

## 中国游戏的里程碑

近年来,不断出海的优秀中国游戏作品,越来越受到世界玩家的认可。即便是日本秋叶原这种世界闻名的二次元打卡地,前些年的《明日方舟》《阴阳师》《碧蓝航线》,近几年的《原神》《崩坏:星穹铁道》等中国游戏随处可见,不少游客甚至给出“秋叶原的原是原神的原”的调侃。

那么,为何《黑神话:悟空》的出现,才被玩家们公认为中国游戏的里程碑?关键在于“3A游戏”的性质。

在游戏制作专业领域,3A游戏大作,指的是高投入、高品质的单机游戏。这类游戏往往不像手机游戏那样开发周期短、资金回报高且迅速。在文化价值上,3A的技术、审美标准决定了它的价值。换言之,做3A需要的可能不仅是生意人的头脑,更需要对游戏本身的情怀。触乐网创始人祝佳音认为:“单机3A游戏就像奥运会上的金牌。”上海师范大学影视传媒学院讲师杜梁也表示:“国内游戏产业的长处是移动游戏制作,但真正能够代表游戏行业最高标准的,还是单机游戏。”

一直以来,3A游戏大作的缺乏,始终让中国游戏制作能力无法真正站在世界一流行列。《黑神话:悟空》的问世,展现出中国游戏制作者的追求,实现了国产3A零的突破。

由于3A游戏电影级别的制作水平,《黑神话:悟空》带给世界的中国文化传播效率和密度,也是普通游戏难以比拟的。以书法元素为例,玩家手里的如意金箍棒,上面刻着的文字是传统小篆,而篆书本身也是中国古代兵器刻字时常用的字体。通关画面中,“通关”两字取自苏轼《洞庭春色赋》;玩家击败BOSS后出现的“得胜”二字,出自宋末元初书画大家赵孟頫之手——“得”取自《远游帖》、“胜”取自《蜀山图歌》。

游戏制作团队精益求精、潜心创作的态度,以及对中国传统文化的深入挖掘、对细节之处的极致打磨,让作品散发着浓浓的中国传统文化魅力。

## “黑神话”带火电子消费

《黑神话:悟空》的火爆,也点燃了多个产业的“黑神话效应”,激发出电子消费的新活力。

游戏在宣传阶段就受到广泛关注,在B站的关注人数达到2413.3万。游戏预售期间,官方推出多个套餐,其中最火热、最贵的是1998元的“实体收藏版”,限量1万套,很快被抢购一空。

《黑神话:悟空》极致的画面表现和错综复杂的游戏场景设计,对玩家的电脑硬件提出了高要求。玩家安安是一位忠实的3A游戏爱好者,购买并体验过多款国外作品。安安说:“之前我有一台笔记本电脑,游戏机有PS4和Switch,还有一块可以连接游戏机的显示器,不过只支持1080P,很多游戏都只能开最低画质来玩。”此次《黑神话:悟空》预售期间,安安不仅购买了游戏,还买了一台新的游戏笔记本电脑。购买之后,安安仍有些不安,担心“万一游戏出来没有那么好,这次消费岂不是打了水漂”。然而,当他在全新的设备上用最高画质打开这部国产3A大作时,体验到的是全面升级的视觉享受。“清澈的水流、泥泞的地面、墙面斑驳的建筑、远方的群山,还有走过就会留下深深脚印的沙漠和雪原、充满中国韵味的佛像和古建筑……紧张战斗之余,我总愿意停下来歇歇脚,仔细看看这些令人赏心悦目的场景。”安安说。

像安安这样升级设备为了更好地体验《黑神话:悟空》的玩家不在少数,直接带动了电脑硬件设备消费。京东数据显示,游戏上线当天,搭载400系显卡的游戏笔记本成交额同比增长100%,电脑组件整体成交额同比增长200%,显卡品类成交额同比增长高达200%,组装机品类成交额同比增长超过150%。

