

“3A”大作何以迟迟不来—中国游戏产业发展的困境分析

210210326 姚凯鑫 电子与信息工程学院

摘要：长期以来，国产游戏一直被贴上“质量差”“圈钱”“抄袭”的标签。由于市场条件不成熟、国内玩家版权意识薄弱、舆论对游戏仍存在偏见等问题，中国的大型游戏企业虽然资金雄厚，却一直研发出世界级品质即被业内称“3A”的顶级作品，且中国的独立游戏起步较晚，独立游戏制作人和工作室也面临诸多难题。国内玩家对国产“3A”大作的呼声越来越高，而距离具有代表性的中国“3A”大作的到来，还有多久？

关键词：3A 大作；独立游戏；游戏市场；产业；版权意识

引言：

2021 年 11 月 12 日，《光明记忆：无限》正式在 Steam 平台发售。这款由国内的独立游戏工作室飞燕群岛历时 22 个月打造的第一人称射击游戏，在公布之初就受到国内外玩家的广泛关注，而截至 2021 年 12 月 1 日，该作在 Steam 平台已经获得了 19270 条评价，好评率也高达 93%，被国内玩家称为“国产游戏之光”。

2021 年被大多数国内玩家称为国产独立游戏的元年。年初《鬼谷八荒》和《戴森球计划》在 Steam 平台突然爆火，前者同时在线 17.2 万打破了国产游戏的记录，而后者仅一周就卖出了 35 万份，更是让非英语地区的老外求翻译，这些成绩都让国内玩家看到了国产游戏的希望。

“为什么中国至今都做不出 3A 大作？”知乎上这个问题得到了 2000 多人关注，被浏览 264 余万次，回答很多来自于游戏开发者与玩家。“3A 游戏”的说法来自美国，“从上世纪 90 年代开始，一些企业用‘AAA’来描述自家游戏的长制作周期、高制作预算、高营销成本，这意味着顶级游戏品质与体验，相当于电影中的‘大片’。”^[1]那为什么中文互联网发展这么久，而中国却一直没有拿得出手的游戏佳作？国产游戏发展难在何处？

一、国内舆论环境的抵制

上世纪 80 年代，主流媒体《人民日报》对早期电子游戏厅的报道姿态是积极的，称其是帮助青少年熟悉当代科技的应用，而且兼具社交功能。在那个电子

游戏“黄金年代”，中国也诞生了诸如《英雄の信使》、《雷曼》与《仙剑》系列的佳作。但后来，随着“青年沉迷游戏而荒废学业”的案例越来越多，电子游戏也成为了许多家长眼中的“电子海洛因”，社会舆论对游戏的态度也逐渐转变。而至今，“虽然游戏已经成为很多人日常离不开的娱乐方式，但是国内看待游戏的观念仍然非常主观与固化。受传统观念的束缚，许多人对游戏这种娱乐方式的接受程度不高。”^{【2】}国内对游戏不加以区分的一刀切式的成见，给国产游戏的发展也增添了舆论上的阻碍。

游戏在中国为什么会成为“众矢之的”？事实上这也与国内厂商的“不思进取”密切相关。国内游戏开发商腾讯依靠其在社交媒体上的垄断地位，不断推出基于其社交软件的免费手游，降低用户进入游戏的成本，依托大数据分析来设计游戏使玩家上瘾，不断设置“消费陷阱”让用户充钱，让许多无判别能力的未成年人深陷其中。

而在国外，游戏已经被许多人称为“第九艺术”。“游戏本身包含了绘画、音乐、文本等多种艺术因素，对青少年的审美能力有潜移默化的影响，当然，前提条件是好的游戏。”^{【3】}法国育碧公司的动作冒险类游戏《刺客信条：大革命》将故事背景设定在法国大革命时期，玩家在游戏里会经历法国大革命几乎所有重要历史时刻，而这个游戏也在巴黎圣母院失火后为其重建提供了重要参考，这是因为制作组在游戏中复刻了这座艺术瑰宝。除了《刺客信条》系列，美国动视的《使命召唤》系列，EA的《战地》系列都是享誉世界的佳作，其中对场景的还原、对现实的反思，都令人震撼。可以看到，好的游戏是有审美价值和教育意义的。

“如果一味地放大游戏的弊端，不仅想法会变得愈发狭隘，而且很可能会在这一发展势头迅猛的全球新兴产业中丧失主导权。当前许多国家已经将游戏作为重要的文化输出板块，我们想要不落后于人，就必须正视——游戏已经成为这一代甚至未来几代人重要的娱乐方式之一。”^{【4】}

二、市场小，风险大，资本不愿入局

截至2021年3月，中国游戏用户已高达6.665亿，从用户数上看，中国游戏市场似乎非常大，应该存在激烈竞争来倒逼游戏产业的转型升级。而事实上，游戏市场的收入76.37%来源于移动游戏，客户端游戏已经缩水到了19.60%。^{【5】}

