《影之刃零》热销背后：手游厂商加码大型单机游戏

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

上线72小时、销量突破400万份。《影之刃零》再次证明国产大型单机游戏所具备的商业潜力。

10月29日，《影之刃零》上线，实现销量、口碑双丰收。这款国产武侠动作游戏并非一蹴而就的大作，其研发商灵游坊在独立游戏、手游领域已经有20年的积累。此前，为集中资源研发《影之刃零》，灵游坊放弃了多款手游的研发工作。

如今，《影之刃零》的市场成绩表明，中国手游厂商具备转向大型单机游戏的能力。DataEye研究院负责人刘尊向《中国经营报》记者表示，一款成功3A单机游戏带来的品牌溢价、衍生价值、技术沉淀，是任何“短平快”手游比不了的，其更能成为厂商的“护城河”。

3天卖出400万份

上线后，《影之刃零》向玩家呈现出爽快的战斗节奏和丰富的地图探索内容。

根据第三方平台SteamDB数据，《影之刃零》上线首日同时在线人数迅速突破40万；在发售后的第一个周末，其同时在线人数一度超过80万。

11月2日，《影之刃零》方面宣布，游戏发售后72小时销量突破400万份。

11月4日，游戏行业调研机构Alinea Analytics发文称，根据估算，《影之刃零》在Steam和PlayStation 5平台上售出约430万份，总收入达到2.23亿美元（约合人民币15亿元）——《影之刃零》的收入已跻身2026年Steam、Xbox和PlayStation三大平台年度新发售游戏第10名。值得注意的是，这一成绩是在游戏尚未登录Xbox平台的情况下取得的。



《影之刃零》游戏截图 公司官微/图

Alinea Analytics数据显示，中国市场合计贡献了《影之刃零》销量的55%、总收入的45%。这意味着，其他地区同样为《影之刃零》贡献了相当可观的销量和收入，一定程度上显示了这款游戏的文化破圈力度。

在销量之外，《影之刃零》口碑表现同样不俗。截至11月6日，该游戏在Metacritic的PC版加权媒体评分为88分，PS5版为86分；OpenCritic加权媒体评分为88分，媒体推荐率达到96%。

上线后，《影之刃零》向玩家呈现出爽快的战斗节奏和丰富的地图探索内容。

在《影之刃零》中，玩家可以通过打败敌人获得不同形态的武器。武器升级的资源限制相对宽松，因此玩家有更多空间尝试不同的武器搭配，自主探索战斗流派。

在动作设计上，游戏拥有丰富的动作模组，玩家在战斗中甚至可能打出超出自己预期的招式。例如，主角在遭到敌人夹击时，可能突然腾空飞踢；当背后受到攻击时，可能会迅速反手格挡。这些根据战斗情境触发的动作，让玩家在参与战斗的同时，也能享受到观看武侠动作表演般的视觉体验。

游戏发售前，《影之刃零》制作人梁其伟曾发文介绍这款产品在动作和场景制作上的投入：团队进行了数千小时的动作捕捉，走访中国各地的城镇与山村进行3D扫描，邀请广东舞狮大师指导舞狮动作、峨眉剑术大师指导剑阵设计、少林寺僧人指导拳法。此外，项目组还组建了一支武打动捕团队，由动作导演羊柳带领，邀请了武打影视明星甄子丹担任顾问，为游戏制作了大量攻击、防御、躲闪、连招、处决动作。

游戏中的武功招式带有浓厚的中国传统武侠色彩，而人体改造的设定以及多处工业风场景，则为游戏融入了朋克元素，构成了《影之刃零》较为鲜明的视觉风格。

值得注意的是，《影之刃零》发售后不久，游戏市场便迎来其他重量级作品——11月5日，任天堂推出《塞尔达传说：时之笛重制版》；11月19日，IP历史长达30年、立项超过10年的《侠盗猎车手6》也将发售。

