

锚定高质量发展 万亿元级“游戏经济”生态浮现

在政策环境持续优化、版号供给充足的背景下，中国游戏产业正从高速增长阶段，坚定迈向以“高质量发展”为核心的新阶段。

《2025年中国游戏产业报告》显示，2025年，国内游戏市场实际销售收入达3507.89亿元，同比增速达7.68%，产业基本盘稳固。更为深刻的变化在于，行业的价值认知与发展脉络正在重构——“游戏经济”展现出市场规模超1.2万亿元的广阔生态；以人工智能为代表的技术革新与以传统文化为内核的内容深耕，正构筑起产业新的竞争壁垒；而出海与履责并重，标志着行业寻求可持续发展的成熟姿态。

多位从业者对中国证券报记者表示：“游戏产业正站在从‘产品出海’迈向‘文化出海’、从‘规模增长’转向‘价值创造’的关键节点，以长期主义的实践，回答新时代的挑战。”

● 本报记者 杨梓岩

产业稳健增长 勾勒万亿元级新蓝图

2025年的中国游戏市场，呈现出“量质齐升、结构优化”的鲜明特征。《2025年中国游戏产业报告》显示，2025年，国内游戏市场实际销售收入突破3500亿元，用户规模达6.83亿，双双创下历史新高。

报告显示，细分市场的表现呈现结构性亮点：客户端游戏在精品移动游戏PC同步发行的带动下，收入同比大幅增长14.97%；主机游戏市场更是延续爆发式增长，同比增幅高达86.33%，反映出用户对高品质、沉浸式体验的迫切需求。电子竞技作为重要的产业引擎，市场收入突破1700亿元，同比增长近19%，其拉动周边消费、激发城市活力的能力日益凸显。

伴随游戏市场规模的稳步扩大，行业认知也在进一步升维。在日前召开的2025年度中国游戏产业年会上，中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长赵懿表示：“游戏产业已超越单一的娱乐范畴，正在逐步构建起融汇文化与科技、助力千行百业发展的新经济力量。”基于此，协会联合专业机构首次估算，2025年由游戏直接及间接拉动的经济总规模超过12000亿元人民币。

“游戏经济”生态被描述为由内至外三个价值圈层。最内层的核心经济层，是游戏产业本体创造的超过4800亿元收入，构成了产业的内生动力。其外的关联经济层规模约5548亿元，涵盖了游戏硬件、电竞、云服务及IP衍生消费，展现出强大的价值放大作用。最外层的辐射经济层贡献超过1730亿元，生动体现了游戏与文旅、教育、商业等实体经济深度融合所产生的增量价值。

这一估测在现实中有着坚实的注脚。在上海，“元界”特色街区正通过游戏IP与城市生活的融合成为新文化地标。放眼全国，北京鸟巢因《王者荣耀》总决赛涌入6万全球观众，杭州的《黑神话：悟空》艺术展持续火热，东莞聚集了产值超300亿元的电竞产业链。这些案例无一不在证明，游戏正从一个线上娱乐产品，演变为驱动文化消费、赋能城市更新的新动能。

区域经济活力为此提供了有力印证。例如，上海市徐汇区已形成游戏产业高地，2024年游戏产业营收突破700亿元，占全市近五成，呈现“大厂引领+新势力崛起”的生态。上海市委宣传部副部长黄斌兵透露，2025年上海网络游戏产业销售收入预计达1707亿元，同比增长9.57%。此外，即将推出的“游戏沪十条”将从打造高地、推动出海、加强科技赋能、实施“游戏+”等多方面助力产业发展。

技术文化双轮驱动 构筑核心竞争壁垒

当增长从“量”的积累转向“质”的飞跃，驱动产业进化的核心动力何在？技术革

新与内容深耕，二者共同推动中国游戏产业向内涵式发展跃迁。

技术端，人工智能正从辅助工具转变为重塑产业底层逻辑的核心生产力。

“AI已深入渗透至游戏研发的全链路。通过自研大模型，公司实现了美术素材生产效率提升逾80%，AI生成音视频、代码辅助开发已成为常态。”三七互娱AI Lab负责人夏拓表示，AI的核心价值在于解放人力，让创作者更专注于核心创意。通过自研行业大模型“小七”，公司年产生AI素材超两百万条；AI本地化翻译覆盖旗下85%的游戏，准确率达95%。

这并非个例，行业调查显示，当前已有62%的游戏工作室将AI技术应用于开发全流程，生成式AI帮助其开发效率平均提升了30%。

“游戏产业已成为前沿科技天然的‘练兵场’，其对图形渲染、人机交互、AI算法的需求，持续反哺着相关技术的突破与迭代。”世纪华通总裁谢斐表示，技术沉淀不仅服务于游戏本身，更为未来的“数实融合”提供了底层能力。

