

新质生产力

游戏“向善”：功能性正向价值凸显

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

今年两会期间，多位代表委员就游戏行业高质量发展提出了相关的议案和提案。

目前，游戏产业对中国本土

经济和文化输出的重要性日渐凸显。

中国音像与数字出版协会《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年，中国游戏市场实际销售收入首次突破3000亿元关口，

达到3029.64亿元；中国游戏用户规模为6.68亿人，达到历史新高点；中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为163.66亿美元，规模连续四年超千亿元人民币。

作为文化产业，游戏行业发展

并不能只用收入数字衡量，社会声誉也体现了其发展的质量。

如今，游戏的功能性正向价值开始受到社会关注。比如，通过游戏技术的加持，游戏已经在医疗、高仿真等领域崭露头角。

未成年人保护显成效

近年来，游戏未成年人保护一直是社会热议话题，在本届两会上也被代表委员关注。

第三方研究机构伽马数据《2023中国游戏企业社会责任报告》显示，2023年中国游戏产业社会责任指数达14.1，连续5年增长。

该机构指出，游戏产业履责更成熟体现在：高品质新品集中上线带动市场规模增长，拉高经济贡献分值；多家企业通过创作赛事等形式支持年轻创作者进行游戏创作，并为优秀作品孵化提供便利，加码人才培养；社会公益方面，一方面，企业布局数量增长。另一方面，企业履责方式、深度均有提高。另外，在科技产出方面，游戏相关专利产出多年保持高位，近5年累计产出已超40000件。

该报告指出，游戏行业在未成年人保护方面重点已从“未成年游戏时间限制”转至“未成年退款”，但受制于“难以认定充值者身份”等原因，这一问题当前解决效果不佳；近三成家长未能退回款项。未来，“未成年退款”问题或将成为未成年保护工作新重点。

近年来，游戏未成年人保护一直是社会热议话题，在本届两会上也被代表委员关注。

“一些游戏在设计时就抓住了人性的弱点，从而让玩家沉迷其中。”全国政协委员、天津市政协副主席张金英对《中国经济报》记者表示。

2021年，国家新闻出版署发布了《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》。通知规定，网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时网络游戏服务，所有网络游戏必须接入国家新闻出版署网络游戏防沉迷实名验证系统，所有网络游戏用户必须使用真实有效身份信息进入游戏账号

注册并登录网络游戏。

如今，这项被称为“史上最严防沉迷新规”的通知发布已有两年半。张金英对记者表示，她注意到一些游戏企业积极响应政策，上线了“守护锁”等功能，对未成年人的登录时长、接触内容进行限制。

目前，一些游戏企业已专门针对未成年人冒用身份登录游戏的问题，进行防沉迷技术升级。《2023中国游戏产业未成年人保护进展报告》（以下简称《报告》）指出，大量游戏企业增加了用户行为筛查功能。

其中，腾讯、网易等具备较强技术实力与数据储备的企业利用大数据模型、机器学习等技术构建AI识别系统，对用户的游戏内行为进行分析，在筛查出疑似未成年用户的异常注册、不理性消费等反常行为后，会调起人脸识别验证等方式对用户真实身份进行核对。

2023年，网易游戏升级旗下人脸识别系统，推出AI未成年保护巡逻技术，24小时深度参与未成年保护工作的全流程。截至2023年年末，网易已累计限制超过2200万由未成年人操控的成年人账号，其中2023年暑期共限制超过750万账号。

不具备AI分析与人脸识别技术的游戏公司则多采用人工或设立特定条件等方式，分析用户在游戏内的行为，对游戏内未成年人冒用账号进行持续的排查。

2023年，35.41%未成年游戏用户偶尔会触发身份验证弹窗，6.95%经常遇到身份验证弹窗，其中半数未成年人遇到弹窗后会停止游戏。《报告》显示，对未成年游戏时间限制的关注度下降七成，未成年人游戏消费也保持了下降趋势。



