

2025中国游戏企业 社会责任报告



前言

近年来，游戏产业的社会影响力持续提升，产业在享受发展成果的同时，所需承担的社会责任与义务也同步提升。但社会责任履行状况难以量化监测，因此伽马数据撰写《2025中国游戏企业社会责任报告》，并构建模型，以数值的形式将社会责任建设成果具象化。同时，伽马数据也对统计到的数据深入分析，将企业如何履行及深化社会责任等分析结果一同展现。

行文结构上，本次报告共分为五章。第一章及第二章聚焦产业社会责任建设，第一章以综述的形式展示产业社会责任整体评估结果及评估依据，第二章从各评估维度解读评估结果；第三章聚焦社会责任重点领域，并选取部分事件深入分析；第四章通过聚焦企业社会责任建设，建模评选出社会责任表现突出企业，并展示其社会责任建设方式；第五章基于前四章的数据统计，提出部分有望帮助产业及企业建设社会责任的方式，以及布局力度有待加强的方面。

此外，由于本报告中部分数据呈现结果需四舍五入，因此会引起以占比类为主的部分相关图表数据加总不等于100%，误差在正负1%以内均属正常。

Part.01

中国游戏产业社会责任发展现状

中国游戏产业社会责任指数

本次社会责任指数模型从社会价值、社会服务、社会影响、社会监管四个维度构建，每个维度权重均为25%。在各项维度中，社会价值及社会服务重点考量游戏产业对社会的正向增益，其中社会服务更侧重于社会对游戏产业的基础要求，而社会价值则偏向于额外贡献；社会影响及社会监管重点考量各主体对游戏产业的直观印象，并依据涉及主体、事件性质等因素划分至不同维度。

产业社会责任指数样本说明

- 伽马数据选取数十家头部企业组成产业社会责任指数监测样本，样本包含证券市场企业及非证券市场企业。
- 若无特殊说明，本报告图表涉及的“监测企业”均指组成产业社会责任指数的全部监测企业。



中国游戏产业社会责任指数

产业社会责任指数稳中有进，企业履责体系逐步成熟

2025年中国游戏产业社会责任指数为14.6，同比增长1.6%，指数水平继续稳步上升，游戏产业社会责任建设在既有基础上持续深化。本年度指数增长的主要动力来自企业公益实践的深化，推动产业在公共议题参与、弱势群体支持及社会服务供给等方面取得新的积累。随着产业履责体系日趋成熟，社会责任实践逐步由单点突破转向常态化推进，中国游戏产业社会责任建设进入稳中有进的发展阶段。



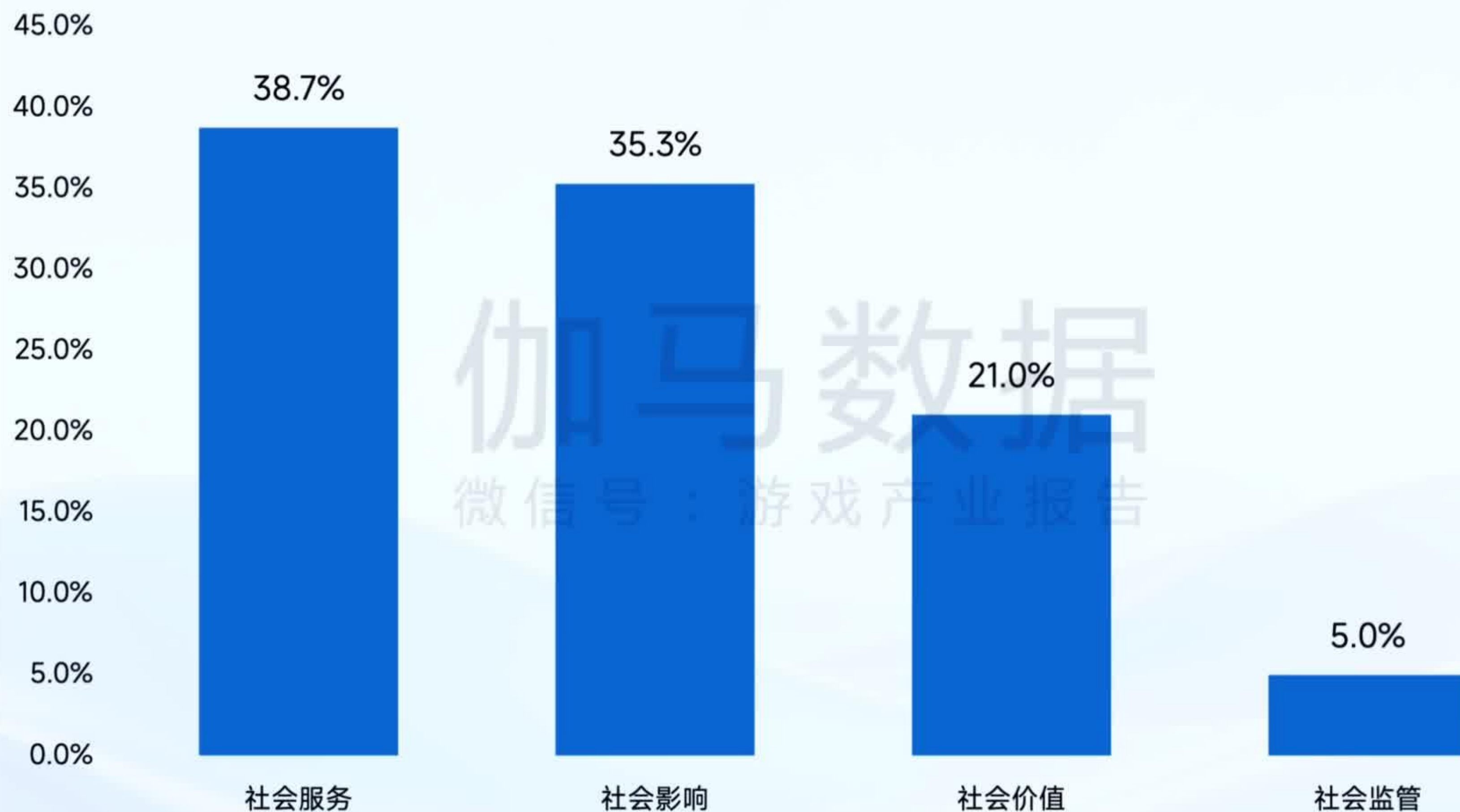
数据来源：伽马数据（CNG）

中国游戏产业社会责任指数

社会服务维度贡献38.7%，公益实践走向常态化

2025年，中国游戏产业社会责任指数在多维度因素共同作用下保持稳步增长，其中社会服务维度贡献最为突出。社会公益项目数量持续增加，并逐步呈现常态化特征，部分企业通过产品机制与社区运营带动用户参与公益行动，成为本年度产业履责实践中的新变化。

2025年中国游戏产业社会责任指数增长贡献度



注：维度增长贡献度=维度得分增量÷中国游戏产业社会责任指数总增量

数据来源：伽马数据（CNG）

Part.02

中国游戏产业社会责任发展构成

中国游戏产业社会责任发展构成 | 社会服务

公益事件数量增长11.1%，信息安全治理同步深化

社会服务指游戏产业对社会主体提出诉求的满足状况，由于产业依托社会主体获得发展，因而满足主体诉求在产业的社会责任范围内。2025年，社会服务指数增长贡献度主要来源于企业和社会公益领域及个人信息安全方面的布局。社会公益方面，2025年监测企业公益事件数量达290起，同比增长11.1%，较前两年增幅进一步扩大，公益行动呈现由阶段性开展向常态化、体系化推进的趋势。并且，从用户反馈看，约55%的受访用户表示曾参与过游戏内公益活动，其中多数用户明确表示未来仍有参与意愿，公益项目在用户端的接受度与黏性持续增强，游戏逐步成为连接企业、用户与公共议题的重要载体。在个人信息安全方面，行业治理成效进一步显现。2025年工信部通报的App中，游戏相关App占比降至6.3%，企业在合规管理、权限控制与数据安全治理方面的整体水平不断提升。

