

2025CICF×AGF 收官,“拼”出游戏产业新生态

# 从“大湾区游戏第一展” 看广东如何构筑二次元世界

热气腾腾 探国庆

文/羊城晚报记者 杭莹  
图/羊城晚报记者 刘畅

10月5日下午,台风“麦德姆”在广东登陆,为广州带来几轮暴雨。然而,风雨并未浇熄最后一天CICF×AGF亚洲游戏动漫博览会的热情。

下午3时多,记者来到琶洲保利世贸博览馆前,三三两两的Coser和游客们或在路边摆着造型拍照,或热聊着今天又有什么新收获,讨论着明年的展会说不定还有什么“大招”值得期待。

国庆中秋假期过半,作为“大湾区游戏第一展”,AGF亚洲游戏博览会无疑是广州最受瞩目的盛事之一。近80万二次元爱好者齐聚一堂,展现出“游戏大省”广东文化消费日趋多元与包容,新的发展空间也正不断拓宽。

## 从“参展”到“参节”： 全城联动背后的消费认同

“我特意从武汉飞过来,就为了AGF和CICF联动展。”大学生小林拖着行李箱站在《鸣潮》展区前,“广州这几年办的展越来越多,每次来都像过节。”

正如小林所说,AGF已不仅是“看展”,更演化成一种“参节”行为。展会期间,广州俨然变身“二次元之城”,从琶洲展馆辐射至动漫星城、地王广场、北京路、永庆坊等城市地标,形成一条完整的“展会动线”。不少游客像小林一样,将观展与城市旅行融为一体,“看展+逛街+打卡”成为标准流程。

这种“节展联动”模式,折射出广东文化消费从“点状参与”向“全域体验”的转型。据广州市商务局数据,仅今年上半年,广州重点场馆共举办大型ACG展会11场,接待观众84万人次。展会不再局限于封闭的商业空间,而是成为撬动全城文旅消费的有力杠杆。

“开展前我就在网上抢好了联票,还领了广州文旅消费券。”来自长沙的游客“阿茶”告诉记者,她这趟行程预算5000元,“除了门票,

还打算买周边、住主题酒店、打卡游戏联名餐厅。”

像“阿茶”这样的跨省游客不在少数。今年国庆中秋假期期间,广州分阶段发放总计1.3亿元消费券。据不完全统计,AGF及同期举办的CICF展会中,跨省游客占比超四成。他们不仅为观展而来,更是为完成一场“身份认同的消费仪式”。

“不管是万人空巷的各种主题展会,还是随处可见的户外广告,都能感受到广府地区二次元文化氛围日益浓厚。”库洛游戏一位负责人称,未来将持续深化IP线上拓展与运营,并将其转化为线下周边消费与文旅经济的有效驱动力。

“票根经济”正在广东快速崛起,一张张展会门票,串联起住宿、餐饮、交通、零售、文旅等多个消费场景。以萤火虫动漫展孵化的UPW游戏电玩展为例,单场衍生品销售额突破1200万元;库洛嘉年华期间,广州发放近5万张二次元专属消费券,进一步放大消费乘数效应。

## 产业为基,政策为翼： 广东游戏的“双轮驱动”格局

“这是AGF近几年来参展企业和观众规模最大的一届。”贪玩游戏副总裁林文彬告诉记者,涌动的人潮正是广东游戏产业活力、吸引力与政策带动力的生动体现。

AGF能成为“大湾区游戏第一展”,并非偶然。

广东是全国游戏产业的重镇。《2024年广东游戏产业发展报告》显示,全省游戏产业营收达2604.31亿元,占全国近八成。广州更是以1406.67亿元的营收规模,拿下全国43.2%的份额。

从科韵路的“游戏第一街”到琶洲的“游戏谷”,从三七互娱、灵犀互娱等头部企业,到数以千计的中小研发团队,广东已构建起从研发、发行、运营到电竞、直播的完整产业链。

与上海以“二次元F4”为代表的风格化路径不同,广东游戏产业更显“百花齐放”:既有《王者荣耀》《和平精英》这类国民级产品背后的技术支持,也有《时光旅行社》《恋与深空》等多元品类的内容创新。

今年5月,广东出台全国首个省级游戏产业专项政策《关于推动广东网络游戏产业高质量发展的若干政策措施》,13条举措

覆盖原创、科技、产业集群等全链条,对优质项目最高奖励500万元,并明确支持AI与游戏大模型研发。

这一导向在AGF现场得到生动印证:在三七互娱展位,玩家可体验“想法即地图”自由创作的“AI游戏地图创作”项目,科技感十足。AI赋能游戏产业,正成为广东企业发力的新方向。正如多家本土游戏企业所强调,在AI+游戏、游戏+文旅等交叉领域,广东正在开辟新赛道。

