

数智化时代 中国游戏产业高质量发展的路径研究

袁 园

摘要：中国游戏产业历经三十多年的高速发展，已形成全球规模最大的用户群体，但仍面临商业模式单一、品类结构不合理、人才结构不完整等困境。数智化时代的技术融合（AI、区块链、元宇宙等）重构了游戏产业生态，使其成为数字经济与文化科技融合的“超级试验场”，全球游戏产业亦同步进入全新发展阶段，数字游戏与科技创新的强联动性已成为业界共识。文章基于对全球主要发达经济体游戏产业政策的实践研究，结合中国游戏产业发展现状与现实困境，提出推动游戏产业高质量发展的新路径：重点培育具有国际竞争力的3A级精品游戏，增强文化传播力；加速VR、元宇宙游戏等新兴业态战略布局；以产业生态理念深化“游戏+”文旅融合模式；制定专项游戏产业政策解决产业发展痛点。

关键词：游戏产业；高质量发展；游戏政策；数智化时代

中图分类号：D630;G249.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1673-5706(2025)04-0108-12

近几年，数字科技的跨越式发展将我们带入一个数实深度融合的数智化时代。无论是2021年元宇宙概念的横空出世，还是2022年人工智能以大模型技术的突破而取得跨越式进展，都在逐步改写众多的产业生态。游戏产业也不例外，伴随科技的发展产生了很多崭新的变化，甚至一些创新的开放游戏本身就是元宇宙概念雏形的诞生地，像Roblox、Minecraft、Sandbox等，引领了全球游戏产业新的发展风向。党的二十大报告提出“文化事业与文化产业”融合的“大文化”发展趋势。近年来，游戏产业在融合发展的探索中，表现出显著的文娱新业态消费和科技新兴硬件消费

的带动作用。2024年国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，提出要提升网络游戏质量，鼓励相关新业态发展；2025年3月中央出台了《提振消费专项行动方案》，明确提出要促进动漫、游戏、电竞及其周边衍生品等消费。数智化时代的游戏产业也拥有全新的发展语境、发展挑战及发展目标。当下全球游戏产业的发展趋势无论是在内生技术层面还是外生生态层面都涌现出全新的模式与业态，游戏产业高质量发展与科技和文化深度关联，在技术加速迭代的时代特征下具有一定的战略意义；另一方面，互联网人口红利减弱，游戏玩家的增速放缓，在这样的宏观背

基金项目：深圳市哲学社会科学规划课题“中国式现代化视角下深圳建设世界级旅游目的地城市研究”（SZ2024D023）；广东省文化和旅游厅2025-2026年度研究课题“文旅深度融合语境下文化馆（站）新型运营机制研究”（GDWLGGFW-202515）。

景下，世界上主要发达国家在近两年纷纷出台了一些游戏产业政策。2024年我国首款3A精品游戏《黑神话：悟空》在全球的爆火引发了热烈讨论，将游戏产业首度大规模地拉入到学界跨学科的研究视野，但大多数的研究主要从《黑神话：悟空》的单个案例出发，缺乏从我国游戏产业纵向发展历史和全球游戏产业横向发展趋势以及当下我国文旅融合语境、文化消费促进需求的多维视角来把脉我国游戏产业高质量发展的研究。本文通过回顾我国游戏产业发展历程，分析游戏产业当前亮眼数据下的短板与隐忧以及保持持续增长和高质量发展的挑战，并提出在当下国际错综复杂的政治经济背景下，我国游戏产业的高质量发展要实现助力文化消费的国家政策需求，则需在既有的基础和优势上，开拓更具全球视野和生态联动发展的创新路径。

一、我国游戏产业的发展历程与现实挑战

我国游戏产业从完全倚靠进口和代理模式的产业起步到自主研发出风靡全球的首款3A游戏精品《黑神话：悟空》，走过了近三十年的跨越式发展历程。2024年我国的游戏用户规模为6.74亿人，占全球游戏用户33.8亿人的五分之一，游戏市场规模为3257.83亿元，占全球游戏市场1840亿美元（约合人民币13047亿元）近四分之一^①。在文化数字化转型中，游戏无论是作为产业还是作为平台或媒介，都具有极为重要的示范引领意义。

（一）发展历程

在国内游戏市场，以移动终端为载体的手游常年以压倒性优势占据大众视野，直到2024年《黑神话：悟空》作为我国首款3A精品游戏爆火才将PC游戏和主机游戏带回大众视野。回溯发展历程，中国电子游戏产业在20世纪90年代萌芽初期，就是从主机游戏起步的。金盘电子于1994年开发了《神鹰突击队》，西山居工作室于1995年发行了《中关村启示录》，目标软件公司在2001年开发的《傲视三国》成为我国第一款登上电子娱乐展览会的游戏。但由于彼时盗版严重，用户

鲜有付费意愿，致使游戏开发商难以在这个模式下持续发展。进入2000年后，互联网带来的数字发行路径较好地应对了盗版问题，但我国互联网产业尚处于起步阶段，缺乏网络游戏的开发经验，通过引进国外成熟的网游产品，逐步形成了从代理到代工的产业发展模式，促进了游戏产业的稳步增长，从业人口也持续增加。2001年，中国游戏出版市场规模达到5亿元，相比于1998年游戏软件的8000万元产值实现了跳跃式发展，其中PC端网络游戏以3.1亿元的销售额首次超过了主机游戏规模^②。2006年，上海巨人网络自主研发的游戏《征途》创造式开启了软件免费、道具收费的游戏商业模式，由此获得了超出按时间收费的商业模式的巨额利润。这为后来国产网游以内购和数值比较为主要商业模式的服务型游戏GaaS（Game as a Service）奠定了基础，并助推了移动手机时代的爆发。

随着2007年第一代iPhone手机的发布，以及国内互联网于2010年逐渐进行的从PC端到手机端的Web2.0时代的转型，智能手机成为游戏开发的新平台。庞大的移动端用户为手游提供了持续增长的客户。随着移动端算力的迅速增长和网络条件的进一步优化，既有的PC端网络游戏也可以移植到移动端，实现网游的多端互动。随着国内消费人口和消费习惯的迭代，以及在PC端游戏积累的GaaS商业模式经验，移动端游戏即手游营收规模迅猛扩张，于2016年超过了传统的主机游戏和PC端游戏，达到819.2亿元^①。

总体来说，我国游戏市场在2001年至2021年的二十年间，销售收入及用户规模均逐年增长^②。其中，根据相关研究统计^③，2001年至2017年中国互联网游戏产业增长率高于10%，2018年至2019年产出增长率分别为5.3%和7.66%，而疫情期间的特殊“宅经济”效应导致2020年产出增长率爆发式提高到20.71%，但2021年骤降至6.4%。值得一提的是，2021年游戏产业宣布和完成的投

