

从美术师耗时几天打磨的游戏角色裙摆,到玩家与智能NPC(非玩家角色)实时对话的沉浸式体验,从动辄数年的研发周期,到2至3人团队10天就能完成一款小游戏的开发——过去两年,人工智能正在以肉眼可见的速度,全方位改写着中国游戏产业的运转逻辑。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山近日公开表示,行业调研显示,当前游戏企业AI技术普及率已达86%。AI已不再是“锦上添花”的可选配置,而是赋能产业发展的常态化基础设施。

伽马数据今年7月底发布的《2026中国游戏产业AI发展报告》进一步揭示,收入排名前50名的国内游戏企业已有80%公开披露开展AI相关布局。从“算明白账”到“算价值账”,从效率工具到核心引擎,游戏行业的AI大考,正在重塑整个产业的竞争格局。

■新快报记者 陈学东

从“降本”到“造新”,AI重塑游戏江湖

普及率86%——AI从“可选项”变为“必选项”

游戏是一个对AI有着天然强需求的产业。一方面,高端游戏对极致用户体验的追求,需要借助AI不断调优;另一方面,游戏研发周期长、成本高的现实,又让行业对AI工具存在旺盛需求。双重因素叠加,推动游戏行业成为AI落地应用的前沿阵地。

头部厂商早已开启了AI全链条渗透的实践:腾讯去年推出的游戏美术全流程AI工具,将角色的动画制作时间从3天压缩到15分钟,今年全新上线的AI游戏创作平台更是实现了通过自然对话就能搭建游戏原型,旗下全链路AI创作解决方案VISVISE已应用于近100个游戏项目,包括《和平精英》《王者荣耀》等国民级产品,部分生产环节效率最高可提升8倍。

网易的AI原生管线覆盖原画、模型、动画、音频、关卡、测试全流程,部分环节效能提升300%,智能NPC、AI队友已规模化落进《逆水寒》《燕云十六声》《永劫无间》《蛋仔派对》。

三七互娱专门设立由董事长直接推进的“AI效率委员会”,目前员工AI使用覆盖率达到100%,日均AI提问超过1.5万次,研发环节的游戏素材AI产出率超过80%,推广发行环节的广告视频AI参与率也超过70%。

米哈游更狠——2026年5月公布未来三年最高1000亿元AI大模型投入计划,自研垂直大模型Glossa、Agent系统Echo Agent、AIGC平台“AJI”全栈推进,6月已上线AI陪伴应用“BSide:Olivia Lin”。

盛趣游戏依托AI工具完成《黑神话:悟空》局部场景复刻时,仅投入1名3D艺术家、1位场景设计师和半个技术支持人力,后续将这套流程应用于《地城之光》3D模型制作,效率较纯人工建模直接提升100%。

随着AI融入日常生产的每一个环

节,行业对AI的价值评判也早已跳出“单纯压缩成本”的单一逻辑。一位头部游戏企业高管坦言,现在AI已经像“自来水”一样渗透进日常研发运营的各个环节,不可能再有哪个环节不用AI,企业关注的核心早已不是“几周的工作被压缩到几分钟完成”,而是AI如何与人协同,共同推动业务整体向前发展。

利润增量500亿元——AI正在“制造”新市场

AI为游戏产业带来的,远不止效率的提升。

伽马数据测算,到2030年,AI有望推动中国游戏企业游戏业务净利润从2026年的约1113.7亿元增长至1626.6亿元,这意味着未来几年内,AI技术将为行业贡献超过500亿元的利润增量。更值得关注的是,这部分增量并非源于对存量市场的挤压,而是来自AI原生游戏、AI融合玩法等新产品形态所创造的全新需求。

在生产端变革之外,AI正直接塑造玩家体验,并带来真金白银的回报。伽马数据显示,2026年上半年,流水TOP100的移动游戏中,约15%明确接入了AI玩法功能,主要集中在智能NPC和内容生成领域,但这批产品的流水占比却高达42.6%。“AI赋能”与“商业成功”的正相关性,已在数据层面得到初步验证。这意味着,敢于尝试AI的头部产品,已展现出显著的“商业溢价”。

