

做直播的赚了,搞旅游的赚了,连买咖啡的都赚了……

“悟空”带火多少产业?

8月20日,国产游戏《黑神话:悟空》一经上线便在游戏平台热卖,赚得盆满钵满。几天过后,人们发现赚的不仅仅是游戏,做直播的赚了,卖电脑的赚了,搞旅游的赚了,卖咖啡的赚了,就连买咖啡的也赚了……这种“现象级”的表现,让不少人第一次意识到,一款优质游戏能为周边产业带来多大的价值。

周边产品

咖啡套餐转手就能赚二三十块

“预算7000,玩猴,可以推荐一下配置吗?”“预算5000到5500,想要流畅运行黑猴这样的3A,谢谢啦”……近段时间,在网上开装机店的店主小宅经常能收到类似的咨询。顾客口中的“猴”“黑猴”,正是刚刚推出的大热国产游戏《黑神话:悟空》。

“从8月15日开始,店里的生意就越来越火了,20日游戏发售那天,我们单日的浏览量和咨询量都比前一天涨了三成。”小宅介绍,黑神话悟空作为一款大制作的游戏,如果是用电脑玩,想要流畅运行或者享受更高的游戏画质,对电脑的硬件有一定的要求。也正因如此,才会有这么多顾客来店里咨询如何升级配置。“咨询量多了,卖得也多了,从15日到22日,我们7天的营业额已经超过8月上半月15天的营业额了,甚至还翻了一倍左右。”

借着游戏的东风,不仅做装机生意的店家“吃上了肉”,网上做数码测评的博主也跟着“喝了一大口汤”。记者在视频平台上看到,一名测评博主8月以来发布的视频播放量普遍在10万到30万,但其中一条“什么笔记本能畅玩黑神话悟空”的视频,短短一周播放量就破了百万。

电脑等电子产品和游戏紧密相关,卖得多一些可以理解,但你能想象咖啡也因此卖得更火了吗?据了解,一家咖啡品牌在《黑神话:悟空》上线之前就与游戏达成了联动合作,并上线了联动套餐。记者在点单程序里查看了多家门店,联动套餐都已售罄。

“现在都没货,第一天就卖完了。”一家门店的店员告诉记者,目前店里有两种产品,一种是联名咖啡,可以正常购买。而另一种联动套餐,包含两杯咖啡和一张游戏周边产品“闪卡”,刚上线不久就被抢空了。“我们也不知道什么时候能补货,您只能多关注手机。”

为何联动套餐如此火爆?记者看到,“闪卡”已经被当成了一种商品,在二手平台上被人转卖,标价普遍在五六十元,有的商品显示有多人想要。而当初的联动套餐,总价才29元左右。也就是说,如果哪位手快的顾客“蹲点”抢到了套餐,在网上转卖闪卡就能白赚二三十块,两杯咖啡等于白送。

游戏直播

有主播一天涨粉数十万

根据游戏平台STEAM的数据显示,8月20日游戏发售当天,同时在线玩家数一度突破220万。8月22日,这一数字更是突破了241万,排名单机游戏历史第一。有网友戏称:“如果按十万天兵来算,每个天兵要对战不止20只猴子。”

玩家狂欢的同时,还有很多人正通过另外一种方式关注着这款游戏——看直播。

“我已经买了游戏,可自己操作太差,所以先看别人的视频过过瘾。”小武介绍,关注游戏直播的爱好者主要分为两类,一类像他一样,自己玩游戏的同时,会关注主播的玩法、攻略,扩充对游戏的了解;另一类爱好者自己不玩游戏,只是看直播、视频,他们也被称为“云玩家”。

玩家对游戏的热爱,让游戏直播热度倍增,《黑神话:悟空》持续霸榜各大直播平台,甚至许多非游戏类主播也加入游戏直播的阵营,其中,不乏围棋国手柯洁一样的“圈外人”。

直播的火热,也创造了一系列“名梗”。如网红博主“张大仙”在直播游戏过程中,因“晕3D”产生恶心等症状,被迫停播休息,被网友称为“黑神话的首个受害者”。

数据显示,截至发稿时,抖音“#黑神话悟空”话题

播放量达到152.4亿次,快手“#黑神话悟空”话题播放量达到21.1亿次。由于这款游戏是“剧情+通关”的单机模式,从游戏类型来说,往往是“第一波”刚发售时直播热度最高,有主播为了争抢流量,打出了“不通关不下播”的口号,一天之内收获数十万粉丝。