被游戏带火的游戏设备厂家还以联名方式向《黑神话:悟空》伸出橄榄枝——八位堂联名游戏手柄分为有线、无线两个版本,采用游戏中武器装备的元素,手柄上的盘龙纹取自悟空的金箍棒;七彩虹联名款定制显卡创新融合“仿古”工艺与神话元素,安装在透明机箱上能看到炫酷的灯效;联想拯救者笔记



中国3A游戏《黑神话:悟空》创造游戏“神话” 本版图片 图 IC

# 透视神话

本报记者 吴旭颖

这几天,打开任何一个直播平台的游戏板块,都能看见游戏科学出品的国产游戏新作《黑神话:悟空》的画面。

据游戏官方消息,上线当日,《黑神话:悟空》就在Steam游戏平台登上热玩榜第一,在线人数突破220万,位列平台历史第二位,也成为前十中唯一的国产游戏。3天内,全平台销量已超过1000万套,同时在线人数最高达300万。这只“猴子”的诞生对于中国游戏意味着什么?这一游戏“神话”又是如何创造的?



游戏的兴起犹如一股强劲东风,掀起山西古建筑旅游的热潮



游戏带热周边文创手办。8月23日,《黑神话:悟空》人偶手办生产企业内,展出的“天命人”吸引参观者

本的联名款也从游戏角色、游戏美术视觉中提炼元素,通过立体浮雕UV工艺等与产品深度结合,让更多人感受到属于《黑神话:悟空》的魅力。

## 虚拟“狂欢”延伸到现实

狂欢不只停留在虚拟世界。《黑神话:悟空》大量再现中国传统文化风貌,取景地多达36处,遍布国内多个省份,如四川的安岳若山寺、重庆的大足石刻、杭州的灵隐寺等,其中山西取景地多达27处。山西游客黄梦东一个月前就开始跟着《黑神话:悟空》的预告片,按图索骥地一一走访山西省内的取景地。这段经历让他对游戏内容也有了更深刻的体会:“当建筑摆在你面前的时候感受完全不一样,比如佛光寺的东大殿,真正去游览才发现它那么宏伟。站在它面前,时间的维度仿佛一下子就不一样了。每一处取景地,去了之后才能感受到它的魅力,才能知道游戏为什么做得好。”

山西省文化和旅游厅紧跟热点,发布了“跟着悟空游山西”主题线路,带起一波线下文旅打卡热。国外玩家也在无形中接受熏陶成为潜在游客,进一步拉近了他们与中国的距离,提升了中国文化和旅游的全球吸引力。据携程透露,游戏上线当天,携程平台上“黑神话”相关搜索词的热度环比增长近300%。携程线路玩法迅速设计了山西12日游、大同3日游等5条古建之旅,涵盖云冈石窟、华严寺、应县木塔、悬空寺等游戏中出现的多个取景地,目前线路已在8月21日全面上线。山西晋城玉皇庙最新游客流量统计显示,景区游客接待量较去年同期出现显著增加。“经工作人员初步统计,最近来的游客大约50%都是通过《黑神话:悟空》了解到景区的。预计9月、10月黄金旅游季里,前来参观游览的游客会更多。”景区负责人表示。

《黑神话:悟空》还与英伟达、海信、联想、滴滴青桔、瑞幸咖啡、京东等超10个品牌展开联动。游戏上线前一天的8月19日,瑞幸咖

啡与《黑神话:悟空》的联名产品“黑神话腾云美式咖啡”率先上架。消费者购买指定套餐,可限量获赠3D限定海报光栅卡、3款联名杯套等周边。这些联名周边几乎一上线就立刻售罄,“瑞幸联名黑神话悟空”的话题也冲上热搜。当天下午,瑞幸咖啡就发布公告表示,已经制定补货计划,但下一批货需要15天制作时间。滴滴青桔作为《黑神话:悟空》的官方骑行合作伙伴,打造“筋斗云”联名车型,并逐步投放全国多个城市。联名车以筋斗云为设计灵感,添加了生活猴摇播乐、金甲猴等小巧思,融入了黑神话元素:筋斗云坐垫、金箍棒把手、紧箍车头饰及金甲猴车身纹。吉考斯工业推出“心猿”联名服饰,灵感源自《西游记》心猿,寓意“衣如其心,相知相伴”。

