



8月20日,一个原本平平无奇的日子,却因为一款中国游戏《黑神话:悟空》(以下简称《黑神话》)的发布而载入史册。最近一周国内外线上平台,无一例外被《黑神话》霸榜刷屏。如果你对平白的叙述毫无触动,下面的一组数据可能会令你深感讶异:早在2024年6月,《黑神话》开启预售时,短短5分钟内,所有预售产品即告售罄,预售额轻松突破1亿元大关。正式开售当天,游戏创下全平台销量超450万、总销售额超过15亿元的超级战绩。截至本文发布,国际最大游戏平台Steam上《黑神话》同时在线玩家超过220万,拿下Steam有史以来第二多的同时在线人数,一度在全球热销商品中排名第一!

“偷丹的贼又来了!”当下中外网友惊呼奇迹之时,想必大家最纳闷也最关心的问题莫过于——这只“猴子”,为何引起全球关注?

主讲人

南京师范大学
雷晓凡(博士)

► 8月22日
在德国2024年科隆国际游戏展《黑神话:悟空》拍照区拍摄模型。
新华社发



这只猴子 为何“搅动全网”

8月22日,人们在德国2024年科隆国际游戏展《黑神话:悟空》拍照区拍照。新华社发

A 别有世间曾未见,一行一步一花新 厚积薄发,“悟空”问世

《黑神话》是中国游戏公司“游戏科学”研发的“3A级”单机游戏。

需要说明的是,所谓“3A级”,并非数据严格的官方标准,而是约定俗成的行业概念。“3A”意为“A lot of time(大量的时间)”“A lot of money(大量的金钱)”以及“A lot of resources(大量的资源)”。这类游戏通常拥有宏大的世界观、丰富的游戏内容,以及出色的画面、音效、剧情和玩法,旨在为玩家提供极致的游戏体验。此类游戏的开发成本通常不低于5000万美元,且体量和质量都达到了行业的最高标准。

据主创人员冯骥等人透露,早在2018年,《黑神话》便已立项。至今年8月正式发售,开发周期达6年之久。如果要追溯游戏创意的起源,则更早。《西游记》中唐僧师徒求真经须历经“八十一难”,《黑神话》团队在漫漫开发之路中面临的挑战和困难则是一点也不比“八十一难”少:在游戏本体开发中遭遇的种种技术难题倒是其次,资金的利用与筹措、人才的招募与培养、上下游相关厂商的合作与谈判。每一个在外人看来微不足道的环节都充满意想不到的磨砺与艰辛。然而,他们始终怀揣着对游戏的热爱和对国产游戏崛起的信念,功不唐捐,终于打造出这款令人瞩目的作品。

更值得我们骄傲的是,一般“3A级”游戏的开发时间少则四五年,多的竟有十年,其开发团队一般也在数百人的规模。而游戏科学团队人数至今未超过150人。仅用其他团队三分之一的人数,就在六年内制作出了一款比肩世界一流水平的游戏大作,不得不令海内外游戏玩家叹服。

B 猿熟马驯方脱壳,功成行满见真如 情感搭台,文化唱戏

随着中国经济实力和人民生活水平的不断提升,游戏行业市场迅速膨胀。

据统计,2023年中国游戏市场的销售收入超过3000亿元,但主要份额是手机游戏。单机游戏还有相当巨大的发展空间。体验到一款画面精美、制作顶尖、充满中式内涵的国产3A游戏,逐渐成为中国玩家的夙愿。

毕竟,游戏是民族文化在新时代的表达。多年来,世界游戏市场一直被欧美、日本占据。你可以在《刺客信条》中扮演中世纪欧洲刺客,穿行于巍峨高耸的哥特式大教堂;你可以在《只狼:影逝二度》中成为日本苇名忍者,潜伏在战国大名城池的狭窄小道。但作为中国玩家,谁不想在充满中国审美的翘角飞檐、雕梁画栋之间快意恩仇,成为中国英雄,去创造自己的传奇呢?

