

《黑神话：悟空》同款金箍棒火出圈 想买现货需要等一周 流量密码虽好用 相关周边切记守规

《黑神话：悟空》持续走红。截至目前，该游戏的全球销量已经突破了1000万套。眼下，一面是众多“天命人”还在游戏里对着白衣秀士“苦苦相逼”；一面是不少玩家早已手握同款金箍棒开始在现实生活里“暗暗修炼”，金箍棒成为当下炙手可热的手办。

这一次，它不仅引发了各个年龄层消费者的纷纷买单，还让来自义乌等地的众多商家直接爆单，直呼少于1万单不接，现货已经排到下周……



“谁小时候还没有个大圣梦啊”

在游戏里，玩家手持金箍棒，过五关斩六将。而在各大社交媒体上，五花八门的实体金箍棒突然卷起来了。

“闺蜜知道我在玩《黑神话：悟空》，说要送我一个游戏摆件，我还以为是什么奇形怪状的东西，收到一看原来是超酷的金箍棒摆件。”Shirley分享了她刚刚收到的金箍棒，“棒是九转镔铁炼，老君亲手炉中煅，从包里掏出金箍棒的那一刻，感觉小时候的超级英雄真的回来了。”

另一位网友则笑言，看到同事都在玩金箍棒，自己也决定跟风买一根来玩玩，金箍棒都被她盘包浆了，“我送我男朋友他也很喜欢，说是秋天收到的第一根棒棒。”

还有不少网友，虽然还没有来得及买一根金箍棒，但也纷纷在社交媒体上晒出了自己小时候头戴孙悟空面具、手握金箍棒的老照片，发文感慨“谁小时候还没有个大圣梦啊”。

记者按照价格排序，在消费者常用的几个电商平台检索发现：在某电商平台上，游戏同款的金箍棒最低售价3元钱，最高售价为268元。而在其他平台上则有售价近千元的金箍棒，同时包含定制刻字、自由伸缩等功能。

销量方面，记者检索发现，在某商城某店铺内，一款印有游戏主人公的金箍棒这个月已经销量近5000，商品页面显示，一周内有超过100人购买。而在1688批发平台上，金箍棒已位列如意摆件榜榜首，最高顾客回头率达76%。

“感觉这个游戏带火了很多工厂”

除了来自消费者的热情，还有商家们的激情。

“现在工厂的日产量都不够，每天都在出货，目前我们一天能产出几个。”来自合肥市庐阳区伟伟动漫工艺品商店的一位工作人员告诉《新闻晨报》，“现在下单后需要排期，工厂在两、三天后才能陆续发货。”他提到，现在游戏同款的金箍棒在电商平台上都是以预售的形式销售，并没有现货，“机器每天都跑不完，这样下去身体都吃不消了！”

另一家生产厂家的一位工作人员告诉《新闻晨报》，金箍棒的销量之前比较平淡，现在突然火起来，“你只要卖这个东西就有人气，流量很大的，做直播间效果很好。”他笑着向记者推销自家的产品。

而另外一家名为慈溪市拓虎橡胶制品厂的工作人员则表示，《黑神话：悟空》的走红，突然把之前不火的金箍棒捧成了生产量榜一，目前，他们工厂里的机器都是24小时不间断地转动。

“我们这两天还多开了几十套模具，这种金箍棒一天出两万个，火得不得了。”谈到自己8月份的“连轴转”，这位工作人员声音拔高，有些激动地向记者讲述他的忙碌，“我记得游戏刚出来的第二天，就有很多订单从四面八方涌来。”他提到，前两天自己做代发就发了一万五千单，而现在预定金箍棒需要等待一个星期以上，“我们都做不完的，目前至少预定数量过万的单子我们才会去对接。”

记者发现，该厂家除了生产金箍棒，还生产印有《黑神话：悟空》图案的鼠标垫。工作人员表示，这种鼠标垫的销量也很好，工厂每天能生产两、三万张，现在下单三天左右就可以发货。“感觉这个游戏带火了很多工厂，我朋友做跟它相关的鼠标、键盘等周边都火得一塌糊涂。”