在全球知名IP大作密集登场的背景下，《影之刃零》发售初期取得超400万份销量，再次证明国产大型单机游戏的商业潜力。

从独立游戏到单机大作

随着玩家需求日益多元化，部分游戏厂商开始将目光投向大型单机游戏，探索移动游戏之外的产品形态和市场空间。

在《影之刃零》之前，梁其伟和他创始成立的灵游坊曾涉足独立游戏和手游的开发。据梁其伟发文介绍，20年前，他在学校开始制作自己的第一部独立游戏《雨血：死镇》。灵游坊官网介绍，《雨血：死镇》下载量超200万次，《雨血前传：蜃楼》上架Steam后，“成为近十年首部走出国门，并成功在国际主流单机游戏平台发售的国产单机游戏”。之后，灵游坊又推出了《影之刃》系列手游。

2017年，梁其伟发布公开信称，打算制作一款3D的《雨血/影之刃》，“不是风格化的3D小品，而是实打实的具有完整工业流程和细腻表现的3D大作”。

“如果我们能够以主机大作品质完成《影之刃零》的话，它的成功率一定远比我们再去卷一款手游要高得多。”2024年，梁其伟在接受记者采访时曾表示。

从独立游戏到手游，再到大型单机游戏，灵游坊的发展历程显示，《影之刃零》的面世是团队多年游戏开发经验积累后，对更大规模、更高制作水准项目的一次尝试。

这一历程也折射出中国游戏市场的变化：早期，独立游戏所处圈层相对小众；随着智能手机的普及，国产游戏在移动端形成成熟的商业模式，积累了开发经验和资本；如今，随着玩家需求日益多元化，部分游戏厂商开始将目光投向大型单机游戏，探索移动游戏之外的产品形态和市场空间。

除了灵游坊外，多家专注于移动游戏、跨端游戏的厂商开始涉足大型单机游戏。2025年6月，网易旗下《归唐》公开首支预告片，确认为标准买断制单机游戏；2025年1月，叠纸游戏旗下《万物契约》经历调整，产品重新定位为买断付费的纯单机产品；腾讯先后投资了游戏科学和灵游坊，孵化出《黑神话：悟空》和《影之刃零》。

单机赛道的机遇与风险

比起显性的商业模式风险，刘尊指出，大型单机游戏还有两个隐形风险。

“当前的移动游戏厂商在这样的环境下推出新手游，可能需要花费大量预算冲榜，对抗已经严重固化的用户市场。这无疑是在‘红海’市场中拼刺刀，突围难度巨大，倒不如主动寻找新的增长曲线。”刘尊对记者表示，手游赛道的拥挤，是推动厂商转向单机游戏市场的主要原因。

刘尊表示，国内手游赛道已经触到增长天花板，基本进入零新增的存量博弈阶段——无论收入数据增长，还是用户规模增速，都已放缓。而在手游行业赚钱的难度已经越来越高的情况下，成本端仍在不断攀升，导致游戏产品获客单价越来越高。

在此背景下，2024年8月上市的《黑神话：悟空》给全行业打造了一个可落地的商业样板。今年6月，据新华社报道，《黑神话：悟空》全球销量超3000万份。刘尊指出，根据第三方测算，扣除渠道分成、税费、宣发等各项成本后，《黑神话：悟空》项目净利润层面投资回报率有望达到10倍以上。

“这直接打破了‘国产单机不赚钱’的偏见，让行业看到国内玩家对3A、大型单机游戏的消费意愿，以及游戏出海的机遇。”刘尊说道，“另外，《黑神话：悟空》的成功使得国内用户教育逐步形成——国内游戏玩家为了玩这款游戏更新配置、购买主机，往后的3A国产单机游戏触达用户的门槛被磨平。”

刘尊认为，手游厂商进军大型单机游戏或许是为了构建品牌“护城河”，“一款成功3A单机游戏带来的品牌溢价、衍生价值、技术沉淀，是任何‘短平快’手游比不了的，这就意味着单机3A的IP能力更值钱，更能成为厂商的‘护城河’。除此之外，这些游戏厂商或许更想搭建手游时代不具备的核心能力——一套能支撑高规格单机的美术管线、动作系统、全球主机发行能力，使得厂商可以更加从容地面对这个不确定性极高的游戏市场”。

