

游戏出海

文/黄宙辉 李铮

2025 年最后一个月，粤产游戏又一次站在全球游戏产业的聚光灯下：库洛游戏旗下作品《鸣潮》接棒《原神》《黑神话：悟空》，斩获 TGA“玩家之声”大奖。除了《鸣潮》，三七互娱旗下产品《Puzzles & Survival》作为中国游戏出海的现象级作品，上线后迅速进入全球 52 个地区 iOS 畅销榜前十。

“世界游戏看中国，中国游戏看广东。”近年来，作为全国游戏产业的“压舱石”，广东游戏也逐渐成为中国文化出海的核心力量之一，成为广东一张亮丽的新名片。

出海矩阵梯队完整、活力充沛

在今年 10 月落幕的“2025 全球游戏产业 CEO 大会”上，超 1000 家国内外游戏企业精英齐聚广东，共同探讨全球游戏产业发展趋势与出海策略。广东省游戏产业协会执行会长鲁晓昆在开幕致辞中指出，全球游戏市场正经历扩容与转型的关键阶段，产业发展势头强劲。预计 2025 年全球市场规模将突破 2000 亿美元。2025 年上半年数据显示，中国自主研发海外收入同比增长 11.07%，广东游戏出海营收超 250 亿元，同比增长 28%，全球市场份额持续扩大。

作为中国文化出海的重要组成部分，中国自主研发的游戏在全球市场表现出稳健增长态势。

广东作为全国游戏产业的重镇，长期位居全国首位，其游戏出海表现十分亮眼。近五年，广东游戏出海总营收超过 1886 亿元，年度营收分别为 317.6 亿元、389.2 亿元、370.2 亿元、385.4 亿元和 423.6 亿元，总体呈现增长趋势。广东的腾讯、三七、创梦天地、乐牛、君海、元游、趣炫、星辉、世宇、中手游等多家游戏企业入选“2025-2026 年度国家文化出口重点企业”。

数据显示，2024 年，广东有 8 家游戏企业跻身出海营收 10 亿元以上第一梯队，既有腾讯、网易等“老牌巨头”，也有库洛游戏、灵犀互娱等“后起之秀”，形成了梯队完整、活力充沛的出海矩阵。

2025 年 6 月 10 日，“广东游戏出

海联盟”在广州揭牌。该联盟将整合资源形成出海合力，建立涵盖研发、财税、渠道的出海服务体系，提升出海服务水平。

“一核带动、多业出海”

值得一提的是，广东游戏产业的出海带动效应已突破单一产业边界，形成“一核引领、多业协同”的文化出海生态，推动从产品出海向产业集群出海升级。

在游戏核心产业的带动下，上游创意设计、中游发行服务、下游 IP 衍生等全链条企业纷纷加入出海行列，构建起完整的文化出海产业链。曾被誉为“中国游戏第一街”的广州市天河区科韵路，不仅聚集了众多头部游戏企业，更衍生出大量具备国际服务能力的美术外包、音效制作团队。这些团队不仅为本土游戏企业提供支撑，更直接服务于全球游戏研发，成为文化出海的重要配套力量。

IP 衍生业态的全球化布局进一步放大了文化出海效能。广东游戏企业以优质游戏 IP 为核心，推动文化价值向影视、动漫、文创产品等多元领域延伸，形成“游戏 IP—全品类衍生—全球传播”的完整闭环。依托“潮玩之都”东莞的产业优势，广东游戏 IP 衍生产品远销全球，超 4000 家玩具生产企业和近 1500 家上下游配套企业，包揽了全球近 1/4 的动漫衍生品生产，让游戏中的文化符号转化为可触摸、可收藏的实体产品，持续深化海外用户的文化认知。

更值得关注的是，游戏出海还与其他文化业态搭建了出海桥梁，形成“一核带动、多业出海”的文化贸易格



《叫我大掌柜》游戏海报

局。腾讯出品的《庆余年》《长相思》等 IP 剧集借助游戏海外渠道优势，登陆欧美等上百个国家和地区的主流视频网站；游戏出海积累的海外发行经验与用户基础，也为微短剧、网络文学等“文化新三样”出海提供了宝贵支撑。

文化传播与市场盈利的双赢

广东游戏出海，有何“文化通关密码”？

广东游戏产业的出海征程，始终以精品内容为核心竞争力，走出了一条“中式内核+全球表达”的特色路径。“文化内核是游戏出海的灵魂，而全球化表达则是破圈的关键。广东游戏企业精准把握了这一核心逻辑，实现了文化传播与市场盈利的双赢。”中山大学数字文化产业研究中心主任周