中国游戏产业 社会责任指数增长来源

+38.7%

社会服务 增长贡献度

注：维度增长贡献度
= 维度得分增量 ÷ 中国游戏产业社会责任指数总增量

监测企业公益事件数量（起）



工信部通报App中游戏相关App数量占比



中国游戏产业社会责任发展构成 | 社会影响

游戏产业负面新闻占比仅约2%，自研产品国际影响力进一步提升

社会影响指社会公众对游戏产业的关注度、认知方向等内容，游戏产业拥有正向影响力将塑造更为积极的社会形象，进而提升其他社会责任行为的行为效果、覆盖范围。2025年，国内与国际两个层面均呈现改善趋势。国内方面，国家级重点新闻媒体报道中游戏产业负面事件占比连续下降，2025年已降至约2.0%，其中未成年人保护、企业纠纷等相关负面事件显著减少；国际方面，中国研发游戏在全球头部市场中的关注度提升，在进入全球流水TOP50的中国研发产品数量占比进一步提高的同时，相关产品的海外热度指标亦出现回升，中国游戏产业的国际影响力与认可度持续增强。



中国游戏产业社会责任发展构成 | 社会价值

资本投入意愿强助推产业成果体现，市场规模突破3500亿元

社会价值指产业可为社会发展提供的价值，助力社会发展是每个产业均具备的基础责任。2025年，社会价值对社会责任指数的正向贡献主要由企业研发费用与员工薪酬水平的持续增长所支撑，反映出企业在技术创新与人才保障方面的投入意愿仍保持较高水平。在投入持续加码的同时，产业整体产出亦有所体现，2025年中国游戏市场实际销售收入突破3500亿元，显示研发与人力投入在稳定供给、提升产品质量及支撑市场规模方面逐步转化为现实成效，为社会价值的持续释放提供了基础支撑。

中国游戏产业 社会责任指数增长来源

+21.0%

社会价值 增长贡献度

注：维度增长贡献度
= 维度得分增量 ÷ 中国游戏产业社会责任指数总增量

监测证券市场企业研发费用（亿元）



监测证券市场企业薪酬支出（亿元）



中国游戏产业社会责任发展构成 | 社会监管

监测企业受行政处罚事件减少，产业合规性已处于较高水平

社会监管力度的提升，通常以增强产业合规性的方式展开，进而减少市场紊乱、社会资源浪费等现象，并体现公众层面对于企业履行社会责任的具体要求。现阶段，中国游戏企业的合规意识已经较强，多数负面指标已处于较低水平并保持稳定。2025年，监测企业证券市场违规记录数量为12次、受行政处罚数量3次，较上年均有减少。在企业监管与合规意识提升的作用下，游戏企业社会监管维度保持在较低风险水平，产业合规运行基础逐步夯实。