文化端，游戏正成为传承与创新中华优秀传统文化的“数字容器”。

中国音数协理事长孙寿山表示，期待游戏承载文明传承、审美涵养与知识传播的使命。这一定位，正在被行业领先者以产品实践所呼应。

中国音数协发布的报告显示，在调研的43款热门国产游戏中，仙侠、武侠、皮影等非遗元素已从背景装饰升级为可互动的核心体验。玩家可以在《奇迹暖暖》中欣赏苏绣华服，在《永劫无间》里施展传统武术，在《燕云十六声》中复现传统建筑的气韵。

这种深度的文化赋能，不仅增强了产品的独特魅力，更在全球化市场中展现出强大的穿透力，实现了从“产品出海”到“文化出海”的关键跃迁。网易公司副总裁庞大智分享了《燕云十六声》在海外市场取得的意外成功：超过1500万海外玩家沉浸于轻功、太极等充满东方哲学意味的体验中。

“在高水平的产品面前，文化是没有边界的。”庞大智的感慨，印证了当工艺品质达到顶尖水准，蕴含其中的文化精神便能引发跨地域的共鸣。这促使中国游戏企业更加坚定：厚植文化内核，是构建全球差异化竞争力、实现从“产品出海”到“文化出海”跃迁的根本路径。

出海深化与责任践行 探寻可持续发展平衡点

面对国内市场的成熟格局，出海早已是中国游戏企业的

必选题。2025年，我国相关企业自研游戏海外销售收入达204.55亿美元，连续六年站稳千亿元人民币规模，显露出强大的增长韧性。其中，移动游戏贡献了超90%的收入。我国自研游戏海外销售收入中，美国、日本、韩国三大成熟市场合计占比达57.8%。然而，当前的出海征程已超越早期的流量争夺，进入需精耕细作、寻求价值认同的新阶段。

成功的出海策略愈发强调因地制宜与深度本地化。世纪华通董事长助理、公关总监胡昕对记者介绍，世纪华通在重点海外市场均设立了本地团队，负责社区运营与内容策划，甚至围绕感恩节等当地文化节点定制活动，以维持用户情感连接。

“在欧美等市场，我们通过《永劫无间》《漫威争锋》等PC/主机精品开展正面竞争；同时，也不放弃在全球手游市场寻找机会。这种分市场的精细化运营，意味着中国游戏企业正以更成熟、更专业的姿态参与全球竞争。”庞大智说。

在积极开拓全球市场的同时，行业对自身社会责任的认知也同步深化。健康可持续的产业生态，离不开对社会关切议题的积极回应。中国音数协副秘书长唐贾军发布的未成年人保护进展报告显示，防沉迷系统已取得显著实效，超七成未成年人周游戏时长控制在3小时内。

但报告也指出，超过七成未成年人存在使用成人账号绕过监管的现象，这凸显了保护防线需从单纯的技术限制，延伸至家庭监护和教育引导环节，需要社会多方形成合力。

此外，“游戏+”的多元价值探索，正为产业开辟超越商业回报的社会意义。例如，波克科技将非遗主题游戏实训课程带入校园；恺英网络则通过自研IP《百工灵》复刻非遗技艺，设计手工课程覆盖近千名乡村学生。谢斐在谈及“数实融合”时提出，应超越对短期财务回报的纠结，将此类探索视为构建企业长期信任资产的投入。这种将商业价值与社会价值统一于长期主义框架下的思考，代表了游戏行业更为成熟的发展观，也为其未来的可持续发展赢得了更广阔的空间。



“游戏+”跨界融合打开产业新空间

● 本报记者 杨梓岩

曾经主要被视为娱乐产品的游戏，正在打开新的可能性。随着数字技术的演进，游戏产业积累的技术能力、设计思维与用户基础，开始系统地溢出原有边界，与医疗、教育、文旅、制造等传统领域深度融合。业内人士表示，游戏正从提供娱乐消遣的载体，演进为驱动实体产业数字化发展、服务社会多元需求的柔性工具。这种转变，重塑着人们对游戏的认知，也开辟出新的产业增长点。

从游戏引擎到产业工具箱

游戏与外部产业结合，源于其底层技术的通用性迁移。其中，游戏引擎的演变尤为关键。它正从专门服务于游戏开发的工具，转变为支持多行业数字化发展的通用型技术底座。

Unity中国平台技术总监杨栋介绍，公司引擎已加速延伸为跨行业赋能平台。面向汽车、制造、智慧城市等领域对数字孪生的需求，Unity中国推出了相应的工业套件。这种技术输出不仅提升了传统行业的研发与运营效率，其反哺作用也在为游戏开辟新场景。例如，基于在工业数字化中的积累，他们正在探索帮助游戏开发者更高效地开发车载游戏商店等新型渠道。