如南教授如此分析。在内容创作上，广东游戏企业深度挖掘中华文化与岭南地域文化精髓，将咏春、醒狮、广彩、京剧、投壶等文化元素融入游戏场景与玩法设计，让文化内涵成为游戏的核心吸引力。

广东游戏企业还深耕引擎研发、人工智能、超高清渲染等核心技术，以极致的视听体验打破文化传播的语言与地域壁垒。比如，腾讯自研 AI 引擎将游戏场景制作效率提升 40 倍以上，这种技术优势不仅让中国游戏在全球市场更具竞争力，更让蕴含其中的文化元素以更生动的形式触达海外用户。

不可忽视的是，广东游戏能够持续打开海外市场，还与广东长期形成的开放包容文化密切相关。作为中国改革开放的前沿阵地，广东早已积累了丰富的国际交流经验，为游戏企业在文化表达和跨境运营上提供了天然优势。

典型案例

三七互娱：境外营收十年增长近 15 倍

广东游戏企业三七互娱，是中国游戏厂商出海的标杆案例。2015—2024 年，该公司年境外收入从 3.56 亿元增至 57.22 亿元，增长近 15 倍。2025 年上半年，该公司海外收入为 27.24 亿元，稳居中国手游发行商出海收入榜前列。目前，三七互娱已在全球 200 多个国家和地区开展业务，形成涵盖大型多人在线角色扮演游戏（MMORPG）、策略类游戏（SLG）、卡牌与模拟经营等多品类的产品矩阵。

三七互娱将“精品化”作为海外布局的主要锚点，将中华优秀传统文化系统性地融入游戏设计逻辑之中。由三七互娱发行的国风模拟经营游戏《叫我大掌柜》，是其文化出海的范例。该游戏以宋代商贸为核心玩法逻辑，场景设计取材自《清明上河图》，并先后围绕广府文化、三山五园、京剧、醒狮等非遗项目展开合作。

《叫我大掌柜》还推出“南海丝路”主题版本，将海上丝绸之路、水下考古与文物修复等内容巧妙融入到游戏设计中，并在专业文物修复人员指导下开展相关知识科普。该版本在推广期间累计触达海外用户达 3.6 亿，推动传统文化以更有趣味性的方式进入全球视野。

从“游戏大省”到“电竞强省”的跃迁之路

文/陈旭泽

2025 年，中国电子竞技产业收入达到 293.31 亿元。同年，LPL 第三赛段的年度总决赛在深圳大运中心体育馆打响，其门票短时间内便告售罄。赛场外，年轻人在电竞周边店前排起长队，背包上挂满了各式队伍徽章，胳膊上还挎着从外设厂商展区薅来的“羊毛”。

这些场景，是过去十年间，广东电竞产业一步步从萌芽、争议走向主流和繁荣的生动写照。

作为中国游戏产业的核心区域，广东在 2024 年的游戏营收规模占全国近八成。过去十年，尤其是近两年，随着一系列关键政策的出台，电竞这个曾经依附于游戏的垂直领域，在广东已经成长为一条脉络清晰、生态初显的独立产业链。

政策如何为广东电竞“点满 BUFF”

广东电竞的产业化提速，一个明确的起点是 2025 年 5 月。中共广东省委宣传部与广东省文化和旅游厅联合发布了《关于推动广东电子竞技产业高质量发展的若干政策措施》（以下简称“政策措施”），首次在省级层面为产业发展绘制了蓝图。

它的核心是构建“双核多点”的产业布局，明确将广州、深圳打造为带动全省的“电竞双核”，同时支持珠海、佛山、东莞等珠三角城市，围绕广深承接产业溢出资源，发展俱乐部、赛事、硬件制造等上下游配套，形成城市群和产业带。

2025 年 12 月，广州市政府常务会议审议通过了《广州市扶持游戏电竞产业发展的十八条措施》。这是广州市首个游戏电竞专项扶持政策，为这座产业规模超 1400 亿元的城市巩固优势。省内各地市也发布了更细致的落地措施。政策的引导效果直接反映在市场主体的集聚上。根据《2025 年中国电子竞技产业报告》，截至 2025 年底，中国电子竞技俱乐部共有 165 家，全国拥有 10 家及以上电竞俱乐部的城市仅有四个：上海、北京、广州和深圳。广深作为“双核”，其产业承载力和吸引力已稳居全国第一梯队。