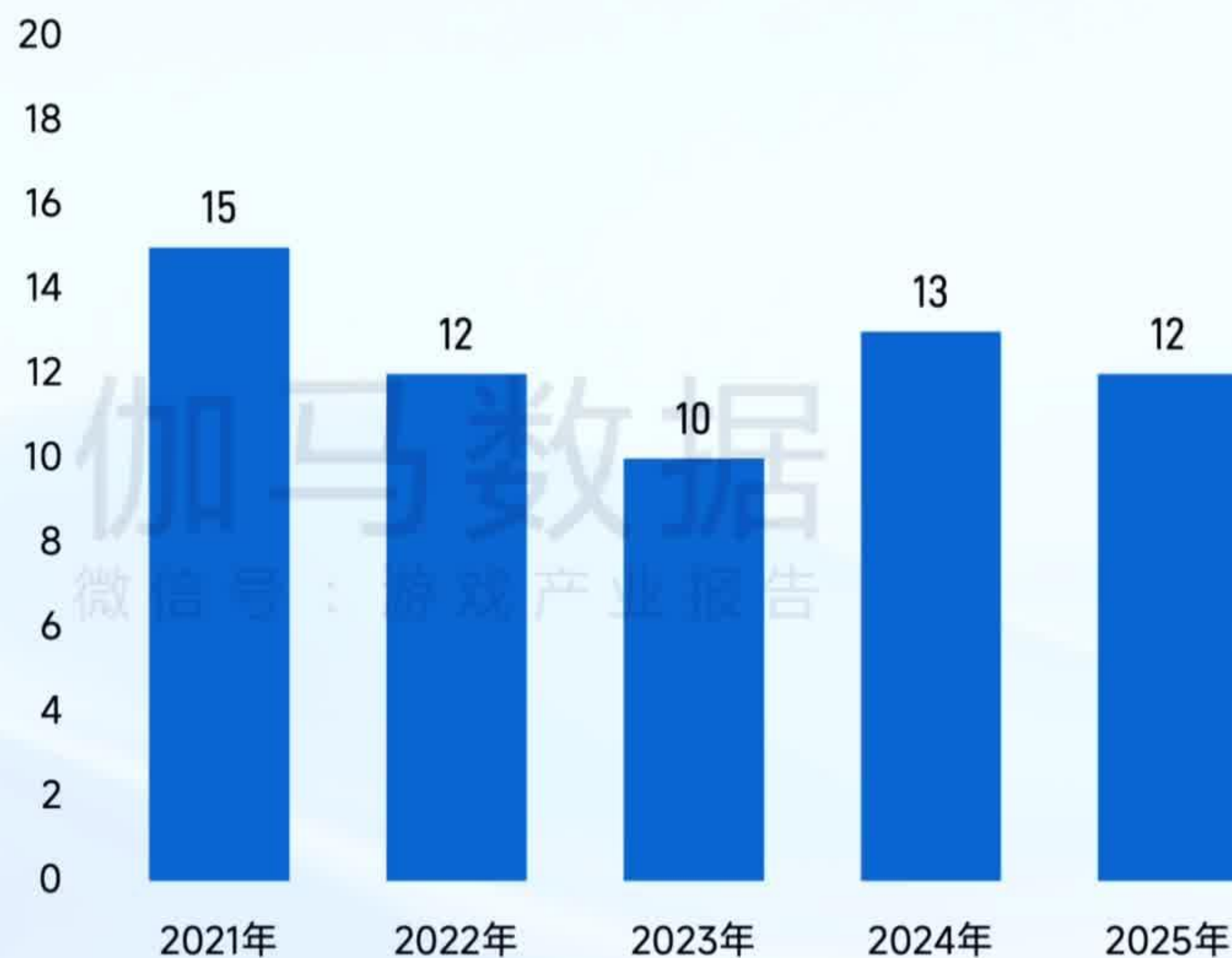
中国游戏产业 社会责任指数增长来源

+5.0%

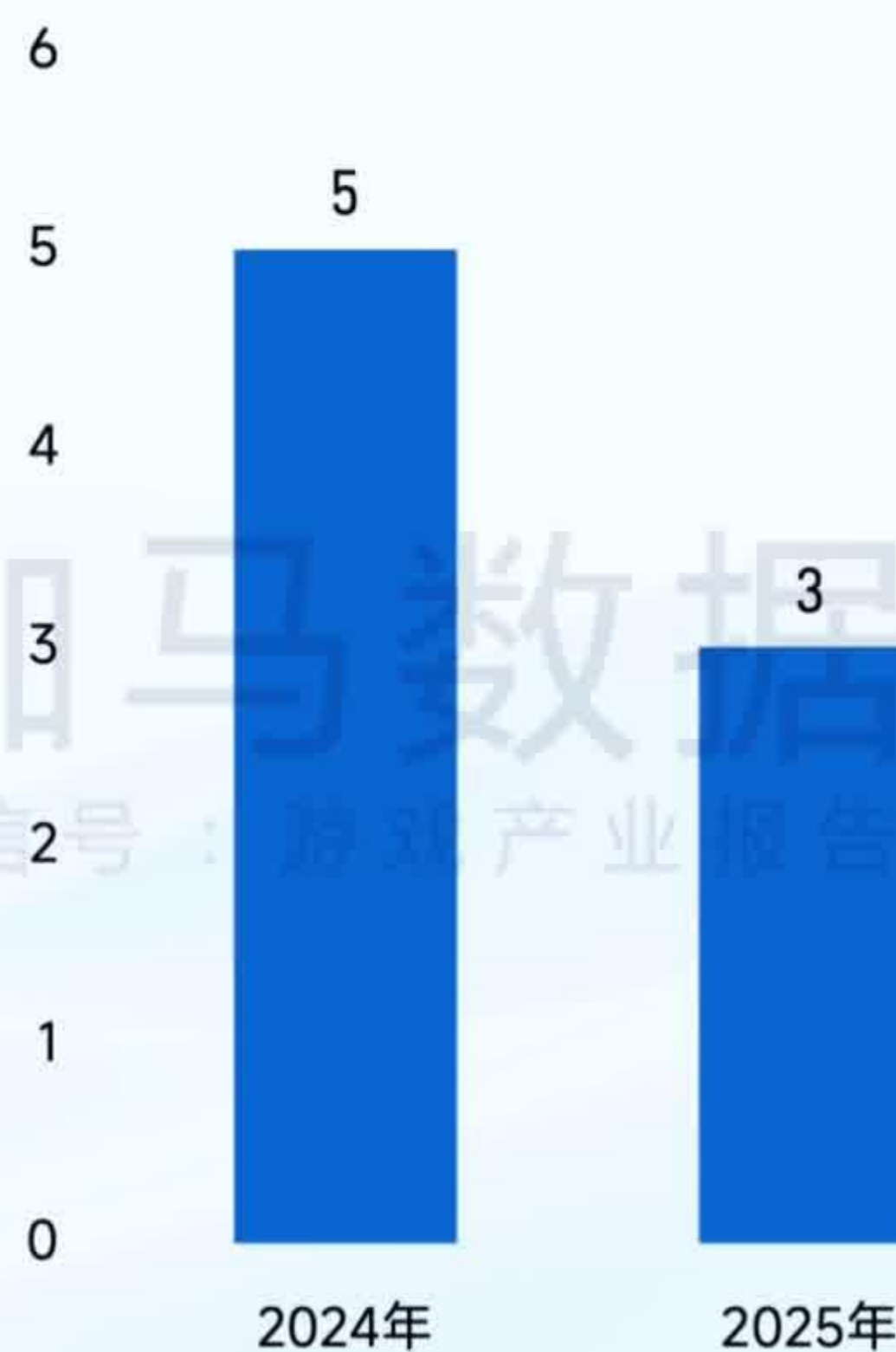
社会监管 增长贡献度

注：维度增长贡献度
= 维度得分增量 ÷ 中国游戏产业社会责任指数总增量

监测企业证券市场违规记录数量



监测企业受行政处罚数量



Part.03

中国游戏企业社会责任重点事件

中国游戏企业社会责任重点事件

53.3%企业获MSCI ESG评级，其中AA评级占18.8%

MSCI ESG评级是当前国际资本市场中最具权威性与广泛影响力的企业可持续发展评价体系之一，已被全球主流投资机构广泛应用于投资决策、风险评估与资产配置过程中，具有较强的国际可比性与参考价值。从评级框架看，其重点考察企业在环境责任、社会责任与公司治理（ESG）三大维度的综合履责能力与长期风险管理水平，因此也成为衡量企业社会责任国际化水平的重要标尺。

在本报告模型纳入的30家证券市场游戏企业中，已有53.3%的企业获得MSCI ESG评级，表明中国游戏企业正逐步进入国际主流ESG评价体系视野。从评级结构看，报告模型中被评级企业在AA级、BBB级区间的占比均高于全部被评级企业整体水平，其中AA等级代表企业在ESG综合治理能力上已达到国际领先梯队标准，BBB等级则对应国际市场的平均水平。表明中国游戏企业在社会责任治理结构、社会议题回应能力与信息披露规范性等方面已具备一定国际可比基础，为其社会责任布局在国际体系中的可识别性与认可度提供了客观支撑。相较之下，非证券市场游戏企业尚未进入国际主流ESG评价体系，其社会责任建设在体系化程度与治理成熟度上与证券市场企业仍存在差距。从本报告监测结果看，非证券市场企业的社会责任实践在业务层面的责任履行相对较佳，但在环境责任体系构建、信息披露规范性与透明度等维度尚未形成体系化机制。

