



1

## 《黑神话:悟空》横空出世 主机市场成焦点

2004年你印象最深的一款游戏是什么？相信绝大多数的玩家都会选择《黑神话:悟空》。

2024年8月20日，《黑神话:悟空》正式发售。这款承载着众多目光与期望的作品，最终以任何结果来看，都完全超越了绝大多数人的心理预期：首月卖出2000万份、Steam好评率98%……从2020年首曝到正式发售之前，恐怕连最乐观的预测也很难想象，《黑神话:悟空》能够将国产单机带到这样的高度。

《黑神话:悟空》这样高品质单机游戏的出现，终于填补上了中国游戏在传统3A大作领域的空白，并随之收获国际市场的广泛认可。该游戏不仅拿下素来有“游戏界奥斯卡”之称的TGA 2024(The Game Awards 2024)年度最佳动作游戏和玩家之声两大荣誉，更是在Steam平台上卖出2210份，全球收入超80亿元。

中国音数协会副秘书长、游戏工委秘书长唐贾军都在2024中国游戏产业年会上直言，他们2024年接到美国等国家使馆的拜访或咨询。“大家都不约而同关心《黑神话:悟空》之后，中国是否有更多企业开发类似3A大作。”

实际上，要是将范围扩大到单机领域之外，今年国产PC和主机游戏“大放异彩”的案例，已经算不上稀奇。比如像科隆展、TGA这两个带有“风向标”性质的国际游戏展，今年就几乎成为了国内厂商的“主场”。能够与欧美大厂“掰手腕”的产品，也明显变得越来越多。

单是最近半年，我们就先后见证了《七日世界》《三角洲行动》《无限暖暖》纷纷落地。其中，《七日世界》一度冲上了Steam全球热销榜第二，仅次于《黑神话:悟空》；而据称研发成本超20亿元的《三角洲行动》，也在上线前就成功跻身Steam愿望单排行榜Top4，后续仅用不到两个月时间便迅速揽获4000万注册用户，在国内外都打出了不错声量。

## 2 游戏出海成“第二增长曲线” 发展趋势非常迅猛

《2024年中国游戏产业报告》显示，2024年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入185.57亿美元，同比2023年增长13.39%，其规模已连续5年超千亿元人民币，并再创新高。这一数据无疑提升了中国游戏产业在海外市场的影响力，并为国际化进程注入了新活力。

据市场调查机构Sensor Tower数据，2024年11月中国手游出海收入及下载量排行榜，点点互动的《无尽冬日》、腾讯的《PUBG手游》《使命召唤手游》位列前三名，点点互动旗下的《无尽冬日》再次蝉联出海手游收入榜冠军。

在国际游戏舞台上，中国游戏也越来越靠近舞台中央。12月13日，在TGA 2024颁奖典礼上，《黑神话:悟空》获得“最佳动作游戏”“玩家之声”奖项。《鸣潮》《绝区零》《崩坏:星穹铁道》《无限暖暖》等国产游戏也在TGA颁奖典礼上亮相或提名。

业内人士指出，当下国产游戏出海已经成为许多游戏公司的“第二增长曲线”，发展趋势非常迅猛，并且大多承载着文化输出的使命。

“国产游戏出海也经历过照搬西方魔幻、科幻题材，难以形成差异化的时期。在2020年前后，国产游戏厂商才确立了游戏出海的底牌，也就是让中国文化的内核，成为核心竞争力。”张书乐表示，欧美正在适应中国游戏厂商的手游打法，其过去积累的先进数字媒体技术和游戏经验，都在快速融入他们的手机游戏之中，这让我们国产游戏出海的难度开始加大。针对这一趋势，国产游戏新一轮的海外进击，则更需要用文化来驱动，全面进入到大型游戏或独立游戏等过去不擅长的领域。

回首2024游戏行业

# 《黑神话:悟空》横空出世 游戏出海成“第二增长曲线”

对于国产游戏行业来说，2024年是具有里程碑意义的一年。

去年上半年，暴雪与网易的再度合作引起了广泛关注和期待。与此同时，腾讯也采取了大胆行动，宣布DNF手游将不再上架部分安卓应用商店。这一决策不仅挑战了传统渠道商的分成模式，更体现了游戏厂商对更公平分成比例的追求。