场馆内,AI+游戏让玩家排起长龙欲罢不能;场馆外,二次元主题市集让无数爱好者流连忘返。

场内,AI+游戏让玩家排起长龙欲罢不能;场馆外,二次元主题市集让无数爱好者流连忘返。广东孕育了许多明星游戏品牌,可以说是中国游戏市场的代表。“三七互娱集团董事、高级副总裁程琳表示,广东拥有良好的游戏生态和大量游戏厂商,如腾讯游戏、网易游戏、三七互娱等龙头企业。

“我们想向全世界证明,中国有能力自主研发科幻游戏,并且能成功出海。”西山居游戏市场营销负责人詹早早表示,希望通过国产科幻机甲游戏《解限机》实现破圈出海,打破“国产游戏只有武侠题材”的刻板印象。



一位化身为“孙悟空”的游客,在镜头前亮出招牌动作



大型玩偶“大嘴吉”吸引了众多游客打卡



游戏试玩区为玩家带来了丰富的互动体验

## 从幕后到台前:广东潮玩“隐藏实力”浮出水面

AGF展台上,不仅是游戏试玩与角色展示,更是一场大型IP衍生品博览会。从限量版手办、联名服装,到主题零食、文创文具,近7000款IP周边产品的背后,是广东作为全球潮玩与周边产品制造基地的雄厚实力。

穿过广州保利世贸博览馆熙攘人群,西山居展台前十余米高的“龙渊”机甲半身像总能第一时间吸引观众目光。展台背面的周边售卖区,亚克力柜中陈列着紫色涂装的“矛隼”——这是《解限机》为2025年AGF带来的展会限定版机甲模型。

从IP授权、3D建模到开模生产,全程可在珠三角完成。一位制作机甲模型的东莞潮玩企业负责人告诉记者:“广东的优势在于供应链反应速度全球最快——上午修改设计图,下午就能拿到样品。”

这正是广东“游戏+”产业的另一面:上游IP聚集,下游制造强劲。广

州、深圳汇聚大量动漫游戏IP版权方和设计团队,而东莞、佛山、汕头等地则拥有完整的玩具、礼品、服装等消费品制造集群。AGF等大型展会,成为衔接IP与实体产品的关键枢纽。

“我们不仅自己做衍生品,也为海外IP做代工,现在更希望打造自己的IP产品线。”一位汕头玩具厂商表示。从“接单生产”到“共创IP”,广东制造正借文化内容向价值链上游攀升。

同时,凭借完善的产业链与跨境电商基础,广东的IP潮玩正在加速“闯世界”。“去年我们一款基于国风游戏的联名手办,通过亚马逊卖到了日本和欧美,首批5000件一周售罄。”广州某衍生品品牌负责人透露。在广东,许多潮玩企业依托阿里国际站、速卖通、TikTok Shop等平台,将“中国IP+广东制造”的产品销往全球。

当CICF×AGF火热进行中的同时,当地时间10月4日,FestM2025&萤火虫SP多伦多站于加拿大开幕。广州萤火虫动漫文化发展有限公司携手FestM和Anime Fiesta,将“萤火虫”这一国内标志性漫展IP成功带到了大洋彼岸。

参展商涵盖游戏、动漫、潮玩等领域,展品内容以中国ACG作品为主,并融入非遗元素,兼顾青年兴趣与传统文化输出使命。萤火虫方面表示,这不仅是中国漫展首次出海,也是公司达成的海外首展。

“游戏、动漫IP的衍生品,已成为广东文创出海的新增长点。”广东省动漫行业协会执行会长丘玉梅指出,“过去我们出口的是玩具,现在出口的是‘内容+产品’的整体文化体验。”

作为外贸大省,广东正从历史上的“硬出口”迈向“软硬携手,共赴蓝海”的新出海格局。

## “量变”到“质变”:广东的“空间潜力”逐步释放

说到国际游戏展,多数人首先想到的是日本的东京电玩展(TGS)、德国科隆国际游戏展(Gamecom)和上海的ChinaJoy。

与上海浓郁的二次元朝圣氛围相比,游戏大省广东似乎始终欠缺几分“底蕴”——产业实力雄厚,却在电竞赛道、精品游戏与国际吸引力上略显不足。因此,当AGF宣布引入电竞赛事并迎来海外游戏巨头爱碧首次参展时,广东的潜力空间再度成为焦点。

如果说周边贩卖区是展会消费的“基本盘”,那么电竞无疑是引爆人气的“增量场”。电竞的引入为AGF注入强劲新动能。英雄联盟挑战者赛、街霸6中国区巡回赛等顶级赛事,吸引全国各地的电竞高手齐聚一堂,使AGF成为竞技的终极舞台。电竞的魅力不仅吸引了玩家,更赢得一批瞄准年轻市场的品牌赞助商。