监测证券市场企业MSCI ESG评级情况

■ 有评级 ■ 未评级



企业MSCI ESG评级等级分布

■ 监测证券市场企业中被评级企业 ■ 所有被评级企业



数据来源：伽马数据（CNG）

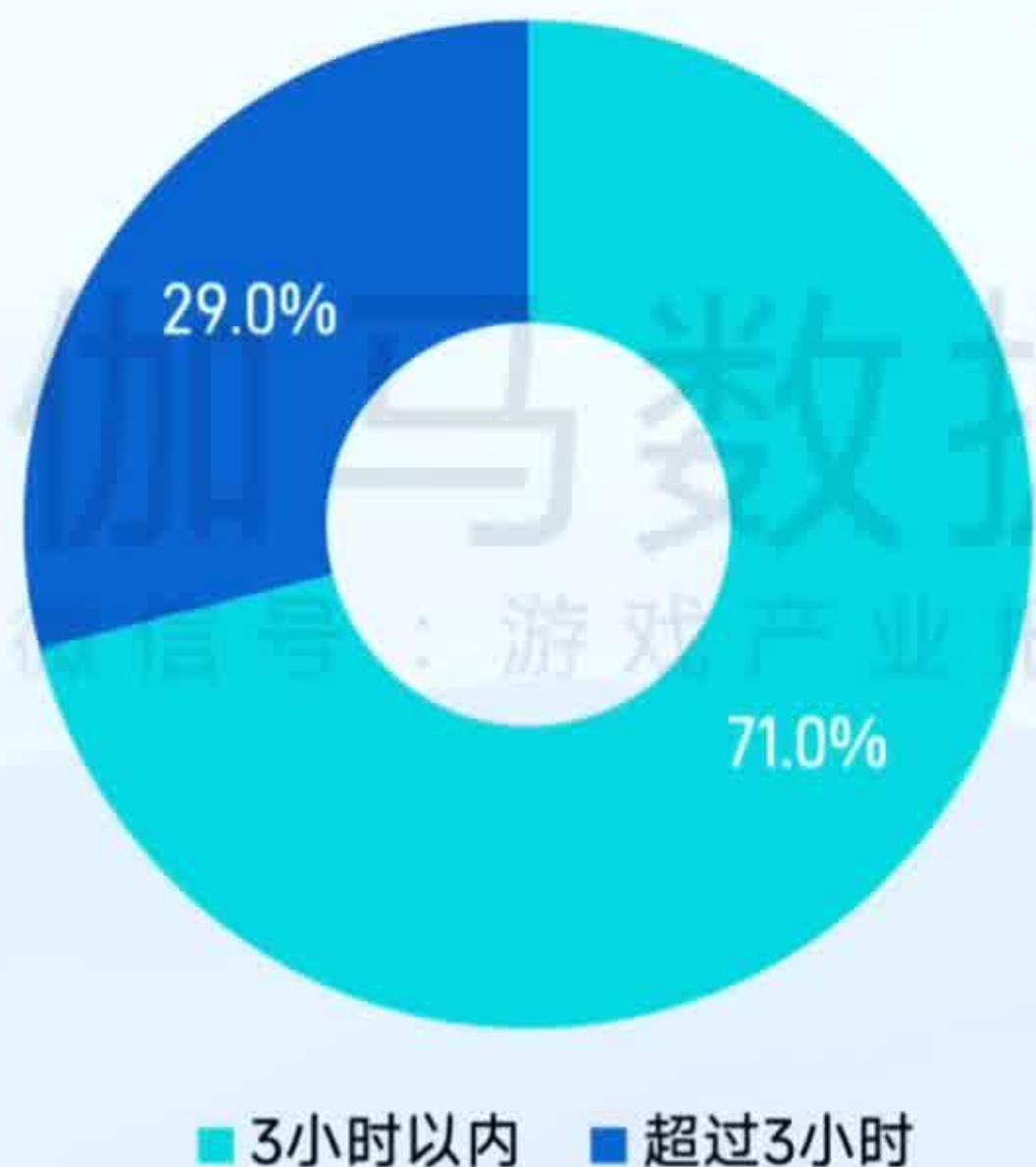
中国游戏企业社会责任重点事件

防沉迷成效持续巩固，未成年人保护迈向家庭协同

现阶段，游戏防沉迷新规持续发挥长效作用，未成年人游戏时长与消费水平连续多年保持在较低区间，限时、限充等基础性治理措施已实现常态化运行，行业合规成效持续巩固。与此同时，随着制度与技术防线逐步夯实，未成年人保护工作的重点也由“是否有效”转向“如何更精准、更协同”。伽马数据调研结果显示，当前未成年人游戏超时与消费超额行为中，与家长有关的规避方法占比较高，这在一定程度上反映出家庭在未成年人网络行为管理中的关键作用正在凸显。在政策制度持续完善、技术能力不断升级与行业自律稳步推进的基础上，进一步引导和支持家长履行监护职责、合理使用未成年人保护工具、加强家庭内沟通与引导，将成为巩固现有治理成果、提升未成年人保护整体效能的重要方向，也标志着中国游戏产业未成年人保护工作正逐步进入以多方协同为特征的发展阶段。

连续4年超七成未成年用户每周游戏3小时内

未成年人每周游戏娱乐时长状况



未成年人规避防沉迷主要方法



未成年人规避游戏限额主要方法



数据来源：伽马数据（CNG）

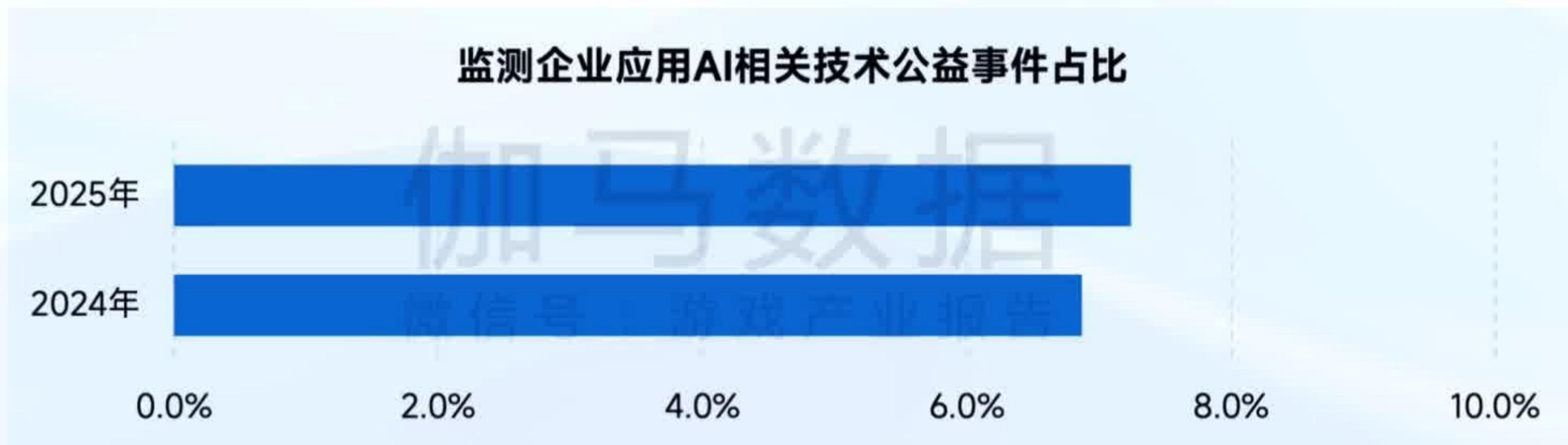
中国游戏企业社会责任重点事件

新质生产力赋能社会责任，公益组织提效、公益成果提质成新路径

新质生产力为公益实践带来了提质增效的新路径。在新质生产力加速发展的背景下，游戏产业将人工智能等数字化工具引入公益实践，推动公益项目在立项、评估、执行与反馈等多环节实现系统性智能化升级。依托游戏企业在数据处理、内容生产与流程管理方面的技术积累，公益项目逐步应用智能文书生成、合规校验、风险评估与票据审核等工具，显著压缩立项与审批周期，提升项目管理的规范性与透明度，使公益组织能够以更低的成本、更高的效率开展社会服务。与此同时，游戏产业长期沉淀的核心技术能力正持续向公益领域外溢并深度赋能。游戏在交互设计、虚拟仿真、实时渲染与情境构建方面形成的技术优势，被广泛应用于教育支持、医疗辅助、环境保护与文化遗产等公益场景，提升公益项目的可理解性、参与度与传播效果。除直接应用外，游戏企业还通过开放技术平台、共享工具资源与开展技术培训，支持公益组织及基层团队提升数字化与AI应用能力，尤其在偏远地区与资源薄弱区域，技术共享正在成为缩小能力差距的重要路径。游戏产业正以技术创新为支点，推动公益项目从单点提效迈向流程重构，在创造社会价值的同时，拓展了产业履行社会责任的深度与广度。



