

国产游戏崛起：谁会成为下一个“悟空”？

文/许心怡

2024年，“天命人”一棍捅开了国产大型单机游戏的新世界。当年8月20日，《黑神话：悟空》正式发售。逾4个月来，这款游戏在商业和口碑上双双创下佳绩。

《黑神话：悟空》的爆火，仅仅是个例，还是吹响中国大型单机游戏的号角？包括《黑神话：悟空》制作人在内的游戏人认为，在目前的中国游戏产业发展背景下，诞生出这样一款作品并非偶然。而《黑神话：悟空》的热销也证明，大型单机游戏在中国存在市场。

伽马数据联合创始人兼首席分析师王旭向《中国经营报》记者表示，《燕云十六声》《百面千相》《影之刃零》等都是《黑神话：悟空》之后值得期待的单机作品。



《黑神话：悟空》游戏画面。

许心怡/摄影

产业成熟

“有人说，一个从没做过单机的团队，做的第一款单机游戏取得如此的成绩，是一个小概率的偶然事件，未来也很难复制。我想说这不是什么偶然，这是一个中国的文化，中国的人才，中国的营商环境，中国的游戏产业，与全世界的广大玩家一起碰撞出的必然结果。”游戏科学创始人、《黑神话：悟空》制作人冯骥在微博上表示。

“《黑神话：悟空》的整个开发过程中，技术方面依托于虚幻引擎5强大的渲染能力，但更重要的是游戏科学的项目管理能力。”游戏从业者黄家伟向记者表示，“尤其是虚幻引擎4向虚幻引擎5的升级过程中，开发组需要做好相应的升级分支和工具链测试，以避免原有的开发资源由于开发环境变动而作废。”

“为了项目整体质量，游戏科学勇于主动砍需求和内容。对于一个项目管理者而言，最厉害的不是按时完成，而是解决问题的能力以及为了项目落地砍需求的能力，最重要的是整个工业化开发管线的部署能力。”黄家伟说道。

动作冒险RPG游戏《影之刃零》2024年夏天在多个游戏展会展开了线下试玩活动，其展现出的游戏品质吸引了众多玩家的关注。

这款游戏由北京灵游坊使用虚幻引擎制作。而在此前，灵游坊的游戏制作经验集中于2D游戏和手游。

《影之刃零》制作人、灵游坊创始人梁其伟对记者表示，目前中国游戏产业已经形成了完善的外包资源和产能。因此对于《影之刃零》这样一款大制作的后续开发而言，在已经完成了核心系统铺设的前提下，大量的模型、场景、关卡等内容填充工作虽然有挑战，但对于灵游坊而言依然是有把握的。

“一片蓝海”

早在2020年首曝之际，《黑神话：悟空》就承诺其将采取一次性买断的经典单机付费模式。此前，大部分国产买断制游戏是精致的小品游戏，在前期投入、呈现效果、表现力方面不如《黑神话：悟空》这样的“大制作”。

很长一段时间内，国产游戏的

主流商业模式是免费+内购。即使内容导向的游戏类型崛起，这些游戏也都融合了网络游戏的养成、内购模式。此外，随着版本更新，内购游戏可以长期实现收益；相较之下，买断制游戏可谓开局定生死。

在《黑神话：悟空》之前，网易旗下《永劫无间》也曾采取买断制的商业模式。但《永劫无间》是一款多人竞技游戏，具有社交互动性。这款产品后来也转向免费，并推出外观等内购产品。

“在内购的商业模式方面，国内企业经过了长期积累，拥有丰富的经验和方法，在全球范围内都有明显的优势，游戏厂商倾向于这一商业模式，是基于多年来产品收入的数据为依据做出的判断。”王旭表示，“这一判断也会随着游戏主力消费用户群体的变化而变化。比如，在《黑神话：悟空》的销量数据下，一些厂商的决策者也做出了改变，会考虑制作人提出的单机游戏开发提议，也会考虑投入数亿元去开发这类游戏。”

王旭认为，在网络游戏模式的

发展下，如今国内的游戏市场得以积淀，“国内厂商摸索出了免费游戏道具收费的模式，并持续升级，使其在PC和移动游戏上充分发挥作用，才造就了游戏产业的数千亿市场规模。但是在买断制为主的主机和PC单机市场上，与国外高水平产品相比，国产游戏在数量上和影响力上仍有差距”。

