

## 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。

# “世界游戏看中国，中国游戏看广东”

## 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，中国自研游戏海外收入同比增长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，总体呈现出增长趋势。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，游戏出海还为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，推动传统文化以更具趣味性的方式进入全球视野。

## 拾级而上 粤游·粤澎湃

——广东游戏产业十年荣耀纪

## 相关链接

广东电竞十年大事记  
(2015-2025)

- 2015年：深圳腾讯全资收购Riot Games；
- 2020年：佛山南海出台粤港澳大湾区首个电竞专项政策，提供租金减免及赛事扶持资金；
- 2023年：广州TTG夺得KPL夏季赛总冠军；
- 2025年：广东出台《关于推动广东电子竞技产业高质量发展的若干政策措施》，首届“电竞粤超”启动。



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。

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

## “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  
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  
励电竞装备制造业迭代升级，并推  
动AI、VR等前沿科技在赛事运营和观  
赛体验中的应用。

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。

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。

## 电竞成为城市“新语言”

电竞的能量远不止于赛场之内，它