



自研大模型小七

2025年5月22日，广东省重磅发布六大文化产业“政策包”，其中《关于推动广东网络游戏产业高质量发展的若干政策措施》从精品创作、科技赋能、产业集群、文化出海等维度全链条发力。政策明确提出鼓励游戏企业加大研发投入、拓展海外市场、探索跨界融合，恰与三七互娱十余载深耕不辍的战略轨迹高度契合。如今，这家A股上市文娱科技企业，以研运一体为底盘，以AI技术为引擎，以全球化布局为半径，在政策沃土上深耕细作，交出了一份兼具稳健与活力的发展答卷。

广东文化产业“政策包”发布一周年 三七互娱的成绩单有多亮眼？

文/刘克洪 图/三七互娱提供

最高月流水约22亿元 最高月活跃用户数突破1.3亿

研运为基，方能致远。政策包将“打造产业集群”列为重点方向，而三七互娱深耕多年的“研运一体”模式，正是对这一导向最扎实的躬身践行。公司锚定SLG、MMORPG、模拟经营及休闲等核心赛道，淬炼出“自研+定制+合作”的产品供给格局。2025年，公司全球发行的移动游戏最高月流水约22亿元，最高月活跃用户数突破1.3亿，用数据印证了研运一体模式的强劲活力。

产品矩阵的生命力，既在于新品的突破，更在于老品的深耕。放置ARPG《英雄没有闪》首发即登顶iOS免费榜，小程序版斩获微信小游戏畅销榜桂冠；自研MMORPG《斗罗大陆：猎魂世界》获得超千万玩家预约，上线即登顶iOS免费榜；时代进阶模拟经营游戏《时光大爆炸》首发登顶免费榜。在成熟产品运营上，《寻道大千》凭借精细化长线运营实现“老树发新芽”，《叫我大掌柜》在模拟经营细分赛道中持续稳居头部。

在夯实国内市场的同时，三七互娱将目光投向更广阔的海外舞台。2025年，公司实现境外营业收入53.81亿元，占总营收比重33.70%。产品成功出海的同时，公司始终将中华优秀传统文化元素融入全球产品肌理：《Puzzles & Survival》在版本内容中嵌入七夕“七娘盘”等传统符号，《叫我大掌柜》将泉州蟳埔非遗“簪花围”融入古风经营玩法。对文化出海的持续投入，让三七互娱成功获评“2025—2026年度国家文化出口重点企业”，成为文化出海的标杆力量。

自研行业大模型 让技术服务业务发展

如果说“研运一体”是三七互娱行稳致远的“稳定器”，AI技术便是其开拓未来的“增长极”。政策包明确倡导科技创新，而三七互娱早已洞察行业趋势，在2018年便已入局AI领域，如今已构建起以自研行业大模型“小七”为核心的全链路AI赋能体系，让技术创新贯穿业务，与研运一体形成双向赋能、协同发展的格局。

2025年，“小七大模型”顺利通过国家网信办生成式人工智能服务备案，跻身广东省首批通过备案的游戏垂类大模型之列。以此为核心，公司搭建了“小七智能体平台”，将AI能力渗透至市场分析、产品立项、美术设计、开发辅助、广告投放、运营分析、智能客服等全业务领域，目前已上线超400个智能体，实现员工场景AI应用100%全覆盖，让技术真正服务于业务发展，切实将AI优势转化为发展优势。

AI技术的深度应用，为三七互娱带来了显著的效率提升，更推动了研运体系实现智能化升级，催生了“灵察察”“AI视频创作平台”两款AI商业化产品，实现技术能

力从内部赋能到行业输出的跨越。在内部研运场景中，AI辅助生成的2D美术素材占比超80%，单季度可产出超50万张图片；AI深度参与生成的广告素材视频占比超70%，AI自动化投放占比超50%；AI辅助生成代码渗透率超过40%。在本地化翻译领域，AI已覆盖旗下所有海外游戏及18个语种，单语种最高准确率达95%。

