

# 对话腾讯互娱副总裁、腾讯互娱总编辑余睿超： 技术、文化、全球化 三个关键词驱动产业进阶

## 出海—— 进行时

历经多年耕耘，中国游戏产业在类型题材、受众拓展、消费习惯升级等多方面的革新，已然深刻影响着全球游戏市场格局。7月31日，在2025中国游戏开发者大会（CGDC）现场，腾讯互娱副总裁、腾讯互娱总编辑余睿超带来了《技术为桨，文化为帆，让世界“玩在一起”》的演讲，分享腾讯互娱在研发与出海方面的思考与探索。

在与新闻晨报的对话中，他进一步阐释行业变革以及如何让游戏突破娱乐边界，成为社会创新驱动力。谈到近期发布的《上海市促进软件和信息服务高质量发展的若干措施》时，他也充满期待地表示，更高效的审批流程规划和产业支持政策为上海游戏产业注入新的活力，将吸引更多优秀开发者和国际化团队。“我们希望在出海政策、税收优惠、人才引进等方面获得更多支持，同时加强与上海本地企业和高校的合作，探索游戏与文化、教育等领域的深度融合。”



### 游戏消费转向“品质生活” 全球化也是文化的双向奔赴

2025年6月发布的《美好生活大调查：2025中国居民消费特点及趋势报告》显示，当前消费正在从“物质满足”向“品质生活”转型，服务消费中，“情绪消费”又是新热点。

这与腾讯互娱副总裁、总编辑余睿超对当下游戏产业的观察高度契合——过去两年，中国游戏行业正在经历向“品质生活”服务转型的变化，体现在三个方面：游戏类型和题材从传统的MMORPG、策略类游戏，到近年来兴起的模拟经营、开放世界、卡牌竞技等多元化品类拓展，进一步满足不同玩家群体的需求；受众群体突破年轻男性边界，女性、银发族玩家迅速增长，家庭娱乐需求日益显现；用户对精品内容的需求大幅提升，关注游戏的文化深度、视觉表现和沉浸体验，赛季制、订阅制等新商业模式逐渐被接受。

“这些变化对中国游戏出海的影响深远”，余睿超说，当下中国游戏企业对于全球化有了更为深刻的洞察，既重视“玩家主导”以及“玩法创新”的核心理念，也对“常青游戏”的精细化运营给予了更多的关注，旨在延长产品的生命周期。目前，中国游戏企业在海外技术、运营和本地化方面已经积累了丰富经验，在移动端优化、全球化分发和数据分析方面形成领先优势。

他用“变”和“不变”概括当下的“出海”挑战：“变化”来自对游戏厂商的“运营力”的新要求，要灵活调整内容和运营方式，贴合当地文化和玩家需求；“不变”的则是对游戏创新性、精品化的要求。“游戏的全球化，其实是一次文化的‘双向奔赴’。游戏天然具备沉浸式的互动基因，玩家在体验中完成对文化的理解与共创。”这其中，《三角洲行动》的全球化设计就极具代表性——游戏世界在北非取材，虚构的跨国精英部队“全球应急行动组织”充满现实共鸣，让全球玩家都能在其中找到归属感，找到竞技游戏的魅力所在。

### IP长线运营离不开“情感认同” 游戏为文化基因带来现代表达

如今游戏行业越来越重视IP的长线开发，那么，同一个游戏IP在海内外市场会采用相似还是不同的策略？

在余睿超看来，IP的长线开发在海外市场同样适用，尤其是在文化认同感强、玩家活跃度高的区域。以《王者荣耀》《英雄联盟》为例，这些IP不仅在游戏领域拥有强劲表现，同时延展到影视、动画、周边产品等领域，形成了庞大的粉丝生态。玩家对IP的情感认同，使其在海外市场的跨界开发更具潜力。但另一方面，腾讯也敏锐观察到，尽管海外玩家对优质IP的期待与中国市场趋同，但需要根据不同市场的文化背景与消费习惯进行差异化运营。

