

# 游戏厂商争先布局UGC 能否打造中国版“Roblox”？

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

一些大DAU(日活跃用户数)游戏正在UGC(用户生成内容)模式上发力——向玩家开放游戏内的美术资产、音乐、玩法等,并提供易上手的编辑器,供玩家挥洒

## 拓展玩家创作边界

UGC内容天然具备社交传播优势,正好与玩家愈发强烈的社交需求契合。

2025年10月,《原神》在游戏内推出UGC模式“千星奇域”——玩家可以使用编辑器“千星沙箱”,调用《原神》中海量的玩法功能与资产,在《原神》内创建自己的小游戏,供其他玩家游玩。

截至2026年1月3日,“千星奇域”模式吸引了超过3万名创作者,累计创作的地图关卡总游玩人次超过1.5亿。这些UGC内容中,既有中式民俗微恐题材的探索解谜类关卡,也有突出竞技的PVP(玩家对战)关卡,玩家的创作边界不断被拓展。

在1月3日的“千星奇域”创作者交流会上,米哈游创始人刘伟表示,2026年“千星奇域”模式将持续升级编辑器,提升激励,升级宣传和流量扶持。

腾讯《和平精英》的内置UGC模式“绿洲启元”于2021年推出。2025年第三季度,该模式日活跃用户数突破3300万。

据介绍,“绿洲启元”中由玩家创作的地图和玩法已不局限于射击品类——比如《战争大亨》融合了模拟经营、资源策略与战术对抗,不止于传统射击游戏的“刚枪”模式,强调“运筹帷幄”的战略思

## Roblox模式借鉴

Roblox商业模式的核心是虚拟货币Robux,其使用该种虚拟货币为玩家在游戏内的消费和开发者创作激励提供支持。

游戏UGC并不是一个新鲜的概念,曾经在2021年带火“元宇宙”的Roblox就是一个案例。

Roblox是一款面向年轻群体的游戏UGC平台,向非专业开发者提供了开发工具和教程,用户简单学习后就可上手创作,成品质量相对粗糙,以创意和玩法取胜。Roblox平台上集合了海量的玩家自制游戏。

由于平台上游戏的画面比较

创意。

游戏厂商此举可以将一部分研发工作分摊给广大玩家,由他们创造出海量玩法,从而解决游戏内容研发遇到的增长瓶颈问题。不仅如此,由玩家参与创意,还能激活社交传播,进一步完善

商业模式。在海外,不乏Roblox、《我的世界》等发展成熟的UGC平台。而此类平台未能在国内获得同样

的人气。不过,DataEye研究院负责人刘尊向《中国经营报》记者表示,UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。在他看来,大

DAU游戏自带庞大用户基数,并且国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。

生成式AI的发展或将进一步降低UGC门槛。

“AI编程已将游戏创作的门槛降至令人咋舌的低点。”在2025年8月的TapTap开发者沙龙上,心动公司CEO黄一孟谈到,如今借助AI,可在几分钟内完成一款可运行的游戏原型,这将使得更多人有机会接触游戏制作。

米哈游方面表示,在《原神》“千星奇域”中,AI辅助工具也已在开发规划中。

《和平精英》“绿洲启元”则利用AI筛选玩家创作,分析玩法描述、标签、封面等信息,以及创作者过往作品数据等,进行综合粗筛;通过粗筛的玩法将进入小范围冷启动阶段,基于冷启动期间用户的游玩、收藏、点赞、评分、评论等一系列行为数据,输出更精细的玩法质量划分;通过上述筛选模型跑出的优质玩法,后续将获得更大的推荐流量。

“AI技术特别是AIGC的进步,普及必然会成为UGC模式发展的重要助推力。”刘尊对记者表示,“传统3A游戏开发周期长达数年,而Roblox及其他平台的创作者虽能快速创作,但仍需几周时间完成搭建与发布。AI技术可进一步压缩这一时长——AI可以辅助地形特效设计、剧情脚本优化,让创作者在几天内就能完成作品更新。”

不仅如此,刘尊还表示,AI能实现多类型内容的快速生成,突破人类思维的脑洞极限,比如为UGC地图匹配适配的背景音乐、通过AI NPC提升玩法的互动性等。这些创新能打破当前UGC玩法相对单一的局限,推动UGC内容从简单的关卡、地图创作,向更复杂的剧情互动、多元玩法融合等方向发展。