监测企业应用AI相关技术公益事件占比



数据来源：伽马数据（CNG）

中国游戏企业社会责任重点事件

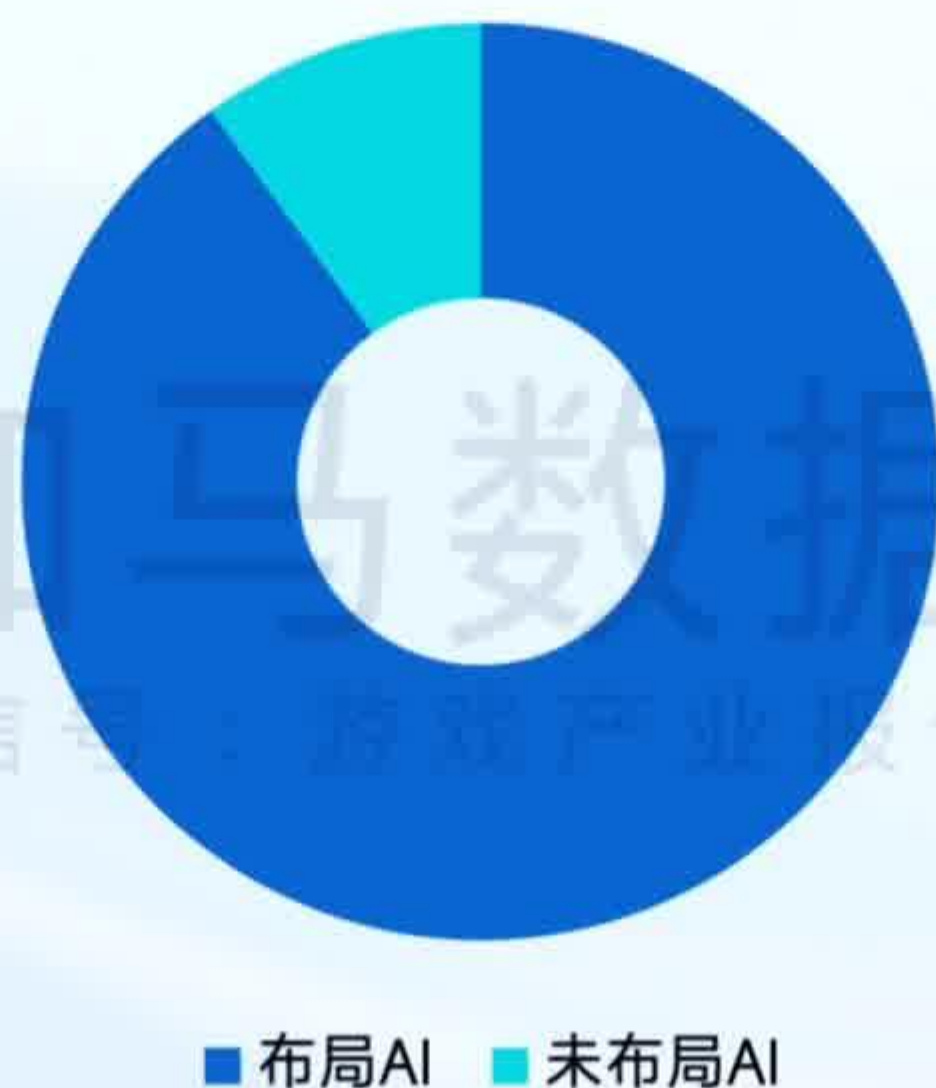
游戏成AI人才培养前线，技术研发与场景落地双轨并进

人工智能的发展为人才培养提供了新的着力方向。随着各行业对人才能力结构提出更高要求，作为研发流程、内容生产方式等与人工智能密切关联的产业，游戏产业在技术实践与应用场景方面具备天然优势，也逐步成为AI人才培养的重要阵地。无论是服务于产业自身升级，还是向其他领域外溢相关能力，均具有较高的社会价值，并成为新的履责方向。在此背景下，游戏企业围绕人工智能发展需求，通过校企协同、产教融合及内部人才体系优化，主动参与多层次AI人才培养。一方面，游戏企业着力培养人工智能研发型人才，重点聚焦算法研究、模型训练、工具开发及底层技术迭代等方向，推动AI技术在内容生成、研发流程优化与新型交互模式探索中的持续演进，为产业智能化发展夯实技术基础。另一方面，游戏企业同步加强人工智能应用型人才的培育，引导研发、美术、策划及运营等岗位提升对AI工具与系统的理解与使用能力，推动人工智能在具体业务环节中的高效落地，促进技术与创意、文化表达的深度融合。这种研发型、应用型并行的人才结构，有助于为游戏产业高质量发展提供更加稳定、可持续的人才支撑，并通过扩大高质量数字人才供给，进一步放大游戏企业在推动数字经济发展与社会创新能力建设中的社会价值。

监测企业人才培养事件数量



监测企业布局AI情况分布



部分监测企业AI布局情况

- 三七互娱对AI的投入已实现超90%的整体渗透率，广告投放侧AI自动化比例超70%，美术环节AI渗透率达65%，显著降本增效。
- 腾讯混元视觉生成平台实现高精度角色分钟级生成，城市资产开发提速50倍。
- 网易雷火已构建超过1000条新质生产管线，覆盖90%的生产场景，实现场景设计效率提升70%、动画生产综合提效30%，部分场景效率提升达300%。
- 世纪华通旗下盛趣游戏技术中心全新自主研发的AI工具平台在内部上线，该平台已集成七大核心功能，覆盖智能翻译、AI语音合成、AI角色生成、AI音效生成、AIGC配音、数据分析智能体及AI图片高清化。

中国游戏企业社会责任重点事件

公益模式走向“玩家共创”，超5成用户参与并强化认同感

游戏企业在公益实践中的角色与方式正在发生转变。相较于传统公益模式，越来越多企业开始依托游戏产品的高用户触达能力与互动机制，将公益行为嵌入游戏体系之中，推动玩家从“旁观者”转变为公益行动的直接参与者与共创者。在这一模式下，公益不再仅由企业单向输出，而是通过游戏内任务、活动进度、道具奖励等设计，与玩家的日常游戏行为形成自然衔接。玩家在完成游戏目标的同时，即可转化为对现实公益项目的支持，降低了参与门槛，也避免了公益内容对游戏体验的割裂与干扰。公益行为不再是额外负担，而成为游戏体验的一部分。更为重要的是，企业普遍强化了公益成果的可视化反馈机制：通过进度条、成果展示、故事回传等方式，玩家能够直观了解自身参与所带来的实际改变，如对受助对象产生的具体影响。这种“可感知、可追溯”的反馈路径，增强了玩家的成就感与价值认同，使公益从一次性行为转变为具有持续吸引力的参与过程。从社会责任视角来看，这种模式有效放大了公益行动的社会参与面，将个体玩家的微小善意汇聚为规模化社会资源，同时也在潜移默化中培育公众的公益意识与责任意识。游戏企业通过机制设计搭建参与平台，不仅提升了公益效率，也推动形成企业、玩家与社会多方协同的公益新生态，拓展了数字内容产业履行社会责任的现实路径。

