



# 由“黑神话：悟空”看消费趋势变化和文旅文创企业发展

□胡钰

## 创新研究

### 一、《黑神话：悟空》现象

《黑神话：悟空》自8月20日发售以来，在影响力、销售额、评价等方面都取得了极为出色的成绩，成为现象级产品。

#### (一)影响力：全球关注

该游戏首发当天最高同时在线玩家数已突破220万，上线后迅速吸引全球玩家目光，并长时间霸榜全球第一，引发了国内外广泛关注，英国《卫报》、美国彭博社、法新社、塔斯社、路透社等众多国际媒体纷纷进行报道。

1.文化传播力：其以中国神话为背景，深度挖掘和展现了中国传统文化的魅力，如对《西游记》故事的全新演绎、融入陕北说书等非遗，以及精细复刻出重庆大足石刻、山西云冈石窟、浙江丽水时思寺等著名文化地标，让全球玩家对中国文化有了更深的了解，为中国文化传播提供了新的途径和宝贵经验。

2.行业推动力：作为中国首款高品质3A游戏大作，它打破了长期以来欧美国家对3A游戏的垄断，证明了中国游戏开发商拥有制作开发3A游戏的能力，对中国主机游戏行业来说是一个重大转折点，或刺激对中国游戏行业的投资，尤其是3A游戏领域，有望带动国内其他公司参与进来，采用中国文化、中国IP进行游戏制作。

#### (二)销售额：成绩斐然

国外市场研究公司vginsights的预估数据显示，发售三天内在steam平台的销量已突破840万份，总收入超过4亿美元。在正式上线当天《黑神话：悟空》就已回本，国游销量榜数据显示，截至20日，游戏在steam上已售出超过300万份，加上wegame、epic和ps平台，总销量超过450万份，总销售额超过15亿元人民币。高盛在报告中指出，采用保守的7倍转换比率，基准情景下《黑神话：悟空》在steam上售出超1200万份，收入超过30亿元人民币，而乐观情况下则可能售出2000万份，收入超过50亿元人民币，这还不包括wegame和playstation平台销售。

(三)消费者评价：玩家好评如潮

在steam平台上累计收获了超18万份评价，整体好评率97.04%，在steam上的评价分级为“好评如潮”。从不同语言的玩家评论数量和好评比例来看，简体中文评价数量最

多，正面评价占比97%以上，英语区域正面评价占比94%，繁体中文正面评价占比91%，其他语言区域如俄语、葡萄牙语、法语、德语、西班牙语等，正面评价的比例普遍较高，基本都在90%以上，显示出了游戏在不同语言区域的普遍受欢迎程度。不过，日语区域和韩语区域的正面评价比例稍低，分别为79%和83%。

#### (四)媒体评价：高度赞誉

权威游戏媒体ign中国直接给到10分的满分评价，ign总部也给出8.0的高分，并在测评中盛赞这部游戏可以给玩家带来一场“视觉和听觉的盛宴”。德国著名游戏媒体4players指出，游戏在ps5上的表现非常稳定，并且以4k分辨率和30帧的表现赢得广泛好评。中国传媒大学5G智能媒体传播与产业研究院院长、动画与数字艺术学院硕士研究生导师王筱卉评价其“既具有中国文化韵味和特色，又展现极高的工业品质，不输于任何一款国外大作”。

《黑神话：悟空》无论是在影响力的广度和深度，还是在销售额的数额，以及玩家和媒体评价的高度上，都表现得极为突出，是一款具有里程碑意义的国产游戏佳作。

### 二、从“黑神话：悟空”爆火看消费趋势

《黑神话：悟空》的爆火背后，不仅展示其在游戏制作、文化传承和市场推广方面的卓越表现，还揭示了当前消费趋势的显著变化。

#### (一)品质与体验成为关键因素

《黑神话：悟空》的爆火反映玩家对高品质游戏的强烈需求和渴望。玩家不再仅满足于简单、快餐式的游戏体验，而是期待具有深度剧情、精美画面、丰富玩法的优质游戏。该游戏高质量的画面、丰富的剧情以及出色的游戏体验吸引了大量玩家，反映出消费者愿意为高品质的产品付费。在消费升级的大背景下，人们对产品和服务的质量、体验感要求越来越高，不再满足于低质、同质化的内容。企业需加大在研发、设计等方面的投入，提升产品和服务的品质与独特性，以赢得消费者的青睐和市场份额。

#### (二)文化自信与认同推动消费

游戏以中国神话为背景，承载着深厚的文化底蕴，其成功表明消费者对中国文化的高度认同和强烈兴趣。消费者不再仅仅追求国外文化产品，而是渴望具有本土文化特

色、能讲好中国故事的优质内容，这为文化相关产业带来广阔市场，企业应注重挖掘和利用本土文化资源，打造具有文化内涵的产品和服务。

#### (三)文化与科技深度融合趋势

游戏不仅承载传统文化的精髓，还通过精细还原中式古建筑等元素，点燃文旅产业的新火花。这种跨界融合为IP变现提供新的路径，推动文化消费的增长。

#### (四)男性消费潜力的释放

《黑神话：悟空》的成功，展示了男性消费者在游戏市场中的巨大潜力。以往市场普遍认为男性是低消费群体，但《黑神话：悟空》的爆火表明这一印象并不准确。《黑神话：悟空》从发售不到一小时即突破百万同时在线人数的壮举，到随后晚间更是跃升至200万的惊人数字，这一系列数据如同强心剂，为整个游戏行业注入了前所未有的活力。这一现象的背后，是男性玩家群体强大消费力的直观体现。长久以来，游戏作为男性消费者偏好的重要领域之一，其市场规模与增长速度一直备受瞩目。而《黑神话：悟空》的成功，无疑是这一趋势推向新的高潮。