而在抖音直播间里，也有许多主播在讲解和售卖金箍棒。一种是由主播手持自家产品进行展示，其表述为“这一金箍棒实属难得一见”“此乃复刻自《黑神话：悟空》的同款道具”。与此同时，直播画面中采用醒目的黑色字体明确标注：“黑悟空，同款金箍棒”。记者注意到，在商品的购买界面上，标注为预售状态；另外一种则是播放《黑神话：悟空》的游戏画面，仅在小黄车上架金箍棒供消费者自由选择。

“我们这也算是给游戏打广告”

记者发现，这些商家都会在商品介绍页面清晰地标注“官方正品”“正版”等字样。记者随机咨询了一家店铺的客服，对方直言，这些金箍棒是1比1还原游戏的，使用3D打印技术。

而另外两家店铺的客服人员则表示，他们的商品是有《黑神话：悟空》官方授权的，但不方便展示授权证书，只是后期会提供给平台审核。同时，客服向记者解释道，只有联动授权才会公布授权证书。

然而，当记者就“是否能够要求店家公布授权证书”等问题向淘宝官方客服询问时，对方表示，消费者可以要求商家提供相关的授权证书。

记者注意到，此前《黑神话：悟空》曾推出过售价为1998元的实体收藏版，其中包括紧箍以及首饰三件套等正版周边，但截至目前，官方尚未推出过金箍棒相关的手办。那么，电商平台上这些打着“游戏正版授权”等标签售卖金箍棒的行为，是否

涉嫌侵权？

一位生产厂家的工作人员告诉记者，他并不清楚有没有版权，只是很火，就生产了。而另一位工作人员则表示，目前市面上销售的都没有官方授权，“这么多生产厂家，他们也管不过来吧，我们这也算是给他们打广告。”

记者尝试联系《黑神话：悟空》官方邮箱，但截止发稿时尚未收到回复。

“部分商家行为可能涉嫌侵权”

北京安剑律师事务所周兆成律师告诉《新闻晨报》，这些商家的行为属于明显误导消费者，使消费者误以为这些商品是官方授权的正版产品，很有可能涉嫌侵权。

周兆成向记者详细科普道，首先，如果商家未经官方授权就使用《黑神话：悟空》的商标或相关标示进行销售，将构成商标侵权；其次，游戏中的金箍棒等角色或道具设计属于著作权保护的范畴，商家未经许可可负责并销售这些设计的手办，侵犯了游戏开发者的著作权。此外，商家声称“正版授权”还违反了《反不正当竞争法》，“因为这种行为扰乱了市场秩序，损害了其他经营者和消费者的合法权益。”

眼下，许多商家都想乘着《黑神话：悟空》这股东风，来带动自己产品的销量。对此，周兆成也给了商家一些建议。他认为，目前最理想的就是获取授权，应该积极与《黑神话：悟空》的版权方联系，获取正式的生产和销售授权，这是避免风险的最直接和有效的方式。

记者注意到，针对另一款同样大热的国产游戏《原神》，今年6月份，上海市徐汇区市场监督管理局曾公布了一则侵犯注册商标的行政处罚案例，对设计、生产、销售《原神》盗版卡牌“小青蛙”的当事人方某及其名下公司，作出合计57万余元罚款的行政处罚。米哈游公司也表示，以雷霆手段向外界宣告对侵权行为严惩不贷的决心。

站在《黑神话：悟空》的风口上，无论什么东西跟它沾点边似乎就能火起来。那么，《黑神话：悟空》带来的流量能持续多久？某生产厂家的工作人员自信满满地说：“我们经常做这种爆火IP，我估计热度至少还能持续三个月。”

“无论是商家还是消费者，在涉及游戏手办等周边产品时，都应遵守相关法律法规，尊重知识产权，共同维护一个健康、有序的市场环境。”周兆成说。