55.11%

用户在2025年参与过游戏内的公益项目

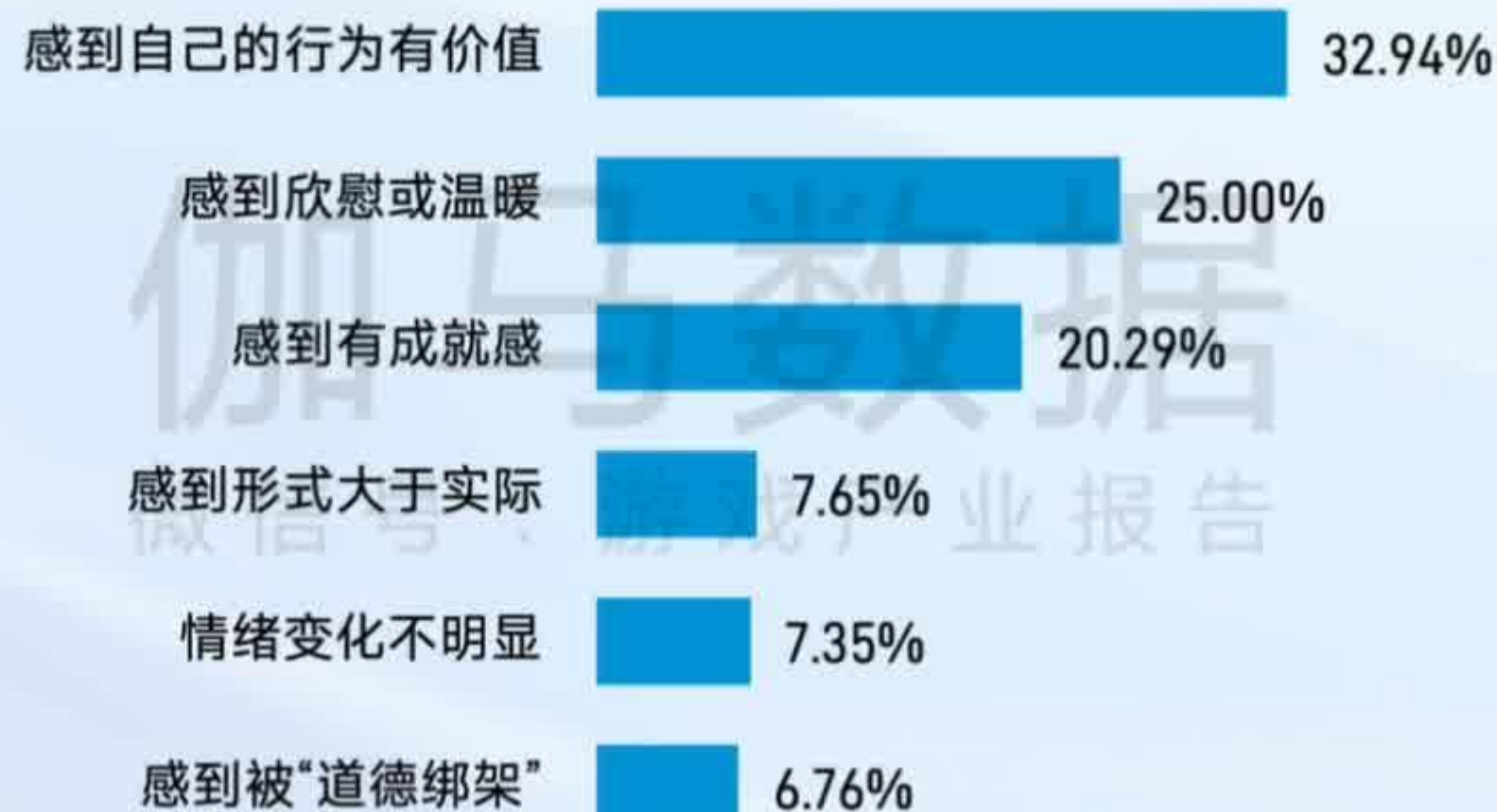
您喜欢下列哪些形式的公益活动成果反馈？



78.23%

用户在了解反馈后获得正向情绪

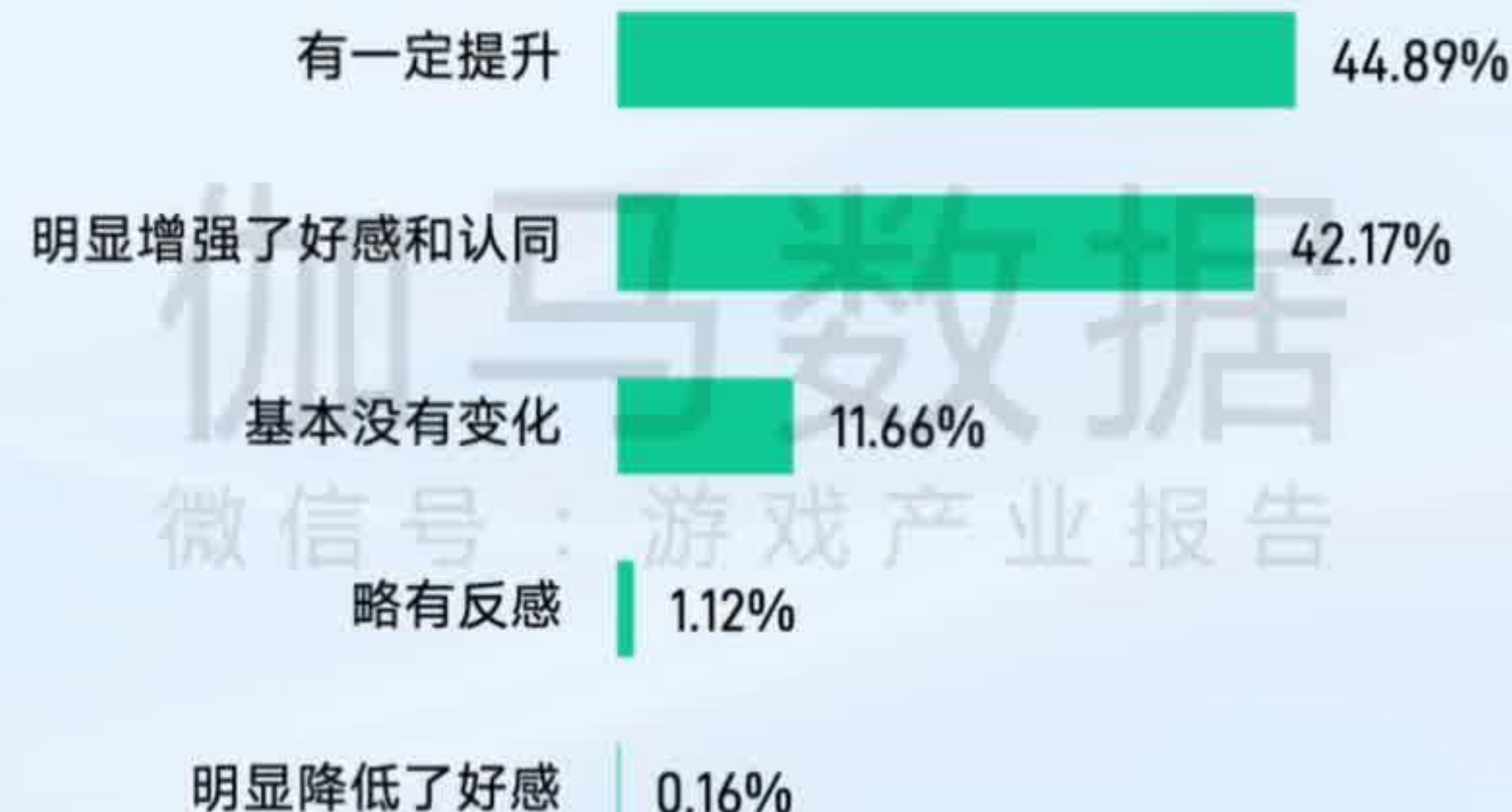
在参与公益活动并了解公益反馈后，您的情绪或心理感受更接近下面哪些情况？



87.06%

用户因游戏内公益活动提升好感与认同

您是否会因为游戏内公益活动，对企业或游戏本身产生新的认同感？



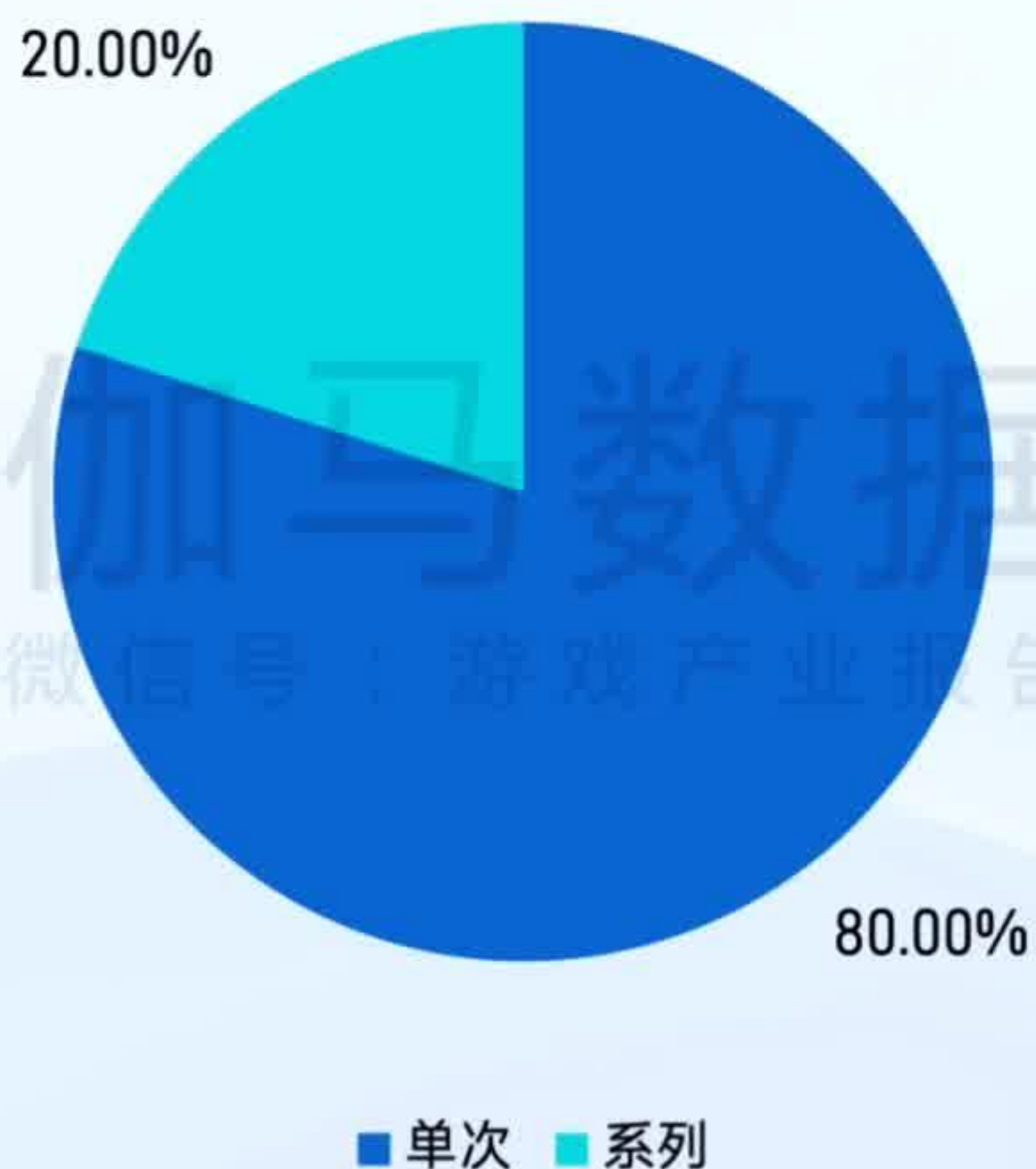
数据来源：伽马数据（CNG）

中国游戏企业社会责任重点事件

公益项目常态化，56.9%项目已执行超3年

当前，中国游戏企业的公益实践已逐步呈现出由阶段性尝试向长期化、系统化推进的趋势，部分企业开始将公益目标纳入产品运营与平台生态建设之中，通过持续投入和机制设计，增强公益行为的稳定性与可延续性。这一变化表明，游戏公益正在从附属性行为转向相对稳定的责任实践形态，为行业社会价值的持续释放提供了现实基础。在此基础上，公益实践与游戏内容形态、用户参与机制及社区运营的结合程度不断提升，使公益不再依赖单一项目或短期行动，而是通过常态化运营逐步积累影响力与社会认同。随着相关机制不断完善，游戏公益的实施路径和组织方式也趋于成熟，有助于提升行业整体履责能力，推动社会责任实践向更加可持续的方向发展。

监测企业公益事件类型占比



监测企业系列公益执行时长分布



数据来源：伽马数据（CNG）

Part.04

中国游戏企业社会责任履责案例

中国游戏企业社会责任履责案例

伽马数据依据模型评选出部分本年度“社会责任表现突出企业”。模型构建上，伽马数据从社会价值、社会影响、社会监管、社会服务四个维度构建企业社会责任评估模型，每个维度权重均为25%，企业模型的维度选取与产业模型一致，仅在具体考核项目上进行调整。评选依据上，在本次参评企业中，符合以下两项评选标准之一的企业即评选为“社会责任表现突出企业”（见右图）。

- 2025年企业涉及其他产业的游戏相关话题数量
- 2025年企业传统文化事件数量
- 2025年企业游戏收入状况
- 2025年企业薪资支付状况
- 2025年企业人才培养布局状况
- 2025年企业专利获取数量状况
- 2025年企业跨领域技术赋能状况

- 2025年企业参与行业规范出台状况
- 2025年企业社会责任披露状况
- 2025年企业证券市场监管状况
- 2025年企业受行政处罚数量状况



- 2025年企业受权威媒体报道状况
- 2025年游戏奖项中企业旗下产品获奖状况
- 2025年企业部分平台被投诉状况

- 2025年企业公益事件数量
- 2025年企业产品未成年人保护状况
- 2025年企业被工信部通报侵害用户权益的游戏数量

“社会责任表现突出企业”评选标准

在2025年中国游戏企业社会责任评估模型中排名头部