作为一名“云玩家”观众,张洋这几天足足看了3个多小时的直播,眼瞅着主播打败“灵虚子”“金池长老”,自己也跟着激动了半天。给他留下深刻印象的,不仅仅是独具特色的人物、剧情,还有游戏中风格各异的场景与不断出现的中国元素,“看直播感觉就像是看电影一样,黄沙枯树配上陕北说书,这氛围感真是绝了”。

文旅景点 游戏取景地热度纷纷飙升

游戏里各种颇具真实感的场景,都是从哪里来的?记者看到,早在2021年游戏测试阶段,就有玩家对游戏内容展开了考据,发现有些场景取材于现实景点。之后随着更多游戏内容的放出,经陆续统计,游戏在国内至少有36个取景地,其中有27个来自山西。

网友对游戏感兴趣,文旅部门自然也不会放过这份热度。早在去年,山西省文旅厅就发布了一条“集齐游戏取景地”的视频,介绍了游戏中有哪些画面取材自山西的景点,视频目前的累计播放量已接近200万。

而在游戏发售并爆火之后,山西文旅的抖音账号更是趁热打铁,在22日晚发布了“跟着悟空游山西主题线路”推荐视频,其中涵盖了云冈石窟、悬空寺、应县木塔、鹳雀楼等多个取景地。视频发布不到一小时就一举登上了抖音搜索热榜,显示有超过4000万人在看。除了山西之外,重庆、山东济南等地的官方账号也发布了文章,向网友推荐大足石刻、灵岩寺等取景地,欢迎游客前来打卡。

游戏里热度不断、游戏外借势宣传,在这种“里应外合”之下,旅游小热潮自然到来。飞猪平台数据显示,8月20日游戏上线当天,山西旅游热度环比上月翻倍,其中多个游戏取景地热度更是纷纷飙升。

这一波热度和流量,对景区既是机遇也是考验。游戏当中,一句“小西天土地在此恭迎天命人”的台词,就让不少“好事网友”奔赴山西临汾隰县小西天景区。工作人员介绍,景区8月20日的客流量相比去年同期增长了300%,这两天更是已经超过了景区的接待能力,人多的话会限流,后续计划对景区的检票和售票系统进行提升。



包邮 黑神话悟空+瑞幸联
3小时前发布
¥55 8人想要
卖家信用极好



包邮 【现货+包邮】瑞幸
13小时前发布
¥54.90 1人想要
卖家信用极好



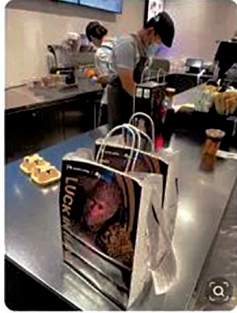
包邮 【现货+包邮】瑞幸
13小时前发布
¥54.90 1人想要
卖家信用极好



包邮 出+瑞幸联名黑神话
¥68.90 40人想要



¥50.88 3人想要
描述不符包邮退 24小时发货
福建 卖家信用极好



包邮 黑神话悟空x瑞幸光
1小时前发布
¥65 ¥650
北京 回复超快



包邮 黑神话悟空x瑞幸光
1小时前发布
¥65 ¥650
北京 回复超快



包邮 黑神话悟空联名 3杯
10小时前发布
¥59
陕西 百分百好评

联名咖啡套餐,在网上转卖就能赚二三十块。



专家声音>>>

边玩边了解 文化输出水到渠成

“从现实景点里取材放入游戏当中,其实在游戏界有过先例。”关注游戏行业多年的互联网时评人张书乐介绍,早年国外知名游戏《刺客信条》就曾采用过取景的手法,其带来的沉浸感、真实性极高,也吸引了许多玩家跟着游戏去考古。而相似的情况发生在《黑神话:悟空》上,算是游戏带动文旅行业的一次“中国实践”。

《黑神话:悟空》近几日的火爆不仅限于国内,国外也有许多知名博主投入到了玩家行列之中,但从部分游戏直播片段来看,外国玩家更多还是惊叹于游戏画面,对于游戏的背景文化不甚了解。

对此张书乐认为,中国文化的对外传播,必然经历海外受众从模糊到熟悉的过程,不能太过心急。而孙悟空作为这次文化出海的主角,是有一定优势的。“孙悟空在一些国际知名的漫画、游戏中都曾有过对应角色,外国人并不算很陌生,但这些‘外国悟空’的背景故事与我们所知的‘齐天大圣’往往相去甚远。这次中国人把自己的孙悟空推广出去,能够让外国人对中国文化产生新的认知。”

除了“选角”合适,游戏相比于其他娱乐媒介,提供的代入感也更强,作为文化输出的载体更容易被外国人所接受。“如果我们能让中国故事变成一种可以亲身体验的正向体验,让外国人边玩边了解,那么中国文化的海外传播就水到渠成了。”

据《北京晚报》报道