① 数据来源：中国音数协游戏工委《2016年中国游戏产业报告》，搜狐网，https://www.sohu.com/a/121683431_502342。

② 数据来源：中国音数协游戏工委《2021年中国游戏产业报告》，人民网，<http://finance.people.com.cn/n1/2021/1228/c1004-32319229.html>。

融资交易超 635 笔, 交易额达到 3900 亿元人民币, 不仅创下游戏产业投融资的新纪录, 而且仅半年时间用于游戏投资、收购和公开发行的资金就达到 2020 年的两倍, 超 1495 亿元^[4]。我国游戏产业营收在经历了 2022 年的下滑后, 2023 年实现增长, 国内游戏市场实际销售收入 3029.64 亿元, 同比增长 13.95%, 首次突破 3000 亿关口, 但用户规模 6.68 亿人, 同比增长仅 0.61%^①。收入同比增长并创新高是因为: 用户消费意愿和能力有所回升; 游戏新品集中面市并有爆款出现, 与长线运营产品共同撑起收入增长; 普遍采用多端并发方式, 对收入增长产生明显助益; 云游戏与元宇宙游戏等以新的信息技术作为支撑的游戏开辟了新增长点。

根据 2024 年度中国游戏产业年会上发布的《2024 年中国游戏产业报告》显示, 2024 年我国游戏市场的实际销售收入达到 3275.83 亿元, 同比增长了 7.53%; 国内游戏用户达到 6.74 亿人, 同比增长了 0.94%。其中移动游戏市场实际销售收入为 2382.17 亿元, 同比增 5.01%, 占总体游戏市场比例为 72.7%, 相较 2023 年手游 74.88% 的占比略有下降。与此同时, 2024 年我国的主机游戏市场实际销售收入 44.88 亿元, 同比爆发式增长了 55.13%^[5], 这与《黑神话: 悟空》这款现象级主机游戏的横空出世形成了强关联。值得注意的是, 尽管 2024 年由于《黑神话: 悟空》带动了我国主机游戏的销售收入, 但从数据上看, 我国主机游戏营收仅占整个游戏市场规模的 1.3%^②, 这与全球游戏产业中主机游戏占全球游戏市场 28%^③的比例形成了鲜明对比, 却也恰恰指明了我国游戏产业未来发展的潜在增长方向。

(二) 现实挑战

排除 2020 年疫情“宅经济”的特殊情况, 我国游戏产业在 2018 年之后就出现了增长放缓的迹象, 从两位数增长跌入个位数增长, 即使在 2021

年完成巨额游戏投融资的背景下, 2022 年游戏市场营收仍出现下滑。2023 年重回两位数增长, 可以视为前期投融资效应的延迟显现, 在《黑神话: 悟空》这一现象级游戏精品问世的情况下, 用户规模的增长还是只有 0.94%, 游戏市场营收跌回个位数增长。当前国内游戏市场受多重不利因素影响, 整体规模有所缩减, 处于承压蓄力阶段, 在经过近二十年的高速发展后, 我国游戏产业的高质量发展阶段转型升级面临以下挑战。

首先, 我国游戏产业现有商业模式过于单一。如前文所述, 手游在我国游戏市场长期占据 70% 以上的市场份额, 且以高度商业化的服务型游戏为商业模式, 在享受互联网用户规模红利带来的巨额经济效益的同时, 也产生了明显的副效应, 主要包括: 内容体验的碎片化、玩法体验的同质化、数值精算导向的过度经济效益化等问题。在这种商业模式和经济逻辑下, 对于游戏开发商来说, 高度依赖流量的买量, 且买量成本又持续推高游戏的研发成本, 导致新游戏沉没成本高企, 开发商研发动力放缓, 相比之下持续迭代已获得市场成功的经典游戏才更符合占据市场优势地位的游戏开发商的诉求; 对于游戏玩家来说, 需不断为游戏道具付费的模式易使玩家被单一游戏绑定, 难以获得完整的游玩体验。而且随着互联网用户增量见顶, 这种高度依靠流量和付费转化的商业模式将难以为整体游戏市场贡献显著的营收增量。

第二, 我国游戏产业高质量发展的品类结构不合理。正如上文所分析的, 相较于全球游戏市场来说, 即便有《黑神话: 悟空》带来的增长, 2024 年我国主机游戏市场份额与全球主机游戏市场份额还是存在较大差距。更为显著的差距是, 代表游戏工业金字塔尖的 3A 游戏, 我国的《黑神话: 悟空》还刚刚是一个开始, 整体来说远远落后于欧美日韩等游戏产业发达国家。开发《黑神话:

① 数据来源: 中国音数协游戏工委《2023 年中国游戏产业报告》, 新华网, <https://www.xinhuanet.com/ent/20231215/f670a4330ea41d6859e9f11d9226d5b/c.html>。

② 数据来源: 中国音数协游戏工委《2024 年中国游戏产业报告》, 网易, <https://www.163.com/dy/article/JJAHSV905148902.html>。

③ 数据来源: Newzoo's Global Game Market Report 2024, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version>。

悟空》所依赖的软硬件工具大多数来自国外——美国虚幻引擎的虚拟几何系统与光照系统为游戏提供了影视级别的视觉效果；法国的 Motion Matching 系统支撑了游戏流畅的动作表现；英伟达和 Epic 的软硬件平台官方工程师和游戏自研团队共同合作，优化了游戏性能，等等。虽然网易等头部游戏厂商具备研发游戏引擎与工具集的能力，但总体在 3A 精品游戏开发所需的商业软件上自研度不高。虽然短期来说采用国外成熟的商业开发软件比自研更具性价比，但从长期和整体游戏产业结构来看，相比开发周期短、精度低的手游，这些国外商业软件的使用间接提高了 3A 精品游戏的开发成本，加剧了当前我国手游同质化竞争与 3A 精品游戏发展缓慢的不均衡产业结构。

第三，我国游戏产业高质量发展所需的人才结构不完整。由于我国游戏产业的早期快速发展得益于国外游戏的代工，以及移动端游戏和服务型游戏占据最主要的市场份额，我国游戏产业中美术设计类人才与资产制作类人才的能力和产能已经处于世界前列，并已多层次、深入地参与到全球游戏产业链的分工协作。例如，上海魔法师 CG 创始人许喆隆是全球顶尖 CG 艺术家、英伟达公司的首席艺术家，不仅为 Zbrush 等标杆性工业软件制作了官方案例，且作为高级模型师为《黑神话：悟空》制作了重要角色；现象级 3A 游戏《艾尔登法环》的首席自由设计师肖在明也是华人。我国首款 3A 游戏《黑神话：悟空》的成功问世更是展现了本土人才在美术设计、复杂 CG 制作方面的顶尖水准，在游戏美术方面我国已经具备了完整的供应链。但是，由于我国游戏市场长期以移动端游戏为主，大部分项目不需要深度自研，生命周期短，迭代速度快，导致中低端程序开发人才数量庞大，而具备突破性自研能力的高水平游戏架构人才、算法人才、系统优化人才相对稀缺。