他认为，从《黑神话：悟空》的

国内购买者数量，以及部分投资者的态度来看，国内目前已经拥有了适合买断制大型单机游戏发展的土壤。在研发大型单机游戏方面，国内厂商需要将更多精力放在技术和游戏设计的细节等方面，这将以游戏的商业化策略为重心，转向以游戏的玩法设计、画面品质、操控细节等为重心的重要变化。

在王旭看来，《燕云十六声》《百

面千相》《影之刃零》等都是《黑神话：悟空》之后值得期待的单机作品。

2024年12月27日，网易旗下的《燕云十六声》正式上线。在没有上架Steam的情况下，这款游戏的PC官方下载包被宣布下载量达到300万次。网易方面还宣布，其移动端将于2025年1月9日上线。

《燕云十六声》和《永劫无间》一样，采取了免费+内购的商业模式。这款游戏于2022年在德国科隆游戏展中首次亮相时，就展现出画面厚重、精致的单机游戏品质。其正式公测的版本，既是一款单机游戏，支持玩家离线单独游玩，也有MMO的模式，让玩家可以联机体验。

《影之刃零》凭借多样的武器、招式赢得玩家期待，其制作方灵游坊此前长期从事手游的开发。梁其伟对记者表示，目前国内手游赛道竞争已经相当激烈；与之相比，高质量的单机游戏市场则是一片蓝海。

“迄今为止，《影之刃零》形成的曝光度是我们之前所有手游加起来10倍还多，在海外更是达到了目前许多3A游戏的水准。”梁其伟告诉记者，“如果我们发行一款手游，这种曝光度是不可想象的。我们目前花费在《影之刃零》上的所有市场费用，如果用于手游买量的话还不够买1万个有效用户。”



《影之刃零》参展2024年ChinaJoy。

受访者/供图

中国游戏“赶海”：让“国风”吹向世界

文/李哲

中国自研游戏海外收入在连续两年下降后实现增长。2024年，中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为185.57亿美元，同比增长13.39%。

《中国经营报》记者注意到，2024年国产自研游戏通过“走出去”实现快速增长，同时带动中华优秀传统文化一同“走进”，让海外优秀玩家了解、喜欢中华文化。这源于中国游戏企业多年来

值得注意的是，这是中国自研游戏海外收入在连续两年下降后出现较大增幅。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示：“回顾过去二十年来，中国游戏产业的发展，‘出海’是我们绕不开的一个话题。伴随着移动互联网的快速发展，我们不仅成为全球主要的游戏消费市场和生产国，以腾讯、米哈游为代表的本土厂商，也掀起了一轮轮的‘出海’浪潮。截至2024年5月，共有40家中国厂商

国产自研游戏在全球市场的表现来看，在‘走出去’这一阶段已经取得了一定成果。以2024年10月全球手游发行商收入榜为例，共有34家中国厂商入围前100；而在11月全球最赚钱的100款手游中，有61款是来自中国厂商的游戏，这表明中国企业至少在手游领域已经走在世界的前列。”

谈及点点互动在海外取得的成功，世纪华通方面在接受记者采访时表示：“就点点互动自身的发展看，我们觉得成功在于过去

全球化思维，要站在国际高度、宏观视角把握行业格局，不断提升出海的深度与层次。同时，要高度重视前沿技术演进，坚定地夯实基础、筑牢根基，并‘久久为功’进行持久攻关，构建起全球领先的工业化能力。此外，要坚持以文化为核，将推动不同文明交流互鉴，视为游戏全球化最重要的目标之一。”

让文化“走进来”

面对海外市场，国产自研游戏在“走出去”的同时，还要在“走进来”方面下足功夫。

世纪华通方面表示，“走进来”意味着国产自研游戏要深度融入当地文化，契合当地玩家的喜好和游戏习惯等。当前部分国产游戏已经开始注重这一点，比如我们在海外推出的产品，会在游戏剧情、角色设定、玩法等方面进行本地化的调整，努力贴合海外不同市场的文化背景和玩家需求。

而国产自研游戏在“走进来”的同时，带动了更多中华优秀传统文化出海。

业内人士表示，很多玩家在游戏过程中种下了对中华文化好奇的种子，会自发地去寻找游戏中的中华文化典故，探索、学习中国的历史故事。随着国际交流的恢复与促进，来中国体验文化魅力的外国游客会不断增多。这有力证明了中国传统文化完全能够借助数字游戏“走出去”“走进来”，并充分发挥游戏对文旅、文创、衍生品消费的巨大推动力。