赛事、俱乐部与城市的新连接

政策搭建了框架，而产业的真实体温，则在每一场比赛、每一家俱乐部和每一次跨界尝试中体现。

广东电竞十年：

大型职业赛事是影响力的放大器。佛山南海区自 2017 年涉足电竞以来，已承办过英雄联盟手游城市赛总决赛、LPL 春季赛总决赛等赛事。2024 年 LPL 春季赛总决赛在南海举办时，6000 张门票迅速售罄，显示了强大的线下号召力。

然而，短暂的高光赛事难以沉淀长期价值。因此，发展可持续的本地化赛事生态成为破题关键。而广东省首届电子竞技超级联赛的提出，就是为了让电竞热度从峰值变为常态。

12 月 23 日，由中共广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅指导，广东省游戏产业协会与羊城晚报报业集团联合主办的广东省首届电子竞技超级联赛启动仪式正式举办。本次赛事将设立五大赛区，覆盖 21 座城市，将成为广东乃至全国范围内的一次电竞盛事。赛事将电竞与本土文化、地域情感连接，探索了一条不同于顶级职业赛道的差异化路径。

俱乐部的落地则是产业扎根的象征。国内电竞行业领军企业哔哩哔哩电子竞技俱乐部无畏契约分部（BLG）已正式落户广州花都，其无畏契约战队更冠名“广州花都 BLG”出战国际赛事。BLG 的落户，正是看中了花都在政策支持、产业配套、赛事落地等方面的全方位支持，以及这里连接粤港澳大湾区的区位优势。与此同时，本土战队广州电竞队（GZG）也扎根广州，还在上海电竞大师赛夺冠，进军世界总决赛，让广东的竞技力量被更多人看见。

电竞成为城市“新语言”

电竞的能量远不止于赛场之内，它



BLG 战队获得英雄联盟职业联赛 2025 赛季总冠军

正成为连接年轻人与城市文化、商业消费的“新语言”。

2025 年国庆期间，AGF 亚洲游戏博览会在广州保利世贸中心开幕，4 天客流突破 45 万人次。这种大型活动不仅聚集人气，其与城市文旅的联动尝试，如主题专列、主题公交等，更让电竞元素渗透到城市的公共空间。

更深层次的融合在于文化表达。政策措施明确鼓励将中华优秀传统文化元素融入电竞产品。在实践中，有游戏植入粤剧、广绣等非遗元素，反向拉动线下文旅消费；甚至以南海醒狮为原型打造《王者荣耀》游戏内皮肤。在广州的动漫游戏盛典上，非遗传承人将游戏角色剪成剪纸，让虚拟 IP 与传统技艺产生了奇妙的共鸣。

这种“电竞+”的融合，本质上是在争夺年轻人的注意力与情感认同。关键在于如何把线上流量转化为线下消费，把短暂的赛事关注转化为长期的城市认同。

“出海+科技”推动广东电竞版本更新

站在十年的节点上，广东电竞的目光已投向更广阔的世界。政策大力支持电竞出海，鼓励企业参加国际赛事，搭建海外平台。2024 年，广东自主研发游戏的海外收入已占全国总量的 40%。2025 年，广州库洛游戏研发的《鸣潮》在 TGA 颁奖典礼上获奖，正是广东游戏电竞国际影响力提升的一个表现。

科技是驱动产业进化的另一引擎。广东作为电子信息制造重镇，在电竞硬件领域有天然优势。政策也鼓励电竞装备制造迭代升级，并推动 AI、VR 等前沿科技在赛事运营和观赛体验中的应用。

繁荣之下，挑战与思考并存。中国电竞产业收入中，直播收入占比超过 80% 的结构性问题依然突出。如何拓

展赛事运营、俱乐部商业化、衍生品等多元化收入，是行业健康发展的关键。同时，电竞游戏版本迭代迅速，如何构建如传统体育般持久、稳定的观众情感纽带，也是整个行业在探索的课题。

十年，足够一个电竞选手从青训营走向世界舞台。

十年，也足够让一个产业从边缘，走向聚光灯下的主流舞台。

从 2015 年广东省游戏产业协会成立，到 2025 年政策措施全面出台，十年间，广东电竞完成了从自发成长到有序引导、从单一娱乐到复合生态的转变。

展望未来，随着政策深入实施、粤港澳大湾区协同效应进一步释放、AI 等前沿技术加速应用，广东有望在 2030 年实现“广州、深圳进入全球电竞行业最具影响力城市行列”的发展目标。

赛场内外的热情仍在延续，年轻人的队伍依然排向远方；而这，正是广东电竞下一个十年的起点。