商业模式。

在海外,不乏Roblox、《我的世界》等发展成熟的UGC平台。而此类平台未能在国内获得同样



图为《和平精英》游戏画面。

本报资料室/图

为了让玩家有丰富的游戏体验,一款游戏的研发时间长达数年。采用长期运营模式的游戏推出后,还要定期更新内容、推出新活动,游戏方需要为此雇佣规模庞大的团队来完成这一工作。

“长期运营游戏普遍面临内容消耗与研发效率的矛盾。网易、米哈游、叠纸旗下的泛二次元游戏或内容驱动型游戏拥有高质量剧情和玩法,制作周期漫长,很容易出现玩家‘长草期’。”刘尊表示,UGC模式让玩家参与到游戏内容的生产中——规模庞大的玩家带来海

量的创意,比如《蛋仔派对》中玩家创作的地图从早期跑酷解谜类拓展到《钓鱼吧!》这类可长期运营的“内置小游戏”,极大丰富游戏内容池,有效填补官方更新的空档期。

刘尊进一步解释,UGC内容天然具备社交传播优势,正好与玩家愈发强烈的社交需求契合——玩家创作的地图、玩法、二创等内容,通过社交分享吸引好友参与,形成“创作—传播—体验—再创作”的循环。

“玩家在交流创作经验的同时,也加深了对游戏的黏性。”刘尊

说道,“这种强互动性让游戏跳出单纯的娱乐产品范畴,转变为社交场景,且不一定仅在游戏内社交,也在社区、社交媒体等场景中社交,这就可以扩大游戏IP的传播能力,延长游戏IP生命周期。”

UGC还使得游戏在付费道具、抽卡等商业模式之外增加变现渠道。“让创作者获得地图内消费收益,同时也让游戏平台通过内容消费实现营收增长。这种对创作者和平台双赢的商业模式,促使更多长期运营游戏积极布局UGC。”刘尊说道。

但其未能在国内复制北美的成功经验。对于Roblox在中国人气不高的原因,刘尊认为:一是早期创作工具门槛较高,国内普通玩家缺乏专业开发、UGC能力;二是当时多数游戏的思路还是“做游戏”,而不是“做平台”,市面上几乎没有内容驱动型游戏主动推动UGC模式,未搭建完善的创作者扶持体系;三是商业变现路径不成熟,在早期的UGC平台上,创作者只能

“为爱发电”,难以形成持续创作动力。

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

刘尊认为,这种UGC平台的模式在大DAU游戏中有可能实现。“目前已有诸多积极信号:一方面,大DAU游戏自带庞大用户基数,能快速筛选出潜在创作者,降低内容冷启动难度;另一方面,国内游戏厂商已逐步完善扶持体系,解决了此前创作者面临的工具和收益问题。”

# 昆仑万维“押注”AI 商业化全面加速

中经记者 李哲 北京报道

从技术竞赛到商业实战,AI赛道的竞争日趋白热化。特别是2026年以来,AI技术正加速在各类终端和应用场景落地。

早在2022年,昆仑万维(300418.SZ)便确立“All in AGI与AIGC”战略,其依托在海外多年的成功经验,围绕AI进行“算力—大模型—应用”全链条布局。

当前,AI竞赛日新月异,对昆仑万维而言,如何快而准地抢占市场,是摆在其面前的一个全新课题。昆仑万维董事长兼CEO方汉表示:“我们希望在开拓出的领域中能占据尽可能多的市场份额。现在是大家都在拼命‘跑马圈地’的过程,这时候比的就是模型的迭代速度。”

## 全链条布局

公开信息显示,昆仑万维旗下业务覆盖AGI与AIGC、信息分发、元宇宙、社交娱乐及游戏等多个领域。自2022年确立“All in AGI与AIGC”战略以来,其已构建起由AI智能助手、AI视频、AI音乐与音频、AI游戏、AI社交等组成的多元AI业务矩阵。

谈及“All in AGI与AIGC”战略,方汉表示:“我们希望通过天工超级智能体、Mureka等产品,在多个内容垂直领域实现SOTA级技术突破,同时以开放、开源的姿态,将AI技术普惠全球开发者与创作者,共建AI内构建多元业务矩阵”

经过近几年的发展,AI的世界已发生巨大变化。

“Agent(智能体)的发展现在到了一个拐点。”方汉表示,“大模型从早期的答案到背过程,到如今在背过程的过程中学会了泛化过程,可以把很多过程泛化到尽可能多的任务上去,但仍然没有‘发明新过程’的能力。”