“最近几年，我们看到，随着国产游戏研发水平的提高，国内涌现出了一批主动以中国传统文化为内核的高质量作品，开发者在文案、场景、玩法上精益求精，细化与

放大了游戏中深厚的中国文化内涵，赢得掌声的同时，也获得了市场，甚至意外加持了直播、旅游等产业的发展。”网易集团副总裁庞大智说道。

腾讯公司副总裁张巍表示：“《王者荣耀》国际服于2024年6月上线，通过融入多样化的文化内容，在许多国家和地区成为广受欢迎的MOBA类游戏，进而让传统文化更好地走向大众、走向世界。”

三七互娱方面对记者表示，除了游戏本身的内容以及推广以外，传统文化的植入还可以通过后续游戏运营活动的方式展开。“自2023年开始，我们头部的出海游戏‘Puzzles & Survival’就以年度为单位，定期推出传统文化的联动。以与广彩的联动为例，我们在游戏中设置了相关的剧情和道具，引导全球玩家详细了解广彩这一非遗项目背后的故事。这种游戏内活动的方式，不仅能传播我们的中华文化，也能反哺游戏的长线运营，让玩家持续期待新版本、新内容的更新，令游戏长青。”

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山表示，在中国游戏文化出海的过程中，我们应善于从这些优秀的成功案例中汲取经验，正确看待外来文化与本土文化的关系。在以坚定的文化自信为基石，探索自身文化特色的同时，秉持“汇通天下、兼收并蓄”的气度，深化“扬帆出海”的战略布局，依托“游戏出海”的广阔平台，将中华文化以更国际吸引力的方式呈现。

技术驱动产业升级

在张巍看来，全球游戏行业

正处于一个拐点中，这个拐点是新的商业模式、新的技术应用所带来的。

中国音像与数字出版协会副秘书长、游戏工委秘书长唐贾军提到，移动游戏出海格局正在转变，中轻度游戏出海成为新风口。

这为小游戏出海提供了更多的市场想象空间。《2025中国游戏产业趋势及潜力分析报告》显示，2024年有十余款小程序游戏成功出海，并创造了近10亿美元的收入。

世纪华通方面表示，目前海外也有很多平台有小程序，如果有其他超级APP开放小程序，公司肯定会去尝试。

“目前，全球游戏创新步入密集活跃期，优胜劣汰的速度比以往更快。技术驱动在本轮产业升级中将发挥重要作用：通过顶尖的引擎技术、全新的工业化流程，以及人工智能等前沿技术的应用，显著拉高了游戏品质的上限，对企业综合创新能力提出更高要求。”张巍说道。

完美世界CEO顾黎明认为，下一个阶段，AI和UGC结合会加速内容创造，让个性化游戏成为可能。

巨人网络方面向记者表示，2024年，大模型技术在视频领域取得了突破性进展。对于游戏行业，视频生成能力有望替代传统游戏生产方式，极大提高游戏发行内容的创作效率；长期来看，其涌现出对3D模型的理解以及强大的物理世界仿真能力和泛化能力，将对游戏生产管线、交互方式、游戏玩法产生深远影响，被认为是完全由数据驱动的下一代“游戏引擎”。



《无尽冬日》游戏特色介绍。

李哲/摄影

在游戏技术领域的不断突破，进而助力国产游戏在海外市场长久“走下去”。

掀起“出海”浪潮

中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会发布的《2024年中国游戏出海研究报告》(以下简称《报告》)显示，2024年，中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为185.57亿美元，同比增长13.39%。

进入全球手游发行商收入榜TOP100，占总发行收入的39.7%。”

记者注意到，2024年的海外游戏市场中，表现突出的不仅有《黑神话：悟空》这样的国产3A大作。

世纪华通旗下点点互动研发的《无尽冬日》全球已经突破过亿的下下载量，莉莉丝在海外推出的《剑与远征：启程》，公测首日便登顶美国、加拿大、英国等地iOS免费榜。

对此，业内人士表示：“从目前

的4-5年中，持续研发探索，尝试玩法融合，纠正自己前进的方向。点点互动通过非常快的开发节奏，去熟悉自己的方向和能力圈，了解自己的边界，持续不断地根据市场反馈做出最优的调整。例如每个游戏的主题都会有很多的前期测试，通过不断的筛选后得出最优解。《无尽冬日》的冰雪题材便是通过不断跑数据的方式测试出来的。”

对于中国游戏出海，敖然建议道：“中国游戏企业要具备更强的全