OR

在2025年中国游戏企业社会责任评估模型中排名较佳，且在某项维度上社会责任表现较为突出

社会责任 表现突出 企业



注：企业排名不分先后

“社会责任表现突出企业”综述



世纪华通在社会公益、未成年人保护等方面表现较为突出。企业以青少年发展为核心，持续推进“绿色电脑教室”“去远方”研学等项目，围绕乡村儿童数字接入、心理健康与社会情感能力建设形成较为稳定的公益体系；同时，依托盛趣游戏等子公司的技术与内容积累，将技术能力延伸至未成年人保护、反诈宣传等领域，推动数字技术在公共议题中的实践转化。



恺英网络在社会公益与未成年人保护方面表现较为突出。2025年，公司围绕“悦玩、共生、增益”三大战略支柱，依托“恺心公益”项目服务体系与“恺心榴萤”志愿服务品牌，在乡村教育、未成年人保护及非遗传承等领域推进长期项目；同时结合核心IP推动传统文化与非遗的数字化传播，并通过绿色电力采购、资源回收等举措深化低碳运营实践。



在产品创新方面，益世界以《这城有良田》《我是大东家》等代表性产品为载体，深度融合历史文化、非遗技艺与国漫元素，构建“游戏+文化”的数字化表达体系。其中，对国家级非物质文化遗产“西湖绸伞”的数字化复原与场景化呈现，成为拓展“游戏+非遗”融合路径的行业标杆案例。在社会价值创造方面，公司持续推进“益点成长”公益计划，通过迭代升级“心启之旅”课程体系，精准聚焦乡村留守儿童的心理支持与健康素养培育，探索游戏企业的社会责任实践新模式。



祖龙娱乐在文化传播、社会公益与人才发展等方面表现较佳。文化传播方面，企业持续依托《以闪亮之名》推进非遗与传统文化的数字化表达，并通过美术与技术迭代提升内容品质；社会公益方面，围绕“鸿鹄筑梦公益计划”和“龙行公益”开展教育帮扶，推进校园条件改善；人才发展方面，祖龙娱乐通过完善福利、培训体系及产学研合作持续履责。



米哈游在文化传播与社会公益方面表现较为突出。企业以原创IP为核心载体，通过数字化内容表达，将中国传统文化与非遗元素融入角色设计、场景构建及主题活动之中，并借助多语言传播与海外展示，持续提升中华文化的国际触达力。同时，米哈游围绕听障支持、公众科普等方向，推进多个公益项目，探索游戏IP与公共议题相结合的实践路径。



盛天网络在社会公益与文化传播等方面表现较为突出。社会公益方面，企业围绕特殊群体需求，将AI技术引入聋哑学校，通过捐赠资金、建设校园安全设施及开展AIGC创作培训，探索科技赋能特殊教育的实践路径；文化传播方面，盛天网络通过“东方游戏文化展”等线下活动，推动国风与东方题材独立游戏的展示与玩家共创，拓展游戏内容的文化表达与社会触达。



三七互娱在社会公益、文化传播与跨领域实践方面表现较为突出。企业依托游心公益体系，持续推进少数民族地区教育帮扶，并通过职业认知分享与家访走访，强化教育支持的针对性与持续性；同时，三七互娱围绕乡村振兴、适老化社会建设与特殊群体关怀，探索“游戏化”与产业协同路径，将功能游戏、文创IP与公益项目相结合。