终于,被网友们昵称为“全村第一个大学生”横空出世。国内借《黑神话》之东风,再次掀起中国传统文化热潮。打开国内视频平台,有人逐帧解析游戏宣传品的细节与出处;有人介绍游戏取景地的历史与内涵,还有人重新解读《西游记》及其衍生作品的“前世今生”。更多的人即便不玩单机游戏,却也在离开学校多年后重新捡起《西游记》,细细回味文学名著的强大魅力。

《黑神话》的灵感来源和故事框架来源于中国古典名著《西游记》,但又不囿于后者的世界观。神鬼人十方世界,贪嗔痴众生活相,一切中国传统神魔灵幻元素均可以在游戏中一窥面目。仅仅依托文本,当然无法打造那种真假难辨、身临其境的游戏体验。《黑神话》的成功离不开与其他产业的跨界合作与深度融合,影视、动漫、音乐、建筑等不同的艺术形式轮番上阵,好不热闹。文化资源层面不计成本的奢侈堆料,是《黑神话》火出国门的最重要原因。

例如《黑神话》每一章结束后,还有制作团队以国风画作、定格动画等丰富形式精心雕琢的过渡剧场。这些小故事或蕴含禅意,或充满转折,运镜机巧,角色立体,配乐动人。它们穿插在游戏中使得主线故事更加完整,如果单列出来,也完全不输给质量上佳的原创影视作品。又以配乐为例,游戏音乐采用了中国传统乐器和曲调,结合现代音乐制作技术,创造出独特的游戏音乐体验。声效方面也融入了中国传统元素,如锣鼓、古筝等。再以场景来说,游戏中随处可见精细扫描的传统建

筑、力求复刻的神佛塑像、细节拉满的古代服饰,中式氛围感呼之欲出。就像美术总监杨奇所说:“文物本身就足够吸引人”。他带领团队在全国各地名胜游览参观,将大多数允许扫描的古迹文物以技术手段保存在游戏中。这不仅仅是一种制作游戏的商业行为,更是为中国文化在新时代的保存和赓续做出了巨大贡献。

过去提到“孙悟空”,欧美玩家往往只会想到《龙珠》;过去提到三国历史,其文化产品中最出名的竟然是日本光荣公司的游戏《三国志》。厚重丰盈的中国文化,远远没有获得与之相匹配的话语权。但《黑神话》的发布,让越来越多的国外玩家找到了一扇了解中国文化的趣味捷径:它们开始明白“悟空”是来自花果山的美猴王;开始学习汉语发音哼唱带有中原佛教元素的主题曲;开始随着二郎神、四大天王等天庭角色的登场去了解中国神话体系。这只“猴子”已不仅是降妖伏魔披荆斩棘的斗战胜佛,也是吸引全世界了解中国、喜爱中国的可爱大使。

C 踏平坎坷成大道,斗罢艰险又出发 “西游”之后,百舸争流

正如公元2019年因为该年上映的科幻巨作《流浪地球》而被称为中国电影的“科幻元年”。不夸张地说,《黑神话》的问世,也一定会由于其震撼人心的中华文化魅力和世界一流的游戏工业化水平一举宣告中国游戏产业勃发时代的到来,更有可能影响世界游戏的发展格局。

实际上,近几年不断有中国团队制作规模较大的单机游戏,题材也不仅仅局限于“西游”。2022年,中国团队自主研发的数字游戏海外市场已超千亿元人民币,中国游戏的影响力辐射数以亿计的海外玩家,成为数字内容“出海”传播最亮眼的风景之一。在《三体》《流浪地球》《黑神话》等重量级大作的持续带动下,文化产业全方位升级,中国历史和文化受到前所未有的深入发掘,当代中国人为传统元素赋予全新的中国价值和中国特色。据2024年7月闭幕的中国国际动漫游戏博览会上的消息披露:今年上半年动漫相关的3800个微博IP“超话”中,国产动漫占46%,这一比例还在持续增长。

相信在不久的将来,“村”里会涌现出更多“不同专业”的“大学生”,用中国声音讲好中国故事,让中华文化活起来、站起来、走出去,让全世界感受东方古国的绝世风华与文明能量。