在发行运营环节,AI同样成为拉动利润增长的核心引擎。以研发了“河图”“洛书”两套AI核心系统的贪玩游戏为例,其美术素材生成AI渗透率、广告投放AI渗透率均超80%,两项业务效率提升70%以上,直接带动2025年净利润达到15.6亿元,企业表示业绩增长的重要原因就是AI技术在游戏发行运营的应用,以及投放模型算法优化,大幅降低了销售费用。

与此同时,头部企业的AI布局正从“外部输血”转向“自主造血”。56%的

TOP50企业已组建AI实验室或专项团队,约36%的企业已开展自研模型或工具平台建设。网易早在2017年就成立了游戏AI实验室;米哈游宣布未来三年投入最高1000亿元自研大模型,剑指“10亿人生活的虚拟世界”。资本侧的布局也在加速,头部游戏企业投资的AI领域已覆盖基础模型、算力基础设施、多模态生成乃至具身智能等底层技术。

创造力大考——当AI学会“画画”,人的价值在哪?

AI工具的使用,正在缩小游戏企业之间的基础开发能力差距,行业的“进入门槛”随之降低。当技术不再是壁垒,游戏企业靠什么取胜?

“AI工具会让游戏变得更好玩。”资深IP运营专家梁龙举例,智能NPC能让虚拟世界更鲜活,也可能催生新玩法。然而,他也警示了风险:“AI能做到‘1到10’,但‘从0到1’的创意构思必须由人完成。”

事实上,AI的“普惠”已开始显现。今年的Steam新品节上线新作达8000余款,较上届翻了三到四倍——尽管不全是AI赋能项目,但趋势已然清晰。在Game Jam(游戏创作节)中,程序、美术工作可由AI代劳,玩法构思和游戏设计仍只能依靠人脑,越来越多的单人创作者开始涌现。

但同质化问题也已浮现。“多数大模型的语料来源、训练方法、思考逻辑都比较相似,导致做出来的内容同质化严重。”梁龙提醒,技术只是内容的表现工具,内容和运营才是核心。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然在2026中国国际游戏开发者大会上坦言:“游戏的生命力,仍然来自人的想象、情感和文化表达;技术应用的成效,也需要回到玩家的真实体验中加以检验。无论工具如何演进,对文化价值的坚守、对玩家体验的尊重以及对精品内容的追求,仍是行业发展的重点落点。”

观察

从“辅助工具”到“核心引擎”的范式跃迁

站在2026年的节点回望,游戏AI的竞赛已从实验室的论文比拼,演变为算力、模型、场景和数据的综合博弈。AI不再是游戏产业的“辅助工具”,而是正在成为决定下一时代游戏形态的“核心引擎”。

AI原生游戏——即让AI嵌入核心玩法、一旦剥离AI游戏便无法成立的新型产品——正在浮出水面。三七互娱孵化的《明月宫心》系列AI原生小游戏,2至3人团队仅用约10天即可完成一款游戏的制作;续作中引入判别式AI,可根据玩家兴趣和行为动态生成不同内容,实现“千人千面”的非线性体验。

腾讯的GiiNEX平台已实现与AI对话搭建游戏,城市布局工具将25平方千米的虚拟城市开发周期从5天缩短至25分钟。网易雷火伏羲实验室则通过AI Agent技术,让《逆水寒》手游的NPC具备人设对话、朋友圈互动、书信传情等复杂行为能力。

当然,AI原生游戏仍处在早期阶段。玩法、美术、叙事三大支柱中,美术最先突破,玩法尚处中前期,叙事则是AI的短板。“想要让AI充分理解人类细微的情绪表达,还有很长的路要走。”有从业者坦言。

但变革的列车已经启动。当生产门槛降低,能否抓住玩法的细分需求、产出新颖的创意,将成为产品突围的关键。归根结底,无论AI如何演进,游戏好不好玩、好不好看,才是决定最终结果的根本因素。