第四，我国对游戏产业高质量发展的认知维度和舆论环境有待提升。我国目前对游戏的总体认知维度还停留在单一的娱乐产业思维上，即将游戏视为一种娱乐方式，而且游戏长期以来被大众视为干扰学习、抢夺注意力和时间的负面因素。事实上，随着技术的发展和游戏种类的丰富，近

年来国外的游戏研究已经将游戏的认知上升到更为积极的层面。尤其是在虚拟现实技术（VR）的加持下，元宇宙游戏等新的游戏体验、游玩方式更是促进了游戏在教育、医疗领域的广泛应用。例如，Skip Rizzo Albert 通过研究认为新型的全身交互系统有望为数字交互游戏提供更有力的交互能力，而以交互体验为主导的 VR 游戏能很好地作为临床治疗手段，提高肥胖患者的锻炼参与度，起到积极的治疗效果^[6]。在国际上，游戏不仅被视为“第九艺术”，且被视为具有引领数字经济发展的重要平台功能。游戏研究已逐渐发展为一门严肃的学科，诞生了游戏学及相应的游戏理论体系，在纽约大学、清华大学等高校开始设有游戏研究中心，各大游戏厂商也积极与高校开展合作，共同探讨游戏产业的发展方向。

二、数智化时代全球游戏产业发展的新模式与新趋势

区块链、云计算、5G、人工智能技术等集成式发展推进了社会的数智化进程。2021 年，美国开放式游戏平台 Roblox 在纽交所上市、Facebook 改名为 Meta 等，直接助推了数实深度融合的元宇宙（Metaverse）概念在全球范围的传播；2022 年，Open AI 发布的大语言模型 Chat GPT 开启了人工智能时代的加速化进程；2025 年由我国团队开发的开源人工智能模型 DeepSeek 显著降低了人工智能应用成本，推动了人工智能在我国千行百业的广泛应用。数字技术的集成与加速发展，为全球游戏产业带来了全新的产业生态，既有游戏品类的变化，又有生产方式的变化，更有游戏 IP 与文旅 IP 之间深度联动带来的游戏产业与其他产业生态化协同发展的变化。

（一）数智化时代游戏成为新技术的超级试验场和重要驱动力

当今世界，市值最高的十大科技公司里，有七家深度布局了游戏产业^[7]，游戏产业成为未来科技的“第一应用场景”^[8]，已经越来越成为国内外科技界巨头的共识。事实上，AI 芯片霸主英伟达的崛起就得益于早期游戏显卡的开发。20 世纪 90 年代，英伟达与微软签署了长达十年的游戏合作协议，服务内容涉及将微软旗下的主机游戏

Xbox 和 PC 游戏整合到英伟达的云游戏服务中。2023 年底英伟达的 GPU（图形处理器）占据了全球 98% 的市场份额，微软的 Windows 系统占据全球 70% 的市场^[9]。国内头部游戏厂商早在十年前就并购整合了一系列国外拥有前沿技术专利的公司。腾讯 2012 年以 3.3 亿美元收购了 3D 引擎技术提供商 Epic Games 48.4% 的股份^[10]，构建基于虚幻引擎 Unreal Engine 的游戏生态系统，为中小开发者提供支持，客观上也为我国 2024 年首款 3A 游戏《黑神话：悟空》的问世提供了助力。

《游戏科技能力与科技价值研究报告》指出，人工智能技术、数据分析与优化技术、增强现实技术、数字孪生技术、云游戏技术等前沿技术已被游戏企业广泛应用于游戏的开发生产过程；而游戏亦能以打造的数字场景替代实体场景，为更多新技术的应用转化提供“试验场”，降低试错成本，提高新科技穿越“死亡之谷”的存活率^[11]。自 2024 年政府工作报告首次提出“人工智能+”行动以来，游戏产业成为驱动人工智能技术细分商业领域发展的主要应用场景。例如：昆仑万维在 AI 技术与游戏开发深度融合过程中，开发了“Matrix-Zero 世界模型”，使 3D 场景生成与可交互视频技术可替代传统 3D 引擎，大幅缩短游戏开发周期、降低游戏制作成本。在游戏内容开发方面，AI+ 游戏还能使游戏中的 NPC 与玩家形成个性化的智能交互，形成以用户为核心的开放式游戏体验；汤姆猫公司开发了 AI 语音情感陪伴机器人，为家庭陪伴、教育和老年人情感支持等场景提供升级版的游戏产品；世纪华通则将 AI 的应用逐步渗透到游戏开发的全流程，包括代码研发、美术设计、质量检测、市场宣发及日常运营等环节，将生产效率提升 60%–80%^[12]。2025 年 3 月腾讯混元 3D 大模型 2.0 正式上线，成为一站式创作引擎，助力游戏资产分钟级的生成效率^[13]。

（二）数智化时代的游戏技术对下一代互联网架构的奠基作用

数智化时代，游戏与科技正在形成越来越明显的共生关系，游戏技术的开发与应用外溢，为数实深度融合的“下一代互联网”创造超级数字场景构建全新软硬件支持的“元宇宙”数字世界

入口。以游戏引擎的 3D 建模、图形渲染为代表的游戏技术正广泛应用于现实世界的数字建模、数字孪生的建造中，也广泛应用于智慧交通、自动驾驶、工业制造、影视生产、文物保护等多个领域，是传统产业升级、数字场景建设、数实融合新业态的基础。巴黎圣母院失火后，游戏《刺客信条：大革命》开发过程中通过全真扫描所获得的巴黎圣母院数字场景被用来为巴黎圣母院的修复工作提供指导，这是游戏反哺现实世界的一个著名案例。除此之外，游戏已成为虚拟现实（VR）用户的首选应用场景，是 VR 硬件发展的重要推动力和关键性应用。2020 年 VR 游戏《半衰期：艾利克斯》作为行业多年技术探索后的首款“3A 史诗级大作”，创造了跨时代意义的 VR 游戏体验。扩展现实（XR）+ 游戏将进一步促进游戏与科技硬件、实体产业的结合，是数实融合的重要路径，并以此为基础不断迭代人机交互体验，升级硬件品质，为持续探索数实融合的超级数字场景和用户连接方式提供基础。这也是为什么在 2022 年微软收购头部游戏厂商动视暴雪之后，全球范围内的科技巨头纷纷将游戏视为通往“元宇宙”数字世界的入口。通过“游戏+VR/AR/XR”等硬件生态构建虚实融合的“下一代互联网”，已成为科技巨头们的共识。基于游戏对“下一代互联网”及软硬件科技集成的重要作用，其战略价值逐渐上升到国家层面，游戏产业成为全球科技竞争的焦点。

