

# 上線即登 Steam 熱玩榜首 全球銷售額逾 15 億



◀ 遊戲中玩家将扮演一位「天命人」，為了探尋昔日傳說的真相，踏上一條充滿危險與驚奇的西遊之路。  
香港文匯報 深圳傳真

《黑神話：悟空》是由遊戲科學團隊（深圳市遊科互動科技有限公司）開發、一款以中國神話為背景的動作冒險遊戲，核心內容都基於《西遊記》原著世界觀創作，遊戲中玩家将扮演一位「天命人」，為了探尋昔日傳說的真相，踏上一條充滿危險與驚奇的西遊之路。

## 至昨晚遊戲銷量逾 450 萬份

在遊戲圈和玩家圈裏，幾個月前就已經開始翹首期盼該遊戲。而從一周前開始，遊戲就頻頻登上內地的微博、抖音熱搜。6月10日，《黑神話：悟空》實體版正式開啟全款預售，遊戲共有四個版本，分別是售價268元的數字標準版、328元的數字豪華版、820元的實體豪華版和1,998元的實體收藏版。

據外電消息，銷售這款遊戲的電子商店包括騰訊旗下的WeGame、美國維爾福集團旗下Steam、日本索尼旗下的PlayStation Store，以及騰訊持股四成的美國Epic Games旗下Epic遊戲商城。至香港文匯報昨晚10時截稿前，該遊戲總銷量已超過450萬份，總銷售額超過15億元。《黑神話：悟空》是買斷制遊戲，要求玩家一次性支付費用購買後才能享受完整遊戲內容；而《王者榮耀》、DNF手機版等免費網絡遊戲，不需要支付費用即可體驗遊戲，但這些遊戲會吸引玩家購買遊戲內的虛擬商品以獲得盈利。

## 內容以《西遊記》為藍本

《黑神話：悟空》之所以受到世界玩家關注，除了以中國古典文學名著《西遊記》為藍本和遊戲內容外，也是中國首個真正意義上的國產「3A大作」單機遊戲，即高成本、高體量、高質量。此前，3A類遊戲只有國外做，中國包括騰訊、網易等在手機上有所建樹的大廠，都因為有懼於高投入、長周期和不確定的市場而不敢押寶嘗試。據遊戲科學團隊創始人兼遊戲製作人馮驥此前透露，《黑神話：悟空》每小時遊戲開發成本超過2,000萬元。團隊預估整體遊戲時長20個小時以上，開發成本至少需要3億至4億元。

## 取景地山西旅遊熱度翻倍

此外，為了能帶給玩家更加逼真的視覺體驗，遊戲科學通過專人實地掃描，盡力在《黑神話：悟空》中還原大自然的山川地貌，重現了不少現實中存在的建築古蹟。據不完全統計，該遊戲畫面在內地有36個取景地，其中27個來自山西，包括南禪寺、佛光寺東大殿等著名古建築。在線旅遊平台飛豬數據顯示，遊戲上線當天，山西旅遊熱度環比上月翻倍，其中玉皇廟、崇福寺、小西天、鐵佛寺、雙林寺等遊戲取景地熱度更是紛紛飆升。北京、浙江、河南、陝西、上海等地網友「跟着悟空遊山西」的意願最為強烈。

受《黑神話：悟空》上線即火爆的現象影響，多家上市公司昨日在互動平台回應與遊戲相關的業務布局。華誼兄弟透露，公司持有「英雄互娛」5.17%股權，後者為《黑神話：悟空》開發團隊遊戲科學的早期投資方；絲路視覺公司「瑞雲科技」表示，為《黑神話：悟空》同人動畫提供了渲染；中信出版稱將參與《黑神話：悟空》設定集的出版發行，正在制定出版計劃，但詳情待定。



◀ 《黑神話：悟空》以中國名著《西遊記》為藍本，也是中國首個真正意義上的國產「3A大作」單機遊戲。

# 一隻猴子火爆遊戲圈 《黑神話》創神話

8月20日上午10時，內地首款國產3A遊戲《黑神話：悟空》正式上線。發售僅1小時，即超越《CS2》登頂 Steam 熱玩榜榜首。當天，Steam 平台的在線玩家最多一度高達220萬，不少上市公司主動在線回應與遊戲相關的業務布局情況，以至多隻A股概念漲停，被業內戲稱「炒爆一隻猴子」（相關稿件見B1版）。至香港文匯報昨晚10時截稿前，全平台總銷量逾450萬份，總銷售額超過15億元（人民幣，下同），位列 Steam 平台2024年8月13日至20日全球周度銷量冠軍。有國際機構預測，如果首周銷量（含預售）達到400萬至500萬套，總銷售量有機會超過2,000萬套。

◆香港文匯報記者 李薇 深圳報道

## 4個暢銷的單機遊戲

1

### 《我的世界》



推出時間：2009年5月17日  
製作方：瑞典 Mojang AB 和 4J Studios 開發，後於2014年被微軟收購。  
銷售情況：截至2018年10月，銷量達到1.54億份，成為史上第二暢銷的遊戲。

2

### 《俠盜獵車手5》



推出時間：2013年9月17日（首發日期）  
製作方：Rockstar Games 遊戲公司  
銷售情況：銷量超過1.4億份，是有史以來最賺錢的遊戲之一，為「R星」帶來了逾60億美元的收入。