目前，游戏产业对中国本土经济和文化输出的重要性日渐凸显。图为ChinaJoy中国国际数码互动娱乐展三七互娱展台。

视觉中国/图

因可交互、高仿真、强沉浸、精渲染等技术特性，游戏技术正被逐步应用在社会经济的各个领域，成为促进数实融合的重要力量，游戏技术外溢价值开始得到重视。

今年全国两会上，全国政协委员、首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副院长郭媛媛提交《关于以功能性游戏产业助推新质生产力发展的提案》，提出推动游戏在医疗、教育、科普、职业训练、文化素养培育等社会价值领域的有效应用。

郭媛媛建议，重视功能性游戏的新质生产力特质，为功能性游戏融入传统产业，提供政策支持和良性健康生态。同时，出台相关政策，鼓励功能性游戏在中国当代经济、社会、科技、文化等领域发挥积极作用，积极推进相关企业以新质生产力形式，融入高质量发展阶段的中国产业、社会格局；积极推动功能性游戏产品社会性正向价值、功能性辅助价值的能效发挥。

郭媛媛还建议，引导并加强对功能性游戏研发的整体布局、产业应用、跨界协作和资金投入。鼓励相关企业通过高新技术研发，不断创新功能性游戏，提高产品的社会容量和功能质量；探索建立有关功能性游戏产品质量标准体系，制定功能性游戏产业发展行业规范与要求；提供相应的激励措施，鼓励更多企业参与功能性游戏研发。

目前，通过游戏技术为其他行业赋能，正是一些游戏公司努力的方向之一。

记者了解到，波克城市对“游戏+医疗”方向的探索目前已涉足

眼科、认知学科、康复学科、妇产科、内分泌科等领域，其儿童斜视视觉训练产品《快乐视界星球·视觉训练系统》、缓和患者轻度认知障碍(MCI)发展过程的产品《定制链接记忆》均已取得二类医疗器械注册证；该公司旗下手游《我是航天员》则实现“游戏+科普”，通过科普化内容、多样化形式让各年龄层玩家学习到趣味科普知识、感受航天精神。

据悉，波克城市多家上海游戏企业共同组建了上海正向数字化技术研究院，推出Game for Good (G4G)跨界开放平台，尝试以游戏科技和游戏化机制帮助跨行业伙伴实现数字化转型，为社会议题提供创新解决方案。该平台举办了

首届大学生功能游戏研究创作大赛，鼓励大学生用游戏创造社会价值、打造跨界融合应用场景，运用游戏设计能力为社会议题提出新解法。

三七互娱党委书记、集团高级副总裁杨军表示，游戏是数字技术的天然试验场，游戏企业探索AIGC、5G、云服务、大数据以及算力网络等技术在游戏研运场景中落地，能有效打通产业链条的融通创新，“我们期待有更多的游戏新场景、新业态、新模式实现落地，更好实现‘游戏+’跨域跨界融合协同发展，推动更多产业转型升级。”据介绍，三七互娱现在已打造出整套嵌入AI与大数据技术的数智化产品矩阵贯穿游戏工业化管线，

实现了AI在游戏研运环节的全链路深度部署。

另外，在文化传播方面，三七互娱也通过数字赋能，通过“文化+游戏”“文化+元宇宙”等形式打造数字文化载体，进行传统文化的创新表达。比如，该公司在模拟经营游戏《叫我大掌柜》中打造了南海丝路版本，联合广东省中医院开发中医药科普功能游戏《小神农寻百草》等。

盛趣游戏旗下“GAME+实验室”孵化成立的专注于脑科学成果转化的数字药物研发公司，目前已推出多款产品，其中用于治疗AD-HD（注意缺陷多动障碍）儿童（6-12岁）的“专专达”《注意力强化训练软件》取得二类医疗器械证。

游戏不止于“游戏” 持续为科技文化产业赋能

本报记者 李哲 北京报道

随着游戏产业的发展，其各类价值正在不断被激发。其中，游戏的文化属性以及对尖端技术的推动和应用正逐渐成为其发展的内生动力。

《中国经济报》记者注意到，今年两会期间，多位代表、委员围绕游戏产业发展积极建言献策。全国政协委员、首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副院长郭媛媛认为，当前社会对游戏的认识模糊甚至偏颇。游戏产业在国际文化传播领域兼具文化和经济效益，其融合教育、健康、科技等多领域知识和训练、体验等内容，可以在全球范围发挥效能，务实促进中国社会的创新与新质生产力发展。