他同时认为，深耕IP生态、推出多部衍生作品，也为IP在全球市场的长线发展提供了更多可能性。例如，网络动画片《王者荣耀：荣耀之章碎月篇》以极具意蕴审美的留白和丰富多元的文化元素，让观众沉浸式追剧，累计播放量达3.7亿次。而动画剧集《英雄联盟：双城之战》不仅斩获国际大奖，还成功吸引了大量非游戏玩家的关注。

与此同时，好IP也在探索融合传统文化，讲好中国故事。以《王者荣耀》为例，游戏2018年开始与敦煌研究院合作打磨系列数字皮肤。仅“遇见飞天”一款，就投入了22位设计师，历经了38版的反复修正而成。而《王者荣耀》国际服通过融入多样化的文化内容，在许多国家和地区成为广受欢迎的MOBA类游戏。此外，《天涯明月刀》系统性地围绕“华服”“文旅”“音乐”进行发力，将永定土楼等建筑“装进”游戏，在鸟巢举办“国风音乐会”，让传统文化更好地走向大众、走向世界。

余睿超透露，运用游戏技术和游戏化的互动玩法，腾讯在数字文博领域进行了许多探索，包括：全程助力北京中轴线的世界文化遗产申报工作，跨越不同的文化背景，准确、立体地传递中轴线的历史面貌和文化内涵；上线了“数字藏经洞”的国际版，让海外用户也能随时随地一键“穿越”到唐、宋等历史时期，亲身“参与”藏经洞的前世今生。

### AI技术重构玩家体验 跨界创新解决现实议题

“期待通过大会分享全球化经验、探讨技术融合、链接生态伙伴，与产学研各界共研大模型、云游戏、跨端引擎的技术落地，共建数字生态。”谈及本次参与2025中国游戏开发者大会（CGDC），余睿超直言，在人工智能技术爆发式增长的时代背景下，游戏产业面临着从生产、传

播到消费的全链条式变革。

最直观的一种变化，恐怕是游戏玩家体验的升级。在这一点上，中外玩家的关注点基本趋同——更真实、更流畅、更具沉浸感的游戏体验。但在细节上，中外玩家的偏好又有差异：欧美玩家青睐开放世界与沙盒类游戏的自由度，而国内玩家则更注重剧情深度和角色塑造。

目前，腾讯从两个方面探索玩家体验的升级：“AI for game（将AI运用于游戏研发）”，将技术作为提高质量和效率的工具，“如我们自研的GiiNEX AI游戏引擎，面向智能NPC、场景制作、内容生成等多个场景提供支持，部分领域效率能够提升百倍。”而“AI in game（在游戏中接入AI）”则让《和平精英》的数字代言人“吉莉”接入DeepSeek大模型，让《暗区突围》拥有了全球首个可语音指挥的FPS游戏AI队友（F.A.C.U.L.），种种实时对话互动和反馈，为玩家带来更加沉浸的游戏体验。

可以预期的是，游戏产业也在突破传统娱乐边界，成为驱动社会创新的重要载体。在余睿超看来，未来游戏行业有三个重要的价值。“技术层面，游戏引擎驱动跨产业升级，如腾讯与南航合作研发的新一代全动飞行模拟机视景系统已成功通过中国民用航空局CCAR-60部最高等级鉴定，助力民航训练系统国产化。”文化层面，腾讯联合北京市文物局、北京中轴线申遗保护工作办公室打造的“数字中轴·小宇宙”利用高清扫描、游戏引擎、云游戏等技术，对北京中轴线核心遗产区进行了精细还原，并运用游戏互动设计思路，向公众生动呈现中轴线背后的历史和思想，助力北京中轴线成功申遗。

而在社会价值层面，游戏化设计正解决现实议题。“腾讯脑力锻炼”是腾讯公司首款获批的数字疗法软件，基于循证医学和游戏化设计，为轻度认知障碍患者提供非药物干预路径；而其创新运用游戏化设计，显著提升了认知训练过程的趣味性、用户依从性与可及性。余睿超说，“未来，腾讯将持续深化游戏技术的跨界融合应用，致力于以负责任创新为引领，将游戏产业打造为服务实体经济、滋养文化传承、促进社会包容的超级数字场景。”