这些世界游戏巨头的江湖地位,正是数十年来大量3A作品的口碑堆砌而成。想要赶超它们,还有很长的路要走。

最后,也是最为重要的一点,社会主流对电子游戏的认知,需要逐步转变。长期以来,电子游戏的名声并不好,特别是成瘾性让它背负“电子海洛因”的恶名。近年来随

着电子竞技的兴起,口碑形象虽有所好转,但根本上公众对电子游戏的态度依然十分矛盾。

任何一件事情都有“硬币的两面”,想要发挥好的作用,就要扬长避短。一方面,加强管理,严格限制未成年人接触网游,对于网游公司“诱导充值”“成瘾性消费”等违规行为加大治理力度;另一方面,对于《黑神话:悟空》这样不充值、一次买断、制作精良的3A佳作要区别对待,作为游戏界的“清流”和艺术品,只有让它们“立起来”,才能避免“劣币驱逐良币”,鼓励更多中国游戏企业愿意去投资制作不怎么做钱,但可以帮助中国在全球文化高地上占据一席之地的精品力作。

相信《黑神话:悟空》只是一个开始,“第九艺术”让中国优秀文化基因拥有更丰富的表达方式,更多国产3A大作将会诞生,向海内外受众讲好中国故事。