



盛宴不散场 超级展会聚合 IP 能量

每年七八月之交，上海新国际博览中心都会成为数字娱乐产业与玩家目光交汇的焦点。自2004年永久落户上海以来，中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）早已超越单纯的行业展会，成为全球数字娱乐领域规模与影响力兼具的标杆性盛会。对无数玩家而言，这是一场不容缺席的年度盛会——那里有新作的初次亮相，有硬件的科技锋芒，有炫目的舞台，更有与同好相聚的幸福感。

2025年的数据勾勒出这场盛宴的影响力：展出面积达13.5万平方米，四天展期共吸引观众41.03万人次，同比增长11.8%。其中，61%的参观者来自上海以外乃至海外，海外观众达1.47万人次，ChinaJoy吸引跨地域人流的能力可见一斑。据测算，展会直接带动餐饮、零售、住宿、交通等相关服务消费约6.61亿元。ChinaJoy如同一块巨大的磁石，不仅定产业风向，也汇聚庞大的消费人流，成为洞察中国数字娱乐产业脉搏的核心窗口。

与之呼应，还有垂直领域的狂欢。从2017年起步，BilibiliWorld（BW）已成为国内数字娱乐领域规模领先的线下盛宴。2025年的BW，汇聚了全球167家展商，三天展期吸引了来自20多个国家及地区的40万人次观展。热情从国家会展中心的主场馆向外辐射，激活了整座城市的关联消费：作为其分会场之一，位于核心商圈的百联ZX创趣场在活动期间客流激增，销售额同比增长31%的纪录。旅行平台数据显示，展会期间，“上海百联ZX附近酒店”搜索量上涨306%。全国抵沪机票订单上涨50%，国家会展中心附近酒店预订量同比去年上涨近5倍，相关文旅订单上涨35%，清晰印证了大型线下活动对城市消费的强劲带动作用。

这些超大型展会，构成了上海游戏线下生态的“主干道”。它们以巨大的声量、密集的客流和包罗万象的内容，定义了行业的高度，也满足了玩家对“盛宴”的终极想象。而强大的经济外溢效应，直接激活了所在区域的商业活力，进一步诠释了“展”与“商”的紧密联系。

沉浸式体验，游戏 IP 破壁造梦

如果说大型展会是面向泛人群的狂欢节，那么由游戏企业为旗下IP量身定制的

一年可以在上海逛多少个游戏类展览？

“太多了！”这是资深玩家小麦最直接的反应。在上海，她的游戏日历总是排得满满当当：从盛夏时节行业盛典的喧嚣，到游戏同好集结的狂欢；从商场转角不期而遇的IP快闪店，到古典园林里穿越时空的霓虹幻梦，奔赴游戏的邀约几乎贯穿全年。

回望2025年，游戏IP在上海的落地形态，已织就一张层次丰富的网络。这其中，既有ChinaJoy、BilibiliWorld这类汇聚行业与泛众目光的超级展会，也有为《明日方舟》《原神》等作品的核心拥趸精心构建的沉浸式空间，更有悄然渗入商业街区与历史地标，化为可游玩、可消费、可分享的城市生活场景。在上海“文旅商体展”融合发展的系统性思维下，游戏IP，正从虚拟世界的代码集合，演变为塑造上海城市活力与消费新场景的重要文化力量。

晨报记者 曾索狄

上海如何成为游戏 IP 的“登陆地”

嘉年华与主题展，则旨在为核心玩家打造一个深度沉浸的“专属乐园”。它们的核心目标在于“体验”，旨在将线上积累的情感，转化为可置身其中、无可替代的集体记忆。

《明日方舟》的玩家不会忘记2025年两度相遇：五一期间，上海随处可见《明日方舟》的元素——从地铁站内到处身穿COS服的玩家到与名创优品联动的线下快闪活动，游戏体验成为城市生活的一部分；而盛夏在上海徐汇西岸艺术中心登场的“明日方舟：集成映射——沉浸式线下展”，则突破了传统展陈的框架，将A馆上万平米的空间转化为一个可步入、可交互的游戏世界缩影。玩家不再只是观众，更是深度参与者：可以用AR技术探索游戏中的经典道具，可以进入密室开启解密之旅，可以重温那些令人难忘的关卡剧情。

在备受好评的“傀儡与猩红孤钻”场景中，玩家手持蜡烛，跟随演员扮演的“傀儡”在幽暗的古堡中前行，最终在台阶舞台上，亲眼目睹游戏中那段经典决战结局的现场演绎。演员近在咫尺的表演、精心设计的光影与音效，让玩家仿佛真正以“博士”的身份，亲历了那段故事。