（三）数智化时代的游戏与文旅、文创 IP 的转化融合成为促进文化大消费的重要创新手段

《黑神话：悟空》全球发布后，因为游戏中多处景观原型直接取自山西古建筑，游戏中虚拟世界景观与现实世界高度吻合，引发了游戏玩家的实地探访欲，为山西文旅带来了显著的流量增长。游戏发布当天，山西旅游相关搜索热度环比增长超过 100%^[14]，短短两个月为山西文物景区吸引了 536 万人次的游客，仅门票收入一项就高达 1.66 亿元^[15]。这一案例展现了游戏 IP 联动文旅 IP，促进文化大消费、延长游戏产业价值链的巨大潜力，这与游戏业界对游戏产业发展趋势的观察是吻合的。“中国游戏市场从上半场进入下半场，逐渐开始变为一个成熟市场。成熟游戏产品正在

以 IP 影响力,探索不同的文旅结合模式”,“‘游戏+文旅’的模式不仅能够提升游戏的文化内涵,也为文化和旅游的宣传推广作出积极贡献”^[16]。据中国旅游研究院发布的《2024 游戏 IP& 文旅共创可能研究报告》的数据显示,88% 的游戏玩家有参与线下场景体验和活动的意愿,其中每周玩 3 到 5 次以上的玩家,每年的旅游次数超过 3 次^[17]。

除了游戏 IP 直接赋能文旅,成为文旅 IP 的引流渠道之外,游戏厂商本身也成为玩家们文化“朝圣地”,“二次元”主题聚集地成为城市中新的文旅打卡点,游戏展会也在玩家追捧中成为新文旅 IP。例如:探访米哈游、莉莉丝、鹰角、叠纸等游戏厂商总部已成为年轻玩家“圣地巡游”的“潮酷”文旅体验^[18];上海漕河泾新技术开发区以“二次元”文化为核心启动新型城市更新,有望成为日本东京秋叶原那样的网红街区,带动国内外玩家以及非玩家群体的“城市微度假”^[19]。与此同时,游戏展会也成为年轻人趋之若鹜的文旅新主题,ChinaJoy、Bilibili World、CCG EXPO、CICF×AGF 广州动漫游戏盛典等大型国际化游戏展会也成为像赛事经济、演唱会经济一样的文旅新 IP,除参展门票外,还能带动酒店、餐饮和交通等行业的收入。其中,2024 年 CICF×AGF 广州动漫游戏盛典接待观众 26.9 万人次,带动文旅消费 2.2 亿元^[20];2025 年 7 月 11-13 日在上海国家会展中心举办的 Bilibili World 更是在 3 天之内吸引了来自全球 20 多个国家和地区近 40 万人次的参展,较 2024 年上涨 15 万人次,持护照购票用户占比也达到 13%,为历届最高^[21],展现了以游戏为代表的二次元文化在带动文旅消费方面的巨大增量潜力。

游戏 IP 能广泛影响下游的电子竞技、游戏直播,产业衍生链上“谷子经济”^①、虚拟时尚^[22]、非遗文化等文创 IP 的发展。其中,具有千亿规模的“谷子经济”正处于爆发期,据艾媒咨询数据显示,2023 年中国“谷子经济”市场规模 1201 亿元,2024 年就飙升到 1689 亿元,预计到 2029 年整体市

场规模有望达到 3089 亿元^[23]。在谷子经济中,来自于游戏 IP 的周边文创产品占据大部分份额,谷子经济的火热带动了游戏 IP 的文创收入突破千亿^[24]。

三、全球主要发达经济体游戏产业发展创新比较

2022 年 7 月 18 日,由商务部、中宣部牵头联合 27 部门印发了《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》,提出支持“扩大网络游戏审核试点”,“加强数字文化内容建设”,积极培育“网络游戏”等领域“出口竞争优势,提升文化价值,打造具有国际影响力的中华文化符号”^[25]。自 2022 年之后,许多国家和地区均纷纷加强了对游戏产业和数字经济产业的政策扶持。这表明在新技术、新模式的驱动下全球游戏产业和数字经济的发展进入新阶段,对全球发达经济体的游戏产业政策和模式进行重点梳理,有助于推进我国游戏产业高质量发展。

(一) 美国:市场主导下全产业链多角度促进游戏产业发展

最早的游戏起源于 1952 年计算机科学家在撰写人机交互论文时使用 EDSAC 真空管计算机开发的一个图形界面电子游戏^[26],而 1972 年美国雅达利公司的成立被公认为商业电子游戏的起点。美国在计算机技术领域的优势也延展到游戏领域,至今仍牢牢占据着全球游戏工业的主导地位,并在相关规则和行业标准制定上掌握主导权。在美国,游戏不仅是一种娱乐方式,还拥有提供心理疗愈、减轻压力和促进认知技能发展等多种积极意义,全民以多种形式进行游戏体验和游戏消费。据《2024 美国游戏业基本事实报告》显示,2023 年美国游戏市场规模 572 亿美元,其中内容消费为 480 亿美元、硬件消费 66 亿美元、周边配件消费 26 亿美元,而其用户规模仅有 2.12 亿,远不如中国的 6.68 亿^②。

美国游戏产业善于利用前沿的技术发展来为产业效率、效果、效益赋能。一是软件技术方面,这两年迅猛发展的人工智能已经运用到游戏

① “谷子”是英文“Goods”的音译,泛指漫画、动画、游戏等版权作品的周边商品。

② 数据来源:美国娱乐软件协会(ESA)《2024 美国游戏业基本事实报告》, <http://www.gamelook.com.cn/2024/06/546501/>。