这样的市场格局使得不少厂商转向了成本小，收益更高得移动游戏。

这样的格局也是由付费方式决定的。国外游戏大多都是采用买断制收费，这使得国外的游戏厂商不得不通过提高游戏品质来获得更高的销量。“在很长一段时间里，国内网络游戏的收费模式是购买点卡，买一张点卡可兑换一段游戏时间，就像打电话买 IC 卡一样，在这种模式中，玩家等级和游戏时长直接挂钩，有钱没时间的玩家催生了代练公司和装备交易。”^[6]但氪金网游的出现改变了市场格局。“有钱玩家根本不会在乎买装备的花费，而没钱有时间的玩家看到‘免费玩游戏’的噱头自然不会错过。”^[7]2006 年，巨人网络出品网游《征途》，是国内最早的免费下载-内置付费的游戏之一，这款游戏成功也让其他厂商纷纷效仿。近十年智能手机的飞速发展也给移动游戏的发展提供了契机，而主机游戏前期投入门槛比免费游戏高，需要预先购买设备和游戏，会筛掉大部分投机玩家，因此中国的 PC 和主机游戏市场在还没成长升级之前就被移动端抢占，资本的逐利性也决定大多数大型厂商转向做内付费手游。“这主要因为手游的盈利前景，也是游戏产业大环境导致的。中国的游戏排行榜是付费推荐制，谁出钱多，谁的排名就靠前，各个环节都在逐利，游戏品质逐渐被忽视、甚至被牺牲。”^[8]比起制作开发周期长、消耗资金多、市场相对小、风险又大的 3A 游戏，大型游戏公司更喜欢制作内付费的手游，只要动用资源宣传就能获得可观的收入，且这种游戏开发成本低，因此一款游戏失败可以立刻转向另一款产品，风险极小。“既然能躺着把钱挣了，为什么要做吃力不讨好的事？”

大资本不愿入局，那国内玩家对国产 3A 大作的希望也只能寄托于独立游戏。近期“出圈”的国产游戏佳作也都是由单人或者小型工作室开发的独立游戏。

三、独立游戏之难

“独立游戏对整个游戏产业最大的推动作用在于，独立游戏承担着很多前沿的、试探性的工作，很多新的玩法先在独立游戏上验证，然后商业公司跟进。”

“在北欧和美国，独立游戏发展史并不短，很多 75 后、80 后游戏制作人都有过设计独立游戏的经历。独立游戏制作需要时间，国外生活节奏相对慢，福利制度比较完善，想饿死都不容易，但如果在北京停发两个月工资，房租都会把你逼走，很难在没有收入的情况下安心做事。”中国独立游戏联盟发起人梁铁欣说。

3A 大作的开发时间长，开发成本高，从概念到实物，不只是策划、美术和程序实现，还有服务器稳定性等诸多环节，每项工作都在烧钱。一些做 3A 游戏的工作室往往会有正在运营的产品来维持现金流，因为“如果有相对成功的产品，确实会被投资者和发行商追捧，内容开发不受资本限制。而中国更多的游戏团队，要么深陷情怀的陷阱苦于求生，要么拜倒于资本与金钱的膝下。”^{【9】}

而即使独立游戏作者完成了一款游戏的制作，要把它推向市场，依然面临这诸多难题。

首先是宣发问题。国内的大型厂商几乎垄断了国内的所有发行渠道，而小型工作室把钱都花在了游戏的开发上，几乎没有多的钱用于宣传，“掌握整个游戏产业的主要玩家不是开发者，而是发行商、渠道商，他们掌握了游戏在什么平台发、排在榜单什么位置。”^{【10】}但好在这个问题也正逐步被解决。2015 年底，全球最大的综合性数字发行平台之一 Steam 解锁了中国地区的登入与人民币购买，这也给国内许多游戏工作室提供了发行渠道，而自媒体的兴起也让越来越多的独立游戏制作人有了宣传的平台，国内大多数独立游戏都是在视频网站 bilibili 上先受到追捧的。

但一款游戏火了，随之而来的还有盗版问题。目前国内主流的付费方式仍然是内付费模式，许多国内玩家并没有付费购买游戏的习惯，因此网上的“破解版”就成了他们体验买断制游戏的选择。“虽然随着正版意识的普及，越来越多的国内玩家也加入到了支持正版的行列之中。许多尝试过盗版的玩家也会在遇到游戏折扣时购入一份正版，但是盗版游戏的问题依旧在许多独立游戏制作人的心头之痛。”^{【11】}

结语：

截至 2018 年 11 月 19 日，Steam 国区活跃用户已达到 3000 万。^{【12】}可以看到，愿意支持正版，为游戏付费的玩家越来越多。从去年《黑神话：悟空》的 13 分钟实机演示火爆全网，到今年《永劫无间》销量破 600 万、自发售以来长期位列 Steam 在线人数排行榜前 10，中国玩家对国产“3A”的热情与期待不断上升，而越来越多的好游戏也走进大众视野，走出国门，在海内外获得口碑与销量的双赢。随着国内版权意识的提高、玩家素质的提高、市场环境的改善和相关法律法规的

完善，国产游戏的春天终会到来，国产高质量游戏终会迎来大爆发。

参考文献：

【1】【6】【7】【8】【9】【10】李明子. 寻路中国好游戏：为什么中国做不出 3A 大作？中国新闻周刊，2020-09-28

【2】【4】龚道军. 中国游戏发展问题浅析 . 2021-07

【3】李明子. 被游戏塑造的一代：沉沦手游的孩子长大了会怎样？ 中国新闻周刊，2020-9-28

【5】数据来源：2021 年第一季度中国游戏产业报告. 2021-04-21

【11】王垚. 《太吾绘卷》爆火，国产独立游戏路向何方？ 出版人，2018-11-01

【12】数据来源：SteamSpy. 2018-11-19