目前,《黑神话:悟空》全网下载人数已突破1000万,购买营收超过26亿元。实际上,3A游戏本身在售卖游戏之后,玩家不需要再为游戏进行其他消费,海外3A大作《最终幻想》《鬼泣》等主要收入都并非游戏本体,而是依靠周边、资料片、皮肤、武器等来持续发力。《黑神话:悟空》火爆之后,也有不少粉丝喊话:“想要手办、模型,想要官方周边产品!支持了游戏购买,还想买周边继续支持!”而游戏收藏版和瑞幸联名等产品的火爆,也证实了《黑神话:悟空》玩家的消费能力,可以预见此后游戏官方打造的周边产品,必定会掀起新一轮的抢购热潮。

## 面向世界的新“说书人”

“有人说,他帮唐僧取到了真经,封了‘斗战胜佛’,从此留在了灵山。也有人说,那个成佛的根本不是他,真正的他早就死在了西行路上。还有人说,西游从来都没有发生过,他只不过是说书人的杜撰。”这是《黑神话:悟空》中一段令人印象深刻的旁白,为游戏对《西游记》的注解留下了多重遐想。这段旁白也直接展现了创作团队对于《西游记》剧情的解构和再创作。

在对西游题材的再创作领域,已经诞生过许多经典文艺作品,包括周星驰的《大话西游》、小说《悟空传》,以及以《悟空传》为蓝本、由《黑神话:悟空》游戏制作人冯骥开发的《斗战胜佛》等。国外的创作者也十分喜爱西游题材,借用其中灵感元素,创作了诸如《龙珠》等大热作品。这些作品对于《西游记》的改编创作几乎是颠覆性的,但“改编不是乱编”,之所以能够成功,关键在于对作品内核的把握。

以《悟空传》为例,小说塑造出了一个叛逆、抗争的孙悟空形象,剧情看似“离经叛道”,实际上从另一侧面还原原著中的人物个性,反映出人、妖、神、佛世界残酷又深刻的“真相”,俘获了读者乃至一些经典文学研究学者的认可。

同样,《黑神话:悟空》也成为Z世代电子游戏玩家的“说书人”,对《西游记》的成功改编也拥有类似特点。游戏剧情讲述了完成西游取经任务、已被封“斗战胜佛”的孙悟空想要回归花果山,却被天庭忌惮,派二郎神以屠戮花果山为要挟,逼迫悟空放弃“回家”,最终悟空在斗法之中落败身死,“六根”中的“五根”成为五位妖王的奖励。玩家则扮演一只与悟空长相十分相像的猴子,承载“天命人”的责任,寻回“五根”,复活悟空。在寻回“五根”的过程中,玩家一点点揭开神仙世界的细节,了解黄眉怪、牛魔王、猪八戒等大家熟悉的神魔角色背后的感情纠葛和故事经历。

网友“cloud”在体验完游戏后表示:“从元杂剧到明代小说,到搬上屏幕的电影电视剧,再到现在的游戏,几百年,无数人、不断的技术革新和文化普及,都在共同创作、完善‘西游’这个属于中国的IP,这是属于中国人的感动和骄傲,也是能够打动整个世界的文化力量。”

《黑神话:悟空》发布之后,在国内外玩家中掀起一股“西游热”。在B站等二次元社交平台,许多视频博主纷纷捧起《西游记》细细研读,找寻游戏角色与原著角色之间的关联和变化,作出无数不同视角的剧情分析和解读。海外玩家也开始上传、翻看86版《西游记》电视剧,翻译中国网友的资料,深入了解西游文化,以追求更好的游戏体验。尤其是游戏中“无头说书人”的一段陕北说书,让很多外国游戏博主也被这“中式rap”硬控。

游戏,作为第九艺术,已经成为新时代中国传统文化面向世界观众的金牌“说书人”。