去年下半年的重头戏便是口碑爆棚的《黑神话:悟空》的到来。仅凭一己之力，它便打开了海外市场，成为国内游戏市场的一个里程碑，打造出属于中国的首部3A游戏。另一边，2024年游戏产业的增长率再次超过了7%，游戏玩家规模也迎来持续增长，增长率达到0.94%，是过去三年最高，共有超过627万新玩家加入了游戏圈。

回首2024年，国产游戏行业的哪些事件和变化值得关注？让我们一起看看。

■新快报记者 陈学东

## 3 AI赋能游戏加速研发效率 降本增效短期尚不明显

从2024年的情况看，目前AI在游戏行业的应用不仅仅停留在游戏设计、推广等辅助阶段，在原画、建模、动画、状态机、特效、编码等环节中使用AI进行辅助已经是游戏业界的常态。

2024年12月13日，巨人网络在2024年度中国游戏产业年会上发布“千影QianYing”有声游戏生成大模型，加码“游戏+AI”赛道。恺英网络也在2024年度中国游戏产业年会详细展示了旗下最新“形意”大模型在游戏开发中的重大突破。

多位游戏行业从业者均表示，AI技术对整体项目效率有所提升。例如三七互娱就表示，已经将生成式AI技术成熟应用于2D绘图，AI生成2D绘图每月产量超过28万张，在角色原画环节，通过实施AI制作2D美术的新流程平均可节省60%~80%工时。伽马数据的调研也显示，在研发层面“约八成感知效率提升超20%，约一成受访者认为AI能够带来50%以上的效率提升”。

张书乐认为，虽然游戏作为多媒体内容，是AIGC能够全覆盖的试验场，但目前来看AI还只是一个简单外挂，由于还是初步使用，AIGC的研发维护成本都还没能在较长时间线上摊薄，加上应用不够深入，降本增效短时间内不会被明显看出。

在他看来，目前能够较好结合AI的游戏场景基本体现在两个方面：其一是研发层面的语音、原画生成以及游戏测试，市场上已经出现一些应用，比如前段时间火爆的《沙威玛传奇》等；其二是游戏体验中，AI NPC(非玩家角色)已经出现，同时在UGC(用户生成内容)游戏上可以辅助用户生成原创游戏内容，比如最近上线的《燕云十六声》已经出现可以拟人对话的AI NPC。

## 4 小游戏市场火爆依旧 注重轻量化创新玩法

2022年，现象级小程序游戏产品《羊了个羊》的火爆，让许多游戏厂商看到轻量化的创新玩法依然有着巨大的用户市场。2024年10月，《羊了个羊》依然活跃在TOP10微信小游戏的榜单上，月活跃用户规模达2101万。

在游戏市场越来越卷的当下，这个成本低廉、反馈迅速，且还在增长的新兴品类依旧吸引了绝大部分从业者的眼光。从2024年年中开始就有不少团队拿出了“硬货”。包括前面提到的《无尽冬日》、4399《指尖无双》、欢喜时代《海蛇传奇欢乐版》等产品，都先后跑到了2000万以上的月活量。三七互娱的《寻道大千》更是以6700万以上的微信端月活保持着断层式领先，战况和此前相比变得更加激烈。

至于今年小游戏市场的最大黑马，则或许是大梦龙途的《向僵尸开炮》。2024年年初上线之后，这款主打肉鸽射击的产品不仅在小程序端稳居收入头部，APP端也自去年4月份以来持续发力，成为国内iOS畅销Top10的“常客”。

目前，小程序游戏仍处于快速发展阶段。《2024年中国游戏产业报告》数据显示，2024年，国内小程序游戏市场收入已达398.36亿元，同比增长99.18%。其中，内购产生的市场实销收入273.64亿元，占比68.7%；广告变现收入124.72亿元，占比31.3%。



广州市天河区软件和信息产业协会



加入我们 一起玩