“手游厂商转战大型单机赛道，比从零起步的单机团队效率高太多。”刘尊表示，手游厂商多年来攒下的大规模团队协作能力、版本管理能力以及美术、动作捕捉流程等资产已经达到全球顶尖水平，在全球化发行、用户理解与数据分析方面也有着深厚的积累。

但刘尊也认为，手游厂商转向大型单机游戏，一些能力需要重新建立——团队需要摆脱过去对边做边调的依赖，适应长时间的研发周期、发售前没有大规模用户数据的境况，建立起长周期项目治理能力；内容生产上要更重视剧情的编写以及关卡的设置，为玩家营造沉浸感和可玩性，不能再单纯追求“爽感”；主机硬件适配上要做到稳定帧率、零恶性Bug（程序缺陷），还要过索尼、微软的平台认证。

此外，大型单机游戏的商业风险，比手游更高。刘尊表示，与手游相比，大型单机游戏研发时间长、成本高，而发售前后3个月的销量就决定了整个项目的生死，后续难以靠运营慢慢“回血”；与此同时，大型单机游戏定价空间有限，在研发成本上涨的情况下，盈利窗口收窄。

而比起显性的商业模式风险，刘尊指出，大型单机游戏还有两个隐形风险。

手游口碑问题可以通过新版本、福利等运营手段挽救，但单机游戏的口碑是“锁死”的，发售后前两周的Steam评分、媒体评分，直接决定了后续一两年的销量，甚至会影响公司下一个项目的玩家信任。“如今，《黑神话：悟空》已经把玩家对国产3A的期待拉到了很高的位置，导致玩家对后续产品的品质要求会越来越高，越来越苛刻，这种口碑风险是手游团队难以应对的。”刘尊说道。

另一大隐形风险是，团队可能难以坚持到产品发售。“（手游）大厂内部，所有资源都是跟着季度收入走的，做手游的团队每个季度都能交报表赚钱；做单机的团队五六年不产生一分钱收入，时间长了以后，内部资源倾斜、人员流动都是问题。”刘尊说道，“很多厂商在立项初期充满动力，立志打造高品质3A大作，但扛不住三五年看不到回报，中途有机会就砍预算、换方向，最后做出来个半成品，反而把品牌口碑耗没了。”

“头部厂商做单机本来就不算短期ROI（投资回报率）的生意。只是很多厂商还没转过弯，拿着手游的短期回报逻辑去做单机，才会踩那么多坑。”刘尊表示。

乐元素“重”装上阵：《白银之城》前景几何？

中经记者 李哲 吴可仲 北京报道

10月31日，乐元素方面宣布，旗下二次元大世界新作《白银之城》将于12月14日全球公测。目前，该游戏全球预约已突破1500万。

乐元素因三消类休闲游戏《开心消消乐》而名声鹊起。此次推出的《白银之城》依托虚幻引擎5技术开发，并将精致的二次元美术风格与沉浸式都市探索相结合。

部分玩家对《白银之城》抱有较高期待。有体验过的玩家表示，“游戏美术水平较高”“侦探玩法和音乐的配合很优秀”。不过，2026年年末将有众多新游集中上线，届时《白银之城》将面临不小的竞争压力。其中，《GTA6》计划于11月19日发售，米哈游旗下的《星布谷地》将于12月上线。

“对好产品来说，任何时候都是好时机。”游戏产业时评人张书乐向《中国经营报》记者表示，二次元游戏在当下要取得成功，需拥有独特的二次元风格，以及能持续更新且频率不低的故事线，并且在玩法体验上更有沉浸感和差异性。

由“轻”转“重”？

乐元素成立于2009年。2014年，其开发的《开心消消乐》移动版上线。目前，该游戏累计下载量超过8亿。QuestMobile统计的2026年9月手机游戏行业App月活跃用户规模TOP10榜单中，《开心消消乐》以1.6亿的月活跃数量位列榜首。