#### (五)粉丝经济与社交互动影响力增大

游戏的热度带动周边及联名产品的开发与销售，如瑞幸咖啡的联名产品上线后迅速售罄，相关话题也冲上热搜。这显示出粉丝经济的强大力量，消费者对于与喜爱的事物相关的周边产品有着较高的购买意愿，同时社交平台的传播和互动进一步放大了这种影响力。企业可以通过与热门IP合作、打造粉丝社区等方式，增强消费者的黏性和参与度，利用粉丝经济创造更多商业价值。例如迪士尼，通过其丰富的动漫和电影IP，开发出众多周边产品，并借助主题公园等形式，为粉丝提供沉浸式的体验，实现了巨大的商业成功。

### 三、对文旅文创企业发展的影响

《黑神话：悟空》作为一款国产3A游戏，其成功不仅在游戏市场上引发了巨大反响，对相关企业发展也产生了影响。

#### (一)基于对文化自信与认同感的产品开发

该游戏以中国神话为背景，深度挖掘和展现了中国传统文化的魅力，如游戏中对《西游记》故事的全新演绎，对各种神话元素及古建筑等的精细呈现，让玩家深切感受到传统文



德国科隆国际游戏展上的《黑神话：悟空》拍照模型 新华社发

化的博大精深。这表明优秀的传统文化具有强大的吸引力和生命力，能够引发人们内心深处的文化自信与认同感，也提醒我们要重视和传承传统文化，从中汲取创作灵感。

#### (二)探索文化输出的新途径

《黑神话：悟空》在海外也受到广泛关注和好评，成为中华文化对外输出的重要窗口。它打破了语言和文化的隔阂，让外国玩家通过游戏了解中国文化，这为文化输出提供了新的思路和方式，即通过现代的、流行的文化产品形式，如游戏、影视等，将中国文化传播到世界各地，增强中国文化在国际上的影响力。

#### (三)花大力气和长时间打磨好的产品

《黑神话：悟空》的成功为国产游戏树立了一个标杆，证明了国产游戏开发者有能力制作出高品质、具有国际竞争力的游戏作品。它打破长期以来国产游戏在3A领域的空白，提升国产游戏在玩家心目中的地位和形象，激励更多的游戏开发者追求卓越，努力提高国产游戏的质量和水平，推动整个游戏产业的发展。

#### (四)重视技术创新

为了实现出色的游戏体验，《黑神话：悟空》在技术方面进行大量的创新和投入，如先进的画面渲染技术、物理引擎等。这反映出技术创新对于游戏产业的重要性，只有不断追求技术进步，才能满足玩家日益增长的对游戏品质的需求，同时也能在激烈的国际竞争中占据一席之地。游戏产业应加大对技术研发的支持和投入，培养更多的技术人才，促进技术创新的良性循环。

#### (五)合作共赢与品牌营销

一是产业链协同合作共赢。《黑神话：悟空》的成功带动电脑硬件、电商等多个产业环节的发展，如联想、七彩虹等硬件厂商推出联名产品，京东等电商平台销量增长。企业应加

强与产业链上下游的合作，实现资源共享、优势互补，共同推动产业的发展和升级。通过合作，可以降低成本、提高效率、拓展市场，实现多方共赢。

二是商业联动。游戏发售前后与瑞幸咖啡等的联动合作取得了较好的效果，既提升了游戏的知名度和影响力，也为合作方带来了商业利益。这表明合理的商业合作与联动能够实现互利共赢，但同时也要注意合作的方式和内容，不能过度消费游戏IP，要确保合作能够真正为双方带来价值的提升，且不损害游戏的品牌形象。

三是品牌营销。《黑神话：悟空》在营销方面的策略也值得思考。其通过前期的实机演示视频等方式，成功吸引了大量玩家的关注和期待，营造了良好的市场氛围。这提示游戏开发者要重视品牌营销，制定合适的营销策略，善于利用各种渠道和手段进行宣传推广，但也要避免过度炒作和虚假宣传，保持真实和诚信。

#### (六)重视人才培养

一款优秀游戏的诞生离不开高素质的开发团队。《黑神话：悟空》的开发团队展现出卓越的专业能力和创造力，这凸显人才培养对于游戏产业发展的关键作用。游戏产业需要加强人才培养体系建设，吸引更多优秀的人才投身其中，包括游戏设计、编程、美术、音乐等各个领域的专业人才，为产业的持续发展提供坚实的人才保障。

《黑神话：悟空》不仅在游戏市场上取得巨大成功，还为消费趋势的变化和企业发展的思考提供了宝贵的经验和启示。通过不断创新、精准把握市场需求、多渠道联动以及增强投资与市场信心，企业可以在当前复杂多变的市场环境中稳步前行。

(作者系河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院副教授)