中,创建更加智能和逼真的非玩家角色,还被用于程序生成内容,如自动生成关卡、地图和任务等,以提高游戏的多样性和可玩性。据 Cognitive Market Research 发布的数据显示,从 2023 年到 2030 年,全球游戏中的 AI 市场将以 27.2% 的复合增长率增长,而美国 2023 年已经在全球 AI 游戏市场收入上占据了 40% 的份额^[27]。另外,美国艺电(EA)旗下的 FIFA 系列游戏采用了第二代 HyperMotion 技术收录了 6000 多个真实球员的真实足球动作,通过动捕技术的辅助提高游戏的多样性和沉浸感^[28]。二是硬件技术方面,英伟达的 Geforce 系列 GPU 为游戏的图形渲染能力提供了强大支撑,支持游戏创造复杂的 3D 图形和视觉效果;英伟达还在 GPU 中融合了 G-sync 技术,通过同步显示器的刷新率来减少游戏过程中的卡顿,为玩家提供更流畅的游戏体验;近年来推出的 RTX 系列高端 GPU 更是引入了实时光线追踪技术,令游戏场景中可以通过模拟光线在现实世界中的传播方式实现光线反射、折射、散射等逼真效果。三是平台技术方面,美国较早地以线上平台为核心搭建游戏产业的基础设施,为游戏的开发、流通和再生产提供保障。例如:Steam 代表的在线游戏平台,提供多人在线游戏和社交游戏;Google Play 为代表的移动游戏平台,提供手机游戏的下载和更新,这些游戏发行平台为美国吸引全球玩家参与提供了技术便利。同时,美国的游戏发行平台通过先进的云计算技术,使玩家可以跨平台随时随地享受体验。四是商业模式方面,采取灵活高效的订阅服务模式,为玩家提供一种经济实惠且能不断更新游戏体验的参与方式。与此同时,平台通过在世界各地部署服务器节点,以强大的全球服务网络保障不同地区的玩家游戏体验流畅无阻。

(二) 韩国:政府主导下注重立法规划游戏产业发展

韩国文化体育观光部和韩国文化产业振兴院发布的《2022 年韩国游戏白皮书》显示,2021 年韩国

游戏市场规模达到 20.99 万亿韩元(142.1 亿美元),同比 2020 年增长了 11.2%,较中国 2020 年个位数的增长,表现更为显眼。从游戏种类来看,韩国手游市场规模占比仅为 57.9%,而端游市场^①国内市场占比 26.8%,全球端游市场占比 13.2%,韩国精品游戏的发展起步早,整体水准居于世界前列^[29]。

韩国游戏产业的繁荣与其健全的游戏法律法规体系及自上而下的规划、激励密不可分。自 1998 年韩国提出“文化立国”战略,出台《文化产业振兴基本法》《文化产业发展五年计划》以来,韩国文化产业的发展开始逐步形成自上而下主动规划的发展模式。对于发展迅速、占据文化产业市场份额达到 20% 左右的游戏产业,韩国更是全球少数进行专门立法的国家之一,出台了《韩国游戏产业促进法》《韩国游戏产业促进执行令》等专门法规^[30]。《游戏产业促进法》规定所有商业化或公众游玩的游戏都需要进行分级,为此,韩国建立了复杂的监管体系,在韩国文化体育观光部的指导下,通过游戏分级管理委员会、游戏内容分级董事会、独立分级分类业务实体来共同实施。2011 年 5 月 19 日,韩国国会通过《未成年人保护法》修正案(又称“灰姑娘法”或“停机法”),其中第 26 条则规定了旨在保护未成年人的“游戏宵禁”制度^②^[31]。为了更好地推动电竞产业发展,适应部分职业电竞选手未成年的事实,2020 年 5 月,韩国游戏产业部宣布了《游戏产业五年促进综合计划》,修订了原有法令中针对 16 岁以下玩家的“游戏宵禁”制度,规定经过认证注册的电竞选手可不受宵禁制度的时间限制^[32]。2024 年韩国文化体育观光部公布了《2024-2028 年游戏产业振兴综合规划》^[33],宣布除继续支持电竞产业发展外,还将推动韩国主机游戏、独立游戏在国际市场的表现,以助力韩国游戏产业再次腾飞。

(三) 欧洲:以“欧盟游戏法案”扶持产业发展

目前,欧洲游戏产业年产值为 233 亿欧元,

① 端游,是指需要通过下载、安装之后才能玩的游戏,而且多数游戏需要在电脑或主机上进行游戏。端游相对于手机游戏和网页游戏,具有更高的画质、更丰富的游戏内容、更深入的游戏玩法和更强的游戏体验。

② 韩国游戏“宵禁制度”规定游戏厂商或互联网游戏运营者不得在午夜 12 点至上午 6 点向未满 16 周岁的玩家提供互联网游戏服务。

半数欧洲人自认为自己是游戏玩家，其中半数为女性^[34]。据欧洲互动软件协会和欧洲游戏开发者协会联合发布的 Key Facts 报告显示，欧洲玩家每周平均投入游戏的时间为 9 小时，且游戏玩家覆盖各个年龄层。2022 年 11 月 10 日，“欧盟游戏法案”在欧洲议会以压倒性优势获得通过。该法案呼吁欧盟委员会和理事会对欧洲游戏行业提供资助，并要求制定电子游戏产业发展的长期计划，留住产业人才^[35]。

在 2022 年 10 月的一次欧洲会议中，电子游戏产业对数字经济和文化创意产业持续的重要意义被明确提出，即电子游戏和电子竞技领域的投入将有助于提升欧盟的软实力^[36]，这包括：一是电子游戏作为创意和文化产业的关键组成部分，具有和电影、书籍出版等产业联动发展的重要 IP 意义；二是电子游戏作为一种包含美术、音乐、动作、剧情、镜头效果等跨领域的艺术媒介，有助于推动经典文化和艺术的发展和传播；三是电子游戏产业的发展将为前沿科技提供“试炼场”和应用场景，推动数字科技和相关硬件的发展；四是游戏在科普、教育、医疗等领域都拥有巨大的发展潜力。

欧盟游戏法案在最后部分“电子游戏与电竞：挑战、机遇和欧洲战略”章节中提出了 38 条政策方针，为未来立法和制定具体政策提供了指导方向，包括加强游戏产业头部企业的竞争软实力建设；吸引更多的电子游戏产业人才，推动游戏相关专业的高等教育，广泛培养后备人才；加大对游戏研发、人才培养的资金投入，提升相关资助计划的实际效果；在游戏内容设计方面，注重对于用户和未成年群体的保护^[37]。

（四）沙特与俄罗斯：战略性加大对游戏产业的资金扶持计划

在认识到游戏产业对数字经济的发展具有重要战略意义的共识下，全球游戏产业格局正在重塑。除了美国、中国、欧洲、日韩等已经形成相对优势的国家之外，沙特与俄罗斯都启动了相应