为硬科技赋能

《2023年游戏产业报告》显示，2023年中国游戏市场实际销售收入达3029.64亿元，同比增长13.95%。首次突破3000亿元关口。

种种迹象表明，游戏正在摆脱“玩”这个单一属性，其市场空间正在持续拓展。

我国游戏市场经历了产业初期的引进、跟随，如今逐渐走出了一条适合自身发展的自主创新之路。记者注意到，在我国游戏产业中，营收占比超过70%的市场份额被移动游戏占据，这离不开我国在5G、显示屏、芯片等多维

度的技术升级。

同时，如今的中国游戏产业无论是在人工智能、直播技术、云游戏技术，抑或是虚拟现实等前沿技术的应用，都站在了全球的前列。

中国音数协游戏工委发起的有关中国游戏创新力的问卷调查结果显示，87.4%的受访者认为，中国游戏正在成为国家硬科技实力发展的“推进器”和“加速器”。

郭媛媛认为，当前社会对游戏产业的认知模糊甚至偏颇。游戏产业在国际文化传播领域兼具文化和经济效益，其融合教育、健

焕新传统文化

面对全球文化多样性和数字经济时代的挑战，游戏的文化传承价值凸显。

当前，国内游戏公司已经将目光投向海外并取得突破。2023年，全球游戏市场规模11773.79亿元，同比增长6%。2023年全球移动游戏产品营收TOP100企业中，有52家为中国企业。随着游戏公司走向更加广阔的海外市场，以游戏为载体，中国传统文化也随之漂洋过海。

此前，中国音数协游戏工委发起了一项面向大众的“中国游戏影响力”问卷调查。问卷调查显示，84%的中国游戏企业在游戏角色设计中借鉴了中华传统

人物，98%的企业在游戏环境与物品设计中采用了中华传统文化要素。

同时，问卷调查显示，91.6%的受访者认为，中国游戏在中华优秀传统文化“走出去”方面扮演着重要角色。此外，分别有65.1%、60.9%和52.3%的受访者表示，他们通过游戏了解到了中国传统文化中的文字类、服饰类和故事类中华传统文化元素。90.2%的受访者认为，中国游戏正在成为中华优秀传统文化的“容器”。

据悉，世纪华通旗下的盛趣游戏就参与开发了《脸谱》《乐神曲》《令狐生冥录》《行当》《衣

箱》等多款融合非遗戏曲文化的游戏。

谈及游戏对我国传统文化的推动时，郭媛媛表示，作为在国际文化传播领域与网络文学并列具有文化、经济效益的产业，游戏产业促进了我国融入国际文化交流、合作的深度、广度。如今的中国游戏正成为中国文化出海的一张亮丽名片。中国游戏作为文化传播的载体和出海的重要手段，在传播优秀传统文化方面承担着重要作用。

记者注意到，随着游戏出海的深入推进，越来越多优秀的中国游戏产品走向世界。其中，《王者荣耀》《和平精英》《原神》等游

戏产品在设计中融入了大量的中国元素和传统文化，如中国古典诗词、神话故事和传统美术，让全球玩家在享受游戏的同时，也能感受到中国文化的独特魅力。

早在2019年，米哈游就提出要“做好游戏出海的先行者，做好中国文化的传播者，做好中国游戏工业化的探索者”。如今，米哈游的代表性产品《原神》长期位列各大出海游戏榜单榜首。2023年度，米哈游的新游《崩坏：星穹铁道》也取得了亮眼成绩。

在中国游戏公司向海外的过程中，因地制宜地推广中国传统文化已经成为必选项。世纪华通方面表示，该公司会对当地市

场进行深入的研究，了解当地玩家的需求和喜好。这包括文化、价值观、审美、游戏习惯等方面的了解。同时需要将中国传统文化元素与游戏内容进行有机结合，譬如在游戏场景、角色设计、故事情节、游戏音乐等方面加入中国传统文化的元素及内容。

例如，《庆余年》手游就将中国传统文化中的书法、诗词、绘画、音乐等元素融入游戏内容，将儒家文化、道家文化及江湖侠客文化融入游戏背景，并且还设计了经典民间游戏和江湖手艺等交互内容，如投壶、弹弓等，传承民俗传统文化，让玩家身临其境地体验民间游戏的乐趣。