人工智能的融入，则让“游戏+”的触角更为深入和智能。智谱AI珠海分公司副总经理葛昊认为，AI已从降本增效的工具，升级为游戏体验的创造引擎。其大模型技术能贯穿从游戏策划、研发到运营的全周期。更重要的是，游戏与AI结合的成果正在向更多领域扩散。葛昊透露，他们正持续探索AI游戏在教育、医疗等场景的应用，推动形成“技术平权、体验升维”的新模式。

这些实践表明，游戏产业长期积累的实时交互、仿真模拟与智能生成能力，构成了一个日益丰富的“技术工具箱”，为“游戏+”的广泛实践提供了坚实的技术可能性。

从虚拟娱乐到现实解方

游戏的设计思维与沉浸体验正被应用于非娱乐领域，游戏正在超越单纯的娱乐属性，成为回应社会关切、提供创新解决方案的柔性工具。

在医疗健康领域，游戏的介入正变得愈发严谨和有效。北京师范大学传播创新与未来媒体实验平台主任喻国明指出，游戏作为一种作用于心理与认知的媒介，在缓解焦虑、改善注意力、延缓认知衰退等方面已展现出明确的干预效果。全球范围内，已有约十款游戏化数字疗法产品获批，用于治疗注意力缺陷多动障碍、焦虑、抑郁等多种病症。

在具体案例中，腾讯游戏社会价值探索中心产品策略经理林家威分享了《腾讯脑力锻炼》的案例。这款产品针对轻度认知障碍窗口期，将认知训练与游戏化设计结合。产品在临床试验中取得了高完成度，并已于近期在浙江省中医院正式作为处方开出，标志着游戏化数字疗法开始进入主流医疗通道。

在文化与公益领域，“游戏+”则展现出强大的连接与活化能力。三七互娱通过将非遗元素深度融入游戏机制，并借助自研AI提升数字化效率，推动传统文化“活起来”。波克科技则通过发起全球游戏教育项目、搭建行业开放平台，链接多方力量推动社会创新。

库洛公司将游戏角色、周边与公益项目融合，例如在《鸣潮》中联动环保基金会，将周边销售收入全额捐赠用于植树。库洛相关负责人表示，游戏作为“第九艺术”，其体验的边界不应只在屏幕内，而应走进玩家生活，为公益等领域注入新动能。

从文化消费到生态共建

在“游戏+”的生态中，成功的游戏IP（知识产权）价值发生了深刻演变。它不再仅仅是吸引用户的内容标签，而是进化为能够与城市空间、实体经济、文化生活深度绑定、相互滋养的生态节点。

这种共生关系，在线下文旅与消费场景中体现得尤为明显。米哈游公共事务总监蓝文婷表示，高品质数字IP正在成为一种新型的“城市基础设施”。通过打造实体地标、联动公共服务，IP能从“引流工具”升级为与城市深度共生的伙伴，为城市注入创新活力。

零售品牌名创优品也在积极探索。其商品中心项目总监黄明笛表示，他们致力于为玩家打造从虚拟到现实的“2.5次元”体验。在与《黑神话：悟空》的合作中，通过打造全国首个沉浸式主题购物空间，成功让玩家在线下感受游戏世界魅力，激发了打卡与消费热潮。黄明笛认为，关键在于精准捕捉年轻一代的情感诉求，通过精妙设计将IP内涵转化为有共鸣的消费品。

对于历史题材IP的长线运营，深挖文化内涵则构成了核心护城河。灵犀互娱《三国志·战略版》营销负责人罗一航分享了他们的理念。团队信奉长期主义，投入大量精力挖掘超出玩家预期的历史细节，比如依据史料复原“一夜筑冰城”的典故，或制作高品质品牌纪录片《川流》。罗一航认为，这种扎实的文化考究，最终会沉淀为用户心中的品牌认知，成为长期的竞争壁垒。

从赋能线下空间到深耕文化价值，游戏IP的升华体现了“游戏+”从浅层联动走向深度融合，为产业与社会的融合发展提供了充满想象力的新可能。

2025年中国游戏产业数据

2025年，国内游戏市场实际销售收入3507.89亿元，同比增长7.68%；用户规模6.83亿，同比增长1.35%。同为历史新高点。

2025年，自主研发游戏国内市场实际销售收入2910.95亿元，同比增长11.64%，除得益于头部长青产品稳定支撑外，多款自研新品也带来明显增量。

2025年，国内移动游戏市场实销收入2570.76亿元，同比增长7.92%，规模又有新突破。

2025年，国内客户端游戏市场实销收入781.6亿元，同比增长14.97%。

2025年，国内主机游戏市场实销收入83.62亿元，同比增长86.33%，延续了3年来的高速增长态势。

2025年，国内移动休闲游戏市场收入342.65亿元，同比增长9.56%。

数据来源：《2025年中国游戏产业报告》

本版图片均为视觉中国图片