的扶持和激励计划。

2022 年 9 月，沙特王储宣布启动“国家电子竞技游戏战略”，并将沙特阿拉伯公共投资基金（PIF）全资拥有的游戏集团 Savvy Gaming Group 定位为国家战略的一部分，将承担起在 2030 年前把沙特打造成全球游戏和电竞领域终极中心的重任。为此，沙特将投入 378 亿美元用来资助这个战略规划：133 亿美元用来收购一家全球领先的游戏发行商作为该集团的战略开发伙伴；186 亿美元用于收购其他游戏公司的少数股权；预计花费 53 亿美元投资成熟的产业伙伴，为集团增添价值和专业性；再投入 5.32 亿美元来扶持游戏产业中的“颠覆者”^①。与沙特直接投入大额资金的“投资”方式类似，俄罗斯 2021 年 12 月开始规划，由数字发展部设立专项基金，支持游戏开发商，通过资金补贴等形式对俄罗斯的游戏产业给予扶持。2021 年俄罗斯游戏市场增长 8%，是全球第 15 大市场，其增长速度已赶上全球游戏市场的发展速度^②。俄罗斯政府从 2019 年已经开始意识到，电子游戏不仅仅是一种娱乐方式，更是一种全新的媒体形式，并将成为未来重要的传播载体。从俄罗斯数字发展部到总统办公厅，都对游戏产业进行具有历史和社会意义的战略考量，并开启了有意识的扶持政策。

四、我国游戏产业高质量发展新路径

《黑神话：悟空》作为我国首款 3A 游戏的爆火引发了全球对中国游戏产业的更广泛关注。国际知名金融机构高盛从产业经济角度评价：“这对中国主机游戏行业来说是一个重大转折点，也是中国游戏走向全球的关键一步，或刺激对中国游戏行业的投资，尤其是 3A 游戏。”^[38] 这尽管中国游戏产业整体营收在全球市场中所占份额仅次于美国，但基于手游和服务型游戏的商业模式极度依赖流量，这不仅让流量巨大的综合性平台公司容易形成垄断，且随着我国互联网用户规模达到峰值，产业产值也逐渐面临下滑的困境。《黑神话：悟空》的成功是一面镜子，也是一个契机，

① 数据来源：刘浏，《再砸 378 亿美元对标微软！沙特“买买买”出世界电竞的中心》，搜狐，https://www.sohu.com/a/591876120_121226259。

② 数据来源：俄罗斯《生意人报》，网易，<https://www.163.com/dy/article/HK7M30E50552K9KL.html>。

本文通过论述我国游戏产业高质量发展的机遇和挑战。提出促进我国游戏产业高质量发展的创新路径及相应的政策建议。

(一) 着力打造 3A 级游戏精品, 增强“第九艺术”的文化传播力

《黑神话: 悟空》以 3 个亿的开发成本赢得了超 70 亿元的全球营收^①, 而且在全球游戏市场掀起的一股浓厚的“中国风”。这不仅带动了经典小说《西游记》英文版在国外的销量, 更是将中国的传统建筑、民族音乐、哲学文化等向全世界以“润物无声”的方式进行文化输出。优秀的精品游戏可以迅速提升国家形象。20 世纪 80 年代, 日本的主机游戏公司任天堂凭借一己之力, 将全球游戏产业中心从发源地美国转移到日本。任天堂创造的经典游戏《超级马力欧兄弟》《塞尔达传说》《宝可梦》等已成为世界级 IP。作为欧洲游戏产业强国之一, 波兰还选择让游戏为国家承担起文化外交的重要职责——2011 年波兰总理图斯克访美时, 将其具有全球影响力并屡获殊荣的 3A 游戏《巫师 2》赠送给时任美国总统奥巴马, 波兰城市卡托维茨还借助电竞产业成功实现了从“衰败的煤都”向“欧洲电竞之都、会议中心、会展中心、科技之城”的转型。

目前, 我国游戏用户规模进入存量竞争阶段, 游戏市场的销售收入增速正在放缓, 而随着游戏用户的迭代带来的玩家人口结构变化、文化偏好变化以及文化审美需求提升, 必将导致未来的游戏市场竞争更为激烈。作为“第九艺术”的游戏, 尤其是代表游戏工业“门面”和“王冠”的 3A 精品游戏, 其蕴含的巨大产业增长效能和国际文化传播力, 应被视为下一阶段游戏产业高质量发展的重要策略, 值得各地政府投入多元化激励政策予以扶持。在《黑神话: 悟空》这个案例中, 根据国家税务总局杭州市税务局发布的信息显示, 杭州市税务部门与游戏研发公司——游科互动科技有限公司建立长效沟通机制, 为公司提供精准

的税收优惠辅导, 其研发费用加计扣除额达到 2800 余万元。杭州市政府始终将《黑神话: 悟空》研发团队视为“独角兽”企业, 提供“保姆式服务”, 这也是一种重要的“软性”政策支持方式。

(二) 重视 VR 游戏等元宇宙游戏新业态的战略布局

以游戏为雏形的元宇宙数字经济是一个庞大的、万亿级别的数字产业机遇。2018 年斯皮尔伯格导演的科幻电影《头号玩家》讲述了一个未来玩家在一个虚构的 VR 游戏“绿洲”中的多重互动体验, 这不仅带动了 VR 游戏的热潮, 更是将小说《雪崩》中“元宇宙”的数字化生存状态做了直观的视听觉演绎, 促使许多游戏企业纷纷投入 VR 游戏的研发领域。根据中国音数协游戏工委的数据, 2019 年我国 VR 游戏用户规模增长了 22%, VR 游戏市场收入达到 26.7 亿元, 同比增长了 49.3%^[39]。虽然目前 VR 游戏还无法达到电影中“绿洲”的水准, 但作为一种全新的 3D 游戏业态, 对玩家具有强烈吸引力。从 2019 年远高于手游个位数增长的数值来看, 玩家更愿意在新奇的感官体验上进行更多消费。VR 游戏的研发还关联 VR 硬件设备的迭代升级, 包括佩戴的 VR 眼镜或头盔及全身的触感设备, 因此 VR 游戏的发展势必带动游戏产业相关设备制造的增量。虽然目前家用级的 VR 设备还没达到最理想状态, 尚不具备取代智能手机成为“下一代互联网”的终端, 但当游戏从单一娱乐产业发展为平台媒介之后, 则有可能承载更多将现实世界场景虚拟化的应用, 例如: 2020 年有 300 多位全球学者在游戏《逆水寒》中以古风虚拟形象参加了第二届分布式人工智能学术会议 (DAI 2020)^②; 2024 年《堡垒之夜》游戏中同时有 1230 万玩家在线参加了特拉维斯·斯科特 (Travis Scott) 演唱会^③等等。

事实上, 商业级 VR 游戏应用已经以《风起洛阳》《秦朝觉醒》《消失的法老》《巴黎舞会》《永恒的巴黎圣母院》等国内外“VR 大空间”沉

① 数据来源: 《<黑神话: 悟空>开发成本 3 个亿卖了 70+ 亿, 盈利能力遥遥领先》, 搜狐, https://www.sohu.com/a/815402174_121984121。

② 数据来源: 《网易伏羲推出沉浸式会议模式: 300 学者云游戏中开 AI 大会》, 经济参考网, https://www.jjckb.cn/2020-10/27/c_139470736.htm。