凭借《开心消消乐》等游戏的支撑，在Sensor Tower统计的2026年9月中国手游发行商全球收入排行榜中，乐元素位列第十。

如今，在休闲游戏市场站稳脚跟的乐元素，再次将目光投向了二次元赛道。

早在2014年，乐元素就已开始在日本市场尝试更“重”的产品，由其日本子公司打造的《偶像梦幻祭》系列成为音乐节奏与男子偶像养成类的代表作。

张书乐认为，休闲游戏的门槛较低，大厂都在布局和进击之时，乐元素的生存空间被挤压，其选择大踏步升维到中重度游戏，既可以在更广阔的市场上去争取机会，亦可以为其后续探索更多细分赛道积累技术和经验。

事实上，二次元游戏赛道已经成为一片“红海”。伽马数据发布的《2026中国游戏产业半年度报告》显示，1—6月二次元移动游戏市场实际销售收入132.69亿元，同比下降8.97%。主因在于部分头部长线二次元产品流水下滑，新品收入未能予以弥补。

对此，张书乐表示，二次元游戏市场竞争激烈、淘汰率高的关键，在于许多产品要么二次元基因缺乏，要么二次元内容难以持续。

不过，张书乐认为，对好产品来说，任何时候都是好时机。“二次元游戏在当下要成功，其一是拥有独特的二次元风格，跟风必‘吃灰’；其二是拥有能持续更新且频率不低的故事线，断更即掉粉；其三是玩法体验上更有沉浸感和差异性。”



第39届萤火虫动漫展《白银之城》展台 公司官微/图

“强敌”环伺

《白银之城》定于12月14日全球公测，届时将面临不小的竞争压力。公开信息显示，2026年年末将有众多新游集中上市。其中，《GTA6》将于11月19日发售，米哈游旗下的《星布谷地》将于12月上线。

记者注意到，《白银之城》的上线节奏较为紧凑。其于2026年1月开启首测，2026年7月开启二测。之后，乐元素的选择是跳过三测，在2026年12月就将《白银之城》投入市场。

对此，张书乐认为，此举或是意在为寒假档预热，同时也可以通过全面上线找到可能的疏漏。截至发稿，乐元素方面未就《白银之城》上线事宜向记者作出回复。

《白银之城》在二测之时，只对玩家开放了PC端的测试，而作为多端发行的产品，其移动端的表现备受玩家关注。

有玩家对《白银之城》手游端的优化问题提出了担忧。“还想看看三测的效果，没想到直接公测了。”还有玩家表示，游戏过程无卡顿，但是玩了10分钟手机就开始发烫，“化身暖手宝”。

根据乐元素发布的信息，其在制作《白银之城》之时，考虑到了二次元的差异化，并将精致的二次元美术风格与沉浸式都市探索相结合。如此看来，《白银之城》这款游戏容纳了“全球发行”“二次元”“都市”“RPG”等元素，这让玩家联想到了2026年4月上线的《异环》。

截至2026年10月28日，《异环》全球累计流水已超27亿元，其中全球官方渠道（PC+安卓）累计流水占比近60%。从《异环》取得的成绩来看，都市题材开放世界游戏仍存在增量市场。

张书乐认为，《白银之城》在画风、玩法上和当下二次元游戏有一定的差异性，该游戏预约过千万，证明玩家对其较为期待。

在张书乐看来，此前《白银之城》的测试效果风评不错，预示其开局会有较好的市场表现，但能否持续，则看其能否坚持更新。毕竟二次元游戏对于故事性要求更高，一些产品失败的原因之一就是玩家“催更”快过于游戏的更新速度。

对于一款面向全球的二次元大世界作品，《白银之城》的长周期运营同样是一大考验。在全球二次元游戏市场，米哈游旗下的《原神》被视为“标杆”产品。

张书乐认为，乐元素暂时不具备和米哈游一样的竞争实力，毕竟“罗马不是一夜建成的”，米哈游也是通过多年积淀、试错，才真正掌握海外市场的规律，从而取得《原神》的成功。乐元素开拓海外市场，《白银之城》中的维多利亚风格确实可能在英伦文化影响较大的国家和地区实现快速突入，但真正关键的依然是侦探小说式的剧情，能否深度吸引玩家，并融入当地更乐意接受的探案元素。