同样震撼的还有“水月与深蓝之树”主题区域，高达7米巨型树木装置拔地而起，视觉冲击力远超任何屏幕前的体验。展览超越了简单

的布展与陈列，以打造主题乐园的匠心，通过动线设计、场景还原、沉浸式演出，构建了一个可步入、可互动的“明日方舟”世界。

即将于明年1月登场的“原神FES”，曾在2023年-2024年激起全球《原神》玩家的期待。在过往两度的“原神FES”中，展会现场巨细靡遗地还原了游戏中的各国风貌，更通过精巧的互动设计强化参与感：玩家入场，即化身为“提瓦特大陆”的冒险者，领取“冒险手册”，完成特定的“每日任务”；专门的创作者交流区域，则搭建起玩家与内容生产者直接对话的桥梁，让IP的生态活力触手可及。

此外，腾讯《无畏契约》手游先手试玩会、《地下城与勇士》IP宇宙嘉年华，《碧蓝航线》港区盛夏清凉节等由各大厂商主导的IP衍生线下活动在2025年交替上演。它们的共同内核在于，通过极致的场景还原、深入的叙事互动和精心的社群运营，在线下完成一次情感的“重聚”与“确认”，将数字IP的软实力，转化为稳固的用户认同与持续的消费空间。



游戏文化的线下表达，在2025年展现出更具渗透性的姿态——它不再满足于封闭的展馆与特定的档期，而是以更灵活、更富创意的方式，融入城市商业肌理与公共生活空间，成为塑造城市消费新场景的日常力量。

400多年历史的豫园，在2025年夏天完成了一场古今对话的精彩实验：“夏日奇幻夜—国创豫园漫游季”在46天的时间里，将动漫游戏IP的视觉语言，巧妙融入亭台楼阁、九曲回廊之间。7月15日的开幕夜，豫园瞬时客流达2.7万人次，《黑神话：悟空》神曲演唱者者来女、B站百大UP主浑元等登台“星河夜宴”音乐会，唢呐与电子乐的碰撞引爆全场，让古典园林焕发出全新的吸引力。

“全上海年轻人都在豫园”不是一句戏称，活动期间，豫园日均客流突破16万

人次，总客流预计超750万人次，35岁以下客群占比超六成，销售额大幅增长，并获评上海首批“夜间经济人气地标”。漫游季的成功秘诀或许在于，它并非简单地将IP元素“粘贴”到古园，而是以“沉浸式互动”为纽带，为历史空间注入新的叙事活力，让老字号的消费场景因潮流表达而焕新，最终实现了文化、商业与人气的多赢。

更具前瞻性的空间实验发生在复兴岛。2025年，小红书在此打造了其首个超大型线下IP活动“RED LAND”——8万平米的复兴岛被塑造成一个现实版的“开放世界冒险岛”。古树林、工业遗存、现代船台被分别打造为“翻身时空港”“重生试炼场”等沉浸式体验区，《宝可梦》《原神》等五十多个顶级IP的场景与剧情被“复刻”于此。参与者登岛即获“主角”身份，通过探索、解谜、收集特定信物来推进自己的“剧情”。这种全面游戏化、

叙事化的模式，让城市空间本身成为最大的沉浸式装置。

在产业与社区融合的尺度上，徐汇的“元界NeoWorld”街区则描绘了一幅游戏IP与社区日常共生的图景。1.9公里的街区，串联起园区、商业体与公园，让游戏IP元素自然生长于生活场景之中：街角设有特色指引装置，路边隐藏着互动彩蛋，热门游戏的大型雕塑成为打卡地标。季节性的嘉年华活动与常态化的快闪店、主题店交织，使得这里持续保持着对年轻人群的吸引力，也让聚集在这里的游戏企业和创业者，找到了将游戏IP落地、与用户进行日常接触、进行轻量化运营的实验场；对城市而言，游戏产业的能量由此转化为街区持续的活力、蓬勃的烟火气与独特的文化身份。

从ChinaJoy、BilibiliWorld的行业级盛宴，到《明日方舟》《原神FES》的IP深度沉浸，再到豫园、复兴岛、元界街区的空间

融合创新，2025年的上海清晰地呈现出一个多层次、立体化的游戏文化线下生态。它既是爆发式的狂欢节点，也是细水长流的日常浸润；既服务于核心的玩家社群，也向广大市民展现着数字文化的魅力。

而这片繁荣生态，可谓上海文体商旅多要素联动、协同赋能的系统性成果。当主管部门与商业平台协同推出“专属旅游套餐”“联动折扣”“联动地图”，这些以游戏IP为核心的线下活动进一步超越展会本身，成为带动旅游的引力点，让一次玩家聚会升华为可体验、可消费、可记忆的城市级事件。

游戏，这个源于虚拟世界的创造性领域，正在上海这座城市的开放、包容与创新精神的催化下，不断突破“次元壁”，将自己的影响力扎实地写入城市的实体空间与消费生活之中，成就一道独特的文化景观。