③ 数据来源: 《堡垒之夜》的官方推特发布, 网易, <https://www.163.com/dy/article/FB2BI34105268D4T.html>。

沉浸式娱乐项目的形式提振了2024年的文旅市场。随着VR、AR、XR等硬件设备的逐年迭代，家用级的3D显示设备和触感硬件的出炉，必将推动元宇宙游戏在未来10年的蓬勃发展。做好相关业态和前沿软硬件技术的前瞻性布局及头部企业引进，对于相关城市和地区来说，无论从游戏产业软硬件增量层面还是从数字经济深度发展的战略层面，都具有重大意义。

（三）以“游戏+”产业生态理念深化融合发展模式

2021年12月12日国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》明确提出，“新一轮科技革命和产业变革深入发展，数字化转型已经成为大势所趋”，要加速数字技术与各行各业的融合，到2025年“数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%”^[40]。游戏作为数字经济的重要组成部分，这是近年来各国达成的共识，游戏技术所推动的“游戏+”发展模式，也成为助力数实融合的重要力量。

从“游戏+”文旅融合发展来看，有研究对2023年35个网络游戏与文旅资源联动的案例进行了分析^[41]，发现这些游戏与文旅联动主要涉及非遗、景点、博物馆等三大资源类型。其融合路径主要包括：在游戏角色设计中融入特色文旅元素，例如《原神》推出系列非遗纪录片让玩家对未曾了解的非遗产生了浓厚兴趣；或是为文旅资源在游戏中设置数字化场景，例如《QQ飞车》在与江西文旅联动时将婺源古镇、滕王阁等作为游戏中场景；或是根据不同文旅资源的特征，在游戏中设计相应的传统文化体验活动以展现非遗、景点、博物馆的文化底蕴，例如《和平精英》在游戏中创造了“数字天坛”，并还原了敲编钟、祈福仪式等体验。根据中国旅游研究院2023年开展的市场调研显示，游戏IP与旅游的结合，不仅能推动玩家转变为游客，还能将游客吸引为游戏玩家。

从“游戏+”技术的产业生态来看，技术创新带来的更优游戏体验一直是玩家们竞相追逐的，尤其是VR游戏的萌芽所带来的交互性、仿真性、

沉浸性在强烈吸引新老游戏用户的同时，更是对算法、图形实时生成技术提出了更高的要求。尤其是经过AI、大数据、区块链等技术加持的元宇宙游戏更是将游戏发展成一个全新的媒介平台，不仅将改变游戏的玩法，还将深刻影响教育、社交和科技创新等多个层面。在英伟达计算芯片作为人工智能基础设施的当下，中国游戏产业上游的算力、工业软件等技术的国产化生态仍有待完善，以降低成本支撑更多的3A精品游戏开发；游戏产业下游的硬件端包括更高计算和显示性能的电脑，VR、AR游戏等3D游戏相关硬件装备等。另外，电竞产业将游戏玩法的竞赛商业化，在被列为正式的体育比赛项目后，各大城市竞相打造“电竞之都”，推动电竞产业发展。《2024年中国电子竞技产业报告》显示，2024年中国电竞产业实际销售收入275.68亿元，同比增长4.62%。电竞产业可以被看作游戏产业生态中的衍生产业。大力促进游戏产业上下游企业的发展和培育，重视电竞产业的集聚效应和电竞之都的城市品牌形象价值，将成为助力游戏产业迈向高质量发展的关键因素。

（四）制定专项游戏产业政策解决产业发展痛点

中国游戏产业在过去三十多年的发展中，得益于庞大的互联网人口红利以及服务型游戏独特的商业模式，涌现了如腾讯等常年稳居游戏营收榜首的巨头企业。2023年腾讯游戏产业营收纳统数据为1440亿元，占据深圳市游戏总收入的80%，占全国游戏市场总收入的47.5%，占全球游戏产业市场营收的11.03%^①。正是因为有这样亮眼的成绩和流量优势，从商业模式来看，腾讯、网易等大型游戏公司缺乏开发高成本3A精品游戏的动力；从游戏产业快速生长也能持续获得营收增长来看，一线城市也缺乏出台政策或立法促进游戏产业发展的动力。正如前文分析所示，游戏已在前沿科技、人工智能、数字经济、文旅经济、电竞产业等多维度上具有重要影响力和促进作用。

第一，创设游戏产业基金或专项资金，资助

① 数据来源于深圳市文化广电旅游体育局。

优秀游戏产品开发。一是以游戏为平台促进前沿科技发展。根据中国音数协游戏工委、中国游戏产业研究院等机构发布的《游戏科技能力与科技价值研究报告》，通过对游戏与电子通信、硬件制造等领域的行业调研显示，81%的受访者认为游戏促进了AI技术的发展。二是中国游戏在中华文化“走出去”方面扮演着重要角色，《王者荣耀》《和平精英》《原神》等游戏产品在设计中融入了中国古典诗词、神话故事和传统美学，有利于促进中国文化与世界文化的深度交流。目前，杭州每年划拨1亿元专项资金支持推动动漫游戏和电竞产业与相关产业深度融合、互促发展^[42]。

第二，出台游戏产业相关人才培养和公司引进政策。游戏高层次人才往往是科技与文化跨界人才，需要同时具备理科生的技术能力和文科生的审美力与文化积淀。除了设立专门的游戏专业培养人才，也可以通过政策豁免、鼓励、优待等方式进行引导。例如：韩国游戏产业政策规定对游戏行业的青年人可免除国家义务兵役；波兰允许年满18周岁的社会学、伦理学、哲学、历史学等专业的学生免费领取游戏；杭州将优秀的3A游戏研发公司给予“独角兽”企业优待等。

第三，构建多渠道、多维度的支持体系，助力游戏企业开拓海外市场。游戏出海作为中国服务贸易增长的全新引擎，已逐步获得各级政府部门的关注，但相关扶持力度及落地举措仍处于初步探索阶段。游戏出海本质上属于服务贸易出口范畴，需在贸易渠道拓展、贸易展销企划等产业链深层环节落实更多务实举措。以韩国为例，其在推动网络游戏产品出口的过程中，不仅通过多元方式助力产品出海，还在全球主要城市设立海外IT市场服务中心与支援中心，为韩国游戏项目的海外运营提供针对性服务；2015年成立的韩流企划团，整合韩流相关政策资源，以官民协同模式举办各类活动，积极挖掘海外战略机遇；自1999年起，对国内280余家游戏企业参与美国E3、IAAPA、英国ECTS、日本TGS四大国际游戏展提供支持 with 适当补贴，并于2001年起在韩国举办世界电子竞技大赛，每年吸引五六十个国家和地区2万余名选手参赛，有效扩大了韩国游