“广州的整个供应链非常完整,已覆盖全球100多个国家,既是线下游戏的重要供应链与生产制造基地,也培

养了大量线下游戏玩家;同时,政府的‘政策包’支持也为电竞领域发展注入了极大动力。”华立科技董事长苏本立的表述,在AGF展会华立科技的展台现场得到了直观印证——以自研国潮IP《三国幻战》为代表的街机设备,依托成熟供应链实现规模化生产与海内外发行;WEC赛事的快速成长,也离不开政策对文化与电竞产业的扶持。展台前,选手们在街机设备上激烈角逐,观众围绕直播屏幕热烈互动——苏本立所强调的“供应链优势”与“政策支持”,正转化为实实在在的市场热度与产业活力。

这股创新活力,同样洋溢在AGF特别设置的独立原创游戏体验区。作为集结多元类型的玩家打卡胜地,它与AI体验、电竞舞台共同构成了展会丰富的内容层级。正是这些高质量、多样化的体验,标志着广东的展会经济已从萤火虫动漫嘉年华、库洛狂欢节到AGF,整体实现了从“数量增长”到“质量跃升”的关键转型。

随着“游戏+文旅”政策的持续落地,AI技术对游戏体验的重构,以及新一代玩家对内容品质要求的不断提升,广东正站在从“游戏大省”迈向“文化强省”的关键节点。

“上海有ChinaJoy,广东也要有能对标国际的展会矩阵。”一位行业观察人士指出,“广东的优势在于产业基础扎实、消费市场活跃、政策支持明确,再加上大湾区的地缘优势,完全有能力打造‘东方科隆展’。”

AGF的规模已接近传统世界三大游戏展,而它的特色在于更强调互动体验、跨界融合与年轻力表达。展会不仅是产品展示平台,更是文化输出端口、消费试验场和产业风向标。

当年轻人因为一场展、一款游戏、一个角色而奔赴一座城,当“票根”串联起一整条消费链,当虚拟IP激活实体空间——我们看到的,不仅是广东文化消费的“现在”,更是一个“数字共生、文旅交融”的未来。

AGF虽已落幕,但广东游戏与文化消费的故事才刚刚进入高潮。

深圳原创粤剧《决战之燎原》首演火爆

## 粤剧与网游 跨界融合 圈粉青年观众

羊城晚报讯 记者王磊摄影报道:10月4日晚,深圳保利剧院座无虚席。由中共深圳市委宣传部、深圳市文化广电旅游体育局出品,深圳市粤剧团制作演出的首部深圳原创跨界融合新粤剧《决战之燎原》成功首演。该剧以“粤剧+网游”为核心特色,将传统戏曲与现代元素巧妙融合,赢得全场观众热烈反响,尤其受到年轻群体欢迎,为粤剧艺术的传承与发展探索出一条年轻化新路径。

演出开场,舞台以跳动的游戏登录进度条打破传统戏曲的开场形式,迅速抓住观众目光。老戏迷期待粤剧的新颖演绎,游戏玩家则希望看到熟悉的武侠世界——两种期待在这场演出中交汇融合。该剧依托网游《剑网3》“安史之乱”的世界观背景,讲述了天策府统领李承恩率军抗敌、坚守家国大义的故事。主线情节彰显家国情怀,副线细腻勾勒人物情感,“长枪永守大唐魂”的忠义宣言引发观众强烈共鸣。

粤剧作为联合国教科文组织认定的人类非物质文化遗产,与运营16年的经典网游《剑网3》实现跨界碰撞。作品在保留粤剧传统唱腔、做功、念白、武打等核心技艺的同时,融入了游戏中的经典人物设定与场景元素。舞台上,光影技术与数字技术共同构建出一个“活的江湖”,音乐编排将传统粤剧板腔与影视、游戏配乐手法相结合,戏曲服饰也通过数字化解构焕发现代审美意趣,令年轻观众直呼“耳目一新”。

“双梅花”组合的精彩演绎成为演出一大亮点。一级演员、深圳市粤剧团团长彭庆华与李嘉宜分别饰演李承恩和“燕秀”小七,两位“中国戏剧梅花奖”获得者师从国家级非遗传承人丁凡、欧凯明。值得一提的是,丁凡与欧凯明也以声音出演剧中角色,“二度梅”获得者冯刚毅担任艺术顾问并亲临现场指导,展现粤剧艺术代代相传的深厚底蕴。演员队伍中,“00后”“10后”占比过半,14岁的张沥行等年轻演员的出色表现,也让观众看到粤剧传承的新希望。

首演现场,不少年轻观众表示是首次接触粤剧。他们提到,通过熟悉的游戏元素走进戏曲世界,真切感受到了传统艺术的魅力。《决战之燎原》的成功上演,不仅是深圳推动中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的生动实践,也为青年群体与传统文化之间搭建起对话的桥梁,为非遗的活态传播提供了有益参考。据悉,该剧于10月5日、6日继续在深圳保利剧院上演。



彭庆华、李嘉宜在剧中分别饰演李承恩和“燕秀”小七