据昆仑万维方面介绍,其发布的最新版天工大模型正在变成一个超级Agent。它可以实现一键生成PPT、Word、Excel、视频、小程序等。

如今,AI产业的竞争已经深入到应用端,如何依托自身优势,进一步推动AI技术落地是摆在AI公司面前的新课题。

容新生态。”他强调,昆仑万维的终极愿景是“实现通用人工智能,让每个人更好地塑造和表达自我”。

“AI出现前,昆仑万维采购一首游戏配乐的成本约10万元人民币,涵盖编词、编曲、演奏等全流程;而基于公司自研AI音乐大模型Mureka,如今单曲首曲制作成本已降至不足1分钱。”方汉说道,“成本的断崖式下降,正驱动内容产业进入爆发式增长周期——正如智能手机普及让中国视频拍摄者突破10亿人、催生短视频行业繁荣,AI将进一步释放全民创作潜力。”

“只有模型迭代速度快,你才能在尽可能多的市场和场景去获取用户,以及获取商业化的增长。”方汉认为,AI商业化已经到了比拼速度的时代,而不是比拼谁能开拓场景。“场景几乎都开拓出来了,现在就看你在这个场景里面渗透率能到多少,能吃下多少市场份额。”

方汉表示,要在大公司现在看不上但长期能产生稳定收入的赛道进行多元布局。“比如OpenAI,它是海外英语市场里的No.1。但它对其他语言市场(比如非洲)不重视,这对我们来说是一个机会。”

多年来,昆仑万维在出海方面颇有心得。在2022年,昆仑万维的海外市场营收占比便达到78%,毛

利率更是达到82%。当前,在全面拥抱AI的过程中,昆仑万维进一步强化了在海外市场的营收占比。2025年第三季度报告显示,其海外市场收入占总营收比重达到93%。

此外,昆仑万维旗下Opera浏

览器在全球活跃用户达3.5亿,在非洲市场占据优势份额,18—34岁用户占比超74%。围绕这一流量接口,昆仑万维推出Opera Neon。

昆仑万维方面提到,整体来看,浏览器市场足够庞大,用户需求也在快速分化。“我们认为,浏览器的核心竞争不止于搜索入口,而在于能否成为AI时代的‘任务入口’。我们推出的Opera Neon浏览器,具备本地执行任务、自动化操作和多模态生成等能力,是行业内首批实现智能代理闭环体验的产品之一。”

短剧出海是2025年最火热的赛道之一,昆仑万维旗下的Drama Wave保持了强劲增长势头。截至2025年第二季度,Drama Wave的年化流水

收入(ARR)已突破2.4亿美元。2025年8月,它已跃居海外短剧平台收入榜第三位,稳居出海短剧第一梯队。

当前,Drama Wave已经上线动漫频道,覆盖脑洞类、玄幻类等题材。昆仑万维方面表示,其通过引入动漫和网文频道丰富内容生态,同时利用AI技术在配音、字幕、本地化和投放素材等环节提升效率,优化成本结构。在短剧领域,核心评判标准聚焦于内部ROI(投资回报率)指标。整体来看,短剧行业仍处在快速扩张阶段,盈利能力的提升需要一定周期。“我们会继续通过内容创新和AI赋能两条路径提升用户生命周期价值,为未来的盈利打下基础。”

此外,昆仑万维旗下Opera浏



图为“2025阿里云栖大会”昆仑万维Skywork展台。

公司官网/图

在2024年业绩说明会上,昆仑万维方面表示,其各项AI业务均已进入商业化阶段,随着AI业务收入的增长,预计未来3个季度亏损将逐步缩小。

在2025年第三季度,昆仑万维实现净利润1.9亿元,同比增长180.13%,扣非净利润1.86亿元,同比增长177.00%,摆脱了连续六个

季度的利润亏损局面。

当前,昆仑万维已形成了“算力—大模型—应用”的全链条AI布局。AI音乐、短剧、智能体等产品商业化提速。2025年11月,昆仑万维旗下AI音乐产品Mureka在扣减营销费用后,毛利首次转正。这对投入巨大的AI业务来说,释放了非常积极的信号。

收入(ARR)已突破2.4亿美元。2025年8月,它已跃居海外短剧平台收入榜第三位,稳居出海短剧第一梯队。