戏的国际影响力。韩国上述具体且多元的举措，共同构建起促进韩国游戏全球产业交流与贸易洽谈的支撑体系，从游戏运营、贸易拓展及文化传播等多维度、多层次地推动了韩国游戏的出海进程与国际声誉提升。

参考文献：

- [1] 项目组. 中国游戏产业年度发展概况——基于《2024年中国游戏产业报告》的数据[J]. 中国数字出版, 2025, (1).
- [2] 朱小枫, 辛子俊.《黑神话：悟空》与中国数字游戏的工业化转型：历程、现状与问题[J]. 数字出版研究, 2024, (4).
- [3] 朱祖平, 王俊杰. 中国互联网游戏产业的曲折成长机理及策略研究[J]. 福州大学学报(哲学社会科学版), 2022, (4).
- [4] 伽马数据发布游戏投资报告. 2021年投资事件209起 总金额近260亿[EB/OL]. 中国经济网, http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202201/04/t20220104_37226030.shtml, 2022-01-04.
- [5] 窦世平, 罗茂林. 多项指标再创新高 中国游戏产业满帆前行[N]. 上海证券报, 2024-12-14.
- [6] Skip Rizzo Albert, Lange Belinda, Suma Evan A, Bolas Mark. Virtual reality and interactive digital game technology: new tools to address obesity and diabetes[J]. Journal of diabetes science and technology, 2011, 5(2).
- [7] 侯伟胜. 中国游戏产业的崛起之路[J]. 商业观察, 2025, (1).
- [8][12] 李哲. “人工智能+”赋能产业升级 AI成游戏新引擎[N]. 中国经营报, 2025-03-10.
- [9] 陈韬. 中国游戏产业高质量发展路径探析[J]. 上海信息化, 2025, (1).
- [10] 披露文件显示谷歌曾考虑和腾讯合作, 收购Epic Games 100%股权[EB/OL]. 新浪财经网, <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2023-11-21/doc-imzvizht3179831.shtml>, 2023-11-21.
- [11] 中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会, 中国游戏产业研究院. 游戏科技能力与科技价值研究报告[EB/OL]. 搜狐网, <https://www>.

sohu.com/a/666303696_121649907, 2023-04-14.

[13] 张君成. 中国游戏以高质量发展走上全球舞台 [N]. 中国新闻出版广电报, 2025-03-17.

[14] 杨志勇. 游戏赋能文旅新发展 让传统文化“活”起来 [N]. 大河美术报, 2025-02-28.

[15] 周祎. 山西让“悟空”效应变长效流量 [N]. 中国文化报, 2025-01-13.

[16] 罗茂林. “游戏+”线上线下联动游戏产业带动文创产业消费 [N]. 上海证券报, 2025-03-19.

[17] 中国旅游研究院. 2024 游戏 IP& 文旅共创新可能研究报告 [EB/OL]. <https://gamenewstc.com/nd.jsp?id=1628>, 2024-05-23.

[18] 宜晶. 游戏何以“引燃”年轻态消费 [N]. 文汇报, 2025-01-15.

[19] 陈韬. 中国游戏产业高质量发展路径探析 [J]. 上海信息化, 2025, (1).

[20] 吴雨伦. 打破“次元壁” 奔赴高质量 [N]. 南方日报, 2025-01-07.

[21] BilibiliWorld 三天吸引 40 万人次, 引爆上海暑期旅游 [EB/OL]. 中国网, <https://tech.china.com.cn/sx/20250721/409766.shtml>, 2025-07-21.

[22] 顾群业, 王所玲. 虚拟时尚: 游戏与时尚的跨界融合 [J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2025, (1).

[23] 李哲. “谷子经济”火热 游戏 IP “破圈”掘金 [N]. 中国经营报, 2024-12-09.

[24] 伽马数据: 2024 中国游戏产业 IP 发展报告 [EB/OL]. 搜狐网, https://www.sohu.com/a/824525476_121888860, 2024-11-07.

[25] 关于推进对外文化贸易高质量发展的意见 [EB/OL]. 中华人民共和国中央人民政府网, https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-07/30/content_5703621.htm, 2022-07-18.

[26] 韩磊, 小欧. 我们的游戏史 [M]// 腾云智库, 译言, 编著. 游戏: 未来的艺术, 艺术的未来, 北京: 电子工业出版社, 2016: 67.

[27] Swasti Dharmadhikari. AI in Games Market Report 2025(Global Edition)[EB/OL]. <https://www.cognitivemarketresearch.com/ai-in-games-market-report>, 2025-06-01.

[28] 唐筠萱. 全产业链视角下美国游戏产业发展趋势观察 [J]. 中国数字出版, 2024, (2).

[29] 赵鑫鑫. 韩国游戏市场规模首次突破 20 万亿韩元 [N]. 国际出版周报, 2023-01-09.

[30][32] 梁晓轩. 韩国: 宅经济下的游戏立法嬗变 [J]. 检查风云, 2020, (22).

[31] 黄磊. 韩国: 防治未成年人沉迷网络 [J]. 检查风云, 2021, (23).

[33] 游戏研究社. 韩国发布“游戏产业振兴计划”, 重点发展主机游戏 [EB/OL]. 观察者网, <https://user.guancha.cn/main/content?id=1224745>, 2024-05-02.

[34][36][37] NPCgank. 欧盟通过“游戏法案”扶持产业发展 [J]. 服务外包, 2022, (12).

[35] 三川汇文化科技. 欧洲议会通过 38 条“游戏新政”, 欧盟的战略不仅仅是游戏 [EB/OL]. 钛媒体, <https://www.tmtpost.com/6315744.html>, 2022-11-16.

[38] 美国财团. 《黑神话: 悟空》的爆火是中国主机游戏行业一个重大转折 [EB/OL]. 游民星空, <https://www.gamersky.com/news/202408/1804801.shtml>, 2024-08-21.

[39] 中国音数协游戏工委. 2019 年中国游戏产业报告 [EB/OL]. 游资网, <https://www.gameres.com/859559.html>, 2019-12-19.

[40] 国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知 [EB/OL]. 中国政府网, https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/12/content_5667817.htm, 2022-01-12.

[41] 苏静, 杨奕凡. 2023 年游戏产业与文旅资源融合路径分析 [J]. 中国数字出版, 2024, (5).

[42] 中共杭州市委办公厅 杭州市人民政府办公厅印发《关于推进新时代杭州动漫游戏和电竞产业高质量发展的若干意见》的通知 [EB/OL]. 杭州市人民政府门户网站, https://www.hangzhou.gov.cn/art/2022/11/22/art_1345197_59069166.html, 2022-11-22.

作者: 袁园, 深圳市文化广电旅游体育研究中心学术总监、副研究员、博士

责任编辑: 周修琦