3

### 《古墓麗影：崛起》



推出時間：2015年12月  
製作方：Crystal Dynamics  
銷售情況：未知，但作為《新古墓麗影》的續作，它取得了相當的成功。

4

### 《仙劍奇俠傳》



推出時間：1995年7月  
製作方：中國台灣大宇資訊股份有限公司

製表：香港文匯報記者 李薇

## 前騰訊成員製作 獲騰訊「上門給錢」

公開資料顯示，《黑神話：悟空》的開發商遊戲科學（深圳市遊科互動科技有限公司）成立於2014年6月，CEO為馮驥，早期核心成員僅7人，全部來自騰訊。

消息稱，他們曾一起在騰訊開發名為《鬥戰神》的遊戲，在2012年進行公測，激活率達到99.7%，用戶滿意度高達90%，在當時是一款非常火熱的遊戲。但由於遊戲前期的設定中並沒有太多「氪金」的成分，使得遊戲入不敷支，而在後期因添加了過多「氪金」元素，又使得該遊戲被網友放棄。團隊中的某些成員不願

看到遊戲變得平庸，因而選擇從騰訊離職成立遊戲科學工作室。

### 逐步發布設定實機演示

天眼查數據顯示，遊戲科學於2017年完成天使輪融資，投資方為英雄互娛，持有遊戲科學股份19%；2021年完成戰略融資，投資方為騰訊，佔遊戲科學股權5%。其中，騰訊對外承諾「不干預經營決策，不搶佔項目主導，不尋求發行運營」，以表達對遊戲科學的支持。

2018年，為了彌補《鬥戰神》的遺憾，

遊戲科學團隊開始了《黑神話：悟空》遊戲的製作，兩者同為西遊題材。在此後幾年的時間裏，遊戲科學團隊一點點發布遊戲設定：從人物稿、第一個Demo、第一個實玩畫面、第一個官方實機劇情片段……其中，2020年8月，《黑神話：悟空》發布的實機演示視頻，在B站播放量24小時破千萬，最終超過5,700萬，成為B站當時單一遊戲歷史播放量最高的存在。

有網友戲稱，《黑神話：悟空》在整個遊戲產業和玩家圈中，是被當成「全村的第一個大學生」來看待和呵護的。

## 內地遊戲企放假一天 國外網友惡補《西遊記》

在遊戲上線前夕，內地有多家遊戲公司宣布，要專門為員工放假一天，甚至為員工報銷買遊戲的費用，相關話題迅速登上微博熱搜。

### 讓員工感受國產3A大作

香港文匯報記者查閱發現，四川木子楊科技有限公司8月19日在公眾號上發布消息稱，為表達對這款遊戲的熱愛與支持，同時為了讓員工感受國產3A大作的魅力，公司決定在8月20日放假一天。遊戲發行商 Gamera Game 也宣布8月20日放

假，公司還表示，「為了避免各位同事因臨時暫停工作而感到不知所措，將送給每位同事一份《黑神話：悟空》數字豪華版。」還有行業媒體「遊戲茶館」公告，為讓員工們更好地體驗《黑神話：悟空》，決定8月20日放假半天，同時為大家提供一份報銷該遊戲費用的機會。

### B站抖音直播遊戲體驗

《黑神話：悟空》的出現，也引爆了內地二次元圈和遊戲圈的用戶情緒共鳴。昨日，在B站和抖音上出現了頗為壯觀的場

面——幾乎所有的遊戲、二次元相關博主都在直播遊戲體驗，彈幕中也是一片熱鬧氛圍，認為遊戲畫面精美，呼籲拍成電影，相信票房一定很可觀。

在國外，因為眾多玩家蜂擁而至，創下 Steam 伺服器下載帶寬峰值紀錄——在預先下載開放後的不到4小時內，寬帶最高時達到70Tbps，甚至一度直接崩潰。多名主播和玩家戲稱，「Steam好久沒被下爆過了。」有不少外國網友甚至開始惡補《西遊記》原著，部分海外遊戲社區也變身《西遊記》普及地。

## 遊戲無罪 阻「玩物喪志」不可一刀切

《黑神話：悟空》一上市就火爆，肯定有人會問，為什麼一個遊戲值得這麼轟動？我們深受儒家思想影響，從小就被教導不要「玩物喪志」，而遊戲更是被視作毒害青少年身心的元兇，大多數時候遊戲在媒體上的出現，還伴隨着「上癮」、「氪金」、「不務正業」等字眼。

### 可成思想文化傳播載體

但對不少遊戲從業者、遊戲發燒友、二次元用戶來說，他們人生中的很多重要時刻是發生在遊戲或動漫裏的，遊戲也可以成為思想和文化傳播的載體。如在80後記憶中不可抹去的《仙劍奇俠傳》，在國產單機遊戲尚且混沌的年代敢於創新，通過文學化的劇情表現，滿足了當時玩家們對中華傳統文化中神魔世界的想像，雖然在玩法上並無太大革新，但就其精神內核來說，有着最純正的中國味，尤其是「俠與義」的結局更是感動了無數玩家。

但此後的數十年，我們看到的大多數遊戲，是流水線機械式的氪金手遊。有能力做3A單機遊戲的大廠都清楚，在遊戲圈內，3A遊戲代表的是一個國家的遊戲製作水平，但仍懼怕這個充滿不確定的市場，生怕所投入的會打水漂。

### 創造中國故事文化符號

直到《黑世界：悟空》出現，在 Steam 上，遊戲的好評率超過95%+。有遊戲玩家說，就算其最終銷售額可能連《王者榮耀》一個月的收入都不到，我們也要支持它，因為它向世界證明了中國也有做好遊戲的能力，中國遊戲人也可以創造出屬於自己的故事和文化符號。而在國際上，顯然《黑世界：悟空》已經憑藉其扣人心弦的劇情、精美的畫面和深度的遊戲體驗收割了一大波玩家。

遊戲無罪，玩物也不一定喪志。《黑世界：悟空》作為一款現象級遊戲產品，或將幫助我們重新審視遊戲在文化傳播上的影響力和價值。

◆香港文匯報記者 李薇