外部商业化产品同样成果显著：“灵察察”是基于“小七”大模型和多模态技术的版权保护与品牌洞察平台，覆盖存证、监测、取证与舆情应对全流程，已在多行业头部企业落地；“AI视频创作平台”实现从脚本到成片的全自动化流程，既服务广告与短剧创作，也向创作者开放，激发内容生态。

积极延伸产业价值 探索“游戏+”跨界融合

在夯实研运根基、激活AI动能的同时，三七互娱并未止步于游戏本身，而是积极延伸产业价值，探索“游戏+”跨界融合。作为首批广州“城市合伙人”，三七互娱与广州市政府深度携手，赋能城市服务场景，让数字力量融入城市发展血脉。2025年，依托“小七”大模型自主研发的广州城市合伙人智能助手正式上线，搭建了一个高效便民的“AI+城市服务”平台。该智能助手既能当广州“城市合伙人”的“智慧顾问”，又能在文旅出行、全运会服务等场景里“大显身手”。

不止于城市服务，三七互娱更将游戏的影响力延伸至文化传播领域，让游戏成为承载地域文化、传递中华文脉的重要载体。在《叫我大掌柜》中推出“全运广州”特别版本，以数字孪生技术还原广州风貌，让全球玩家在游戏中“云游”五羊雕像、陈家祠等文旅地标，沉浸式体验南粤醒狮、广府早茶等特色文化，让岭南文脉借游戏之力传遍四方。

此外，三七互娱更将社会责任延伸至乡土大地，深耕乡村振兴领域，创新性探索“游戏+农产品”数字化助农新模式。在广东省农业农村厅的指导下，公司将岭南荔枝文化巧妙融入《时光大爆炸》等6款全球发行的游戏中，打造“游荔全球”联动版本，向海内外数亿玩家传播荔枝文化，为“广东荔枝”创造数千万元的品牌增量。与此同时，企业联合增城区农业农村局拍摄专题宣传片

《一颗荔枝的自述》，采购超万斤荔枝礼盒回馈玩家，以实际行动助力农户增收、品牌增值，让游戏力量真正扎根乡土、赋能振兴。

在助力乡村振兴的同时，三七互娱亦深耕非遗传播。公司在旗下热门产品《时光杂货店》中上线广东非遗特别版本，将英歌舞、化州橘红、肇庆端砚等五大非遗项目植入游戏场景，吸引50余万名玩家参与，互动次数超1100万次，让非遗文化被更多人熟知。在梅州丰顺县，企业将当地非遗“黄金姜糖”与文创产品结合，推出特色礼盒；在英德，携手广州酒家以英红九号为基底，开发创意时尚单品“萌茶茶”，让地方特产既“上得了游戏屏”，也“进得了百姓家”，实现文化价值与市场价值的双向赋能。

在医疗健康领域，三七互娱与中山大学中山眼科中心携手，研发眼健康科普功能游戏《爱眼大作战》，将专业眼科知识转化为趣味互动。同时，公司联合南方医科大学珠江医院共同开发阿尔茨海默症康复训练相关项目，以珠江医院的专利医学成果为基础，通过游戏化训练，结合AI算法支持，自动生成个性化的训练计划，为阿尔茨海默症患者进行康复训练，持续拓展“游戏+”的价值边界。

从研运一体构建的全球化产品矩阵，到“小七大模型”驱动的全链路AI工业体系，再到“游戏+”赋能的乡村助农、城市服务与文化传播——三七互娱在政策发布近一年之际，清晰展现出一条以技术为内核、以文化为媒介、以责任为底色的发展路径。当游戏产业从规模领先迈向价值引领，这家深耕广州、布局全球的文娱科技企业，正以自身实践回应时代命题：让游戏不止于娱乐，让数字力量润泽百业千行，让文化之美在数字时代绽放更耀眼的光芒。



《时光杂货店》上线广东非遗特别版本