鹰角网络在社会公益与文化传播等方面表现较佳。社会公益方面，企业依托《明日方舟》持续推进野生动物保护、灾害救助与教育支持，通过“万类共生”“方舟公益计划”等项目，将游戏内容与现实公益相结合，并在高校科研资助、赈灾捐赠等领域形成长期投入；文化传播方面，鹰角网络围绕少数民族地区阅读推广与文化传承开展系统化行动。

“社会责任表现突出企业”综述



腾讯游戏在社会公益与跨领域贡献方面表现突出。企业一方面通过“碳寻计划2.0”投入资源，联动全球团队推进相关前沿技术落地；另一方面，依托数字技术与内容能力，推出数字疗法产品“腾讯脑力锻炼”、建设腾讯视频无障碍剧场，并通过“久久公益节”等方式动员数十款游戏与亿级用户参与助学、生态保护与青少年发展公益项目。



叠纸网络在社会公益、文化传播等方面表现较为突出。以“瀚海奇迹”新疆治沙项目为代表，企业将游戏技术能力与生态治理、农业可持续发展相结合，探索数字内容反哺现实环境保护的实践路径；并依托“恋与”“暖暖”等核心IP，持续开展反诈科普、野生动物保护、非遗传承与助农行动。



哔哩哔哩在社会公益与公共议题参与方面表现较为扎实。企业通过平台持续关注尘肺病人、乡村孤寡老人、认知症长者等公益项目，将内容传播、用户参与与专业机构协作相结合，推动公益行动从情感共鸣走向长期、可持续的支持机制，体现出平台型企业对社会关怀与资源连接方面的现实价值。



网易游戏在社会公益与科技贡献方面表现较为突出。企业依托《蛋仔派对》《第五人格》等核心产品，与网易有道、公益基金会等推进教育公益、生态保护与未成年人关怀，通过“游戏+AI+公益”的方式，持续落地“AI阅读空间”“AI助学计划”、免费午餐、自闭症儿童支持及动物与海洋保护项目，形成与主营业务深度融合、覆盖面较广的履责路径。



西山居在社会公益、未成年人保护等方面表现较为突出。企业依托XI基金，以特殊教育与偏远地区教育帮扶为重点，通过物资捐赠、公众倡导等方式，持续改善特殊儿童与乡村青少年的学习与成长环境；同时结合公益夏令营及其他培育项目，引导青少年理性用网、健康游戏。



莉莉丝在未成年人保护等方面表现较佳。依托“启明星计划”公益课堂，企业走进西南位育中学、上海市龙苑中学等校园，通过贴近青少年认知的话语体系，系统阐释游戏的文化价值、创造属性与社会意义，纠正“游戏等同于沉迷”的刻板印象，引导学生理性看待游戏、理解数字内容背后的知识结构与创作逻辑，帮助家校社会建立更加平衡、专业的认知共识。



中手游在未成年人保护等方面表现较为积极。围绕“筑梦图书馆计划”，企业持续九年在欠发达地区推进阅读支持与学习环境改善，2025年于福建南平落成第14所“中手游筑梦图书馆”，通过图书捐赠、学习空间建设及STEAM互动活动，回应乡村学校在教育资源与阅读条件上的实际需求，助力教育公平。



乐元素在“游戏+公益”融合实践与未成年人保护等方面表现较为突出。环保公益层面，企业以《开心消消乐》《偶像梦幻祭2》等核心产品为载体，围绕热带雨林保护与生物多样性科普，探索玩家组队参与、线上线下联动的公益模式；未成年人保护方面，乐元素持续开展儿童帮扶与教育支持项目，并依托互联网与内容创作能力参与远程支教与特殊群体关怀。

注：企业排名不分先后

中国游戏企业社会责任履责案例

世纪华通聚焦青少年成长需求，构建多维度社会责任实践框架

世纪华通凭借数字技术能力和组织协同能力，逐步构建起以青少年发展为核心、兼顾教育公平与心理健康等领域的社会责任履行方向。在具体实践层面，企业围绕乡村儿童在学习条件、数字素养与身心成长等方面的现实需求，持续完善多维度、可持续的公益体系建设：一方面，通过连续推进“绿色电脑教室”、“去远方”研学等项目，将再生设备、数字课程与志愿陪伴相结合，提升欠发达地区儿童的数字接入能力与视野拓展机会；另一方面，联合中国乡村发展基金会等专业机构实施“童心领航”项目，聚焦乡村儿童心理健康与社会情感能力发展，并通过标准化培训、数据评估与分期迭代，探索可复制的基层服务模式。同时，依托旗下盛趣游戏等子公司在技术与内容领域的积累，世纪华通将AI能力、互动内容创作经验延伸至未成年人保护、反诈宣传等公共议题，推动企业技术资源在现实社会场景中的合理转化与应用。

青少年发展



2024年，世纪华通联合上海真爱梦想公益基金会发起“去远方”腾冲专项研学项目。

2025年，该项目部分学生来到盛趣游戏参观。截至2025年11月，项目已累计投入爱心善款60万元，惠及8所学校，助力27名教师1000名学生完成1400课时的课程学习。



2023年—2025年，世纪华通发起的“世纪华通·爱传递”公益活动，连续三年为云南腾冲多所小学捐赠200余套再生电脑，并援建多间电脑教室和教师用于办公的电脑。



世纪华通携手中国乡村发展基金会，由复旦大学提供技术支持，在湖北省大冶市、秭归县开展了“童心领航”项目。项目实施一年以来，覆盖湖北省大冶市、秭归县的20个“童伴之家”，共开展280次活动，惠及儿童2000人次。

通过科学设计的课程体系与本土化实践模式，系统提升了乡村儿童的心理社会能力，项目区可能存在风险的儿童相比减少21.3%，可能存在异常的儿童相比减少45.3%。

2025年8月项目二期启动，新落地湖北省襄阳市谷城县、恩施土家族苗族自治州巴东县20个村落，并进行了系统性的优化升级。



2025年8月，由世纪华通与上海真爱梦想公益基金会联合发起的《游戏是怎样炼成的》公益游学项目正式开营。24位青少年学子相聚盛趣游戏总部大楼，通过一系列的游戏研发、运营专业课程探索游戏产品从0到1的创作过程。

反诈宣传



世纪华通依托AIGC技术能力，深度参与上海市公安局黄浦分局发起的反诈宣传“铸盾”专项行动中的宣传内容创作。

环境保护



世纪华通旗下掌游科技的“程序员园丁”在武汉市江夏区青龙山森林公园参与了“美丽长江·青春行动”义务植树活动。

中国游戏企业社会责任履责案例

米哈游以原创IP为载体，通过“游戏+”创新形式履责

米哈游以原创IP为核心载体，持续推进未成年人保护、文化出海、人才培育及社会公益布局。在未成年人保护方面，米哈游将网络素养教育、反诈科普与听障公益等项目融入行动中，有助于构建多方参与的未成年人保护网络；在文化传播与国际影响力提升方面，企业通过“原神”“崩坏”等原创IP的多语言运营、海外演出与衍生内容创作，使游戏音乐、艺术等内容逐步成长为具有独立国际传播力的文化形态，拓展了中国数字文化的全球触达路径；在人才培育层面，米哈游通过开放式的产学研活动与赛事机制，为青年创作者与行业新人提供实践平台；在社会公益实践中，企业进一步发挥IP影响力与社区号召力，通过制作原创影片和漫画、引入原创游戏角色等形式助力宣传科普“反诈”“个人信息保护”等社会议题，引导玩家由游戏内容参与者转变为公益行动的参与者，使公益传播与玩家社群形成良性互动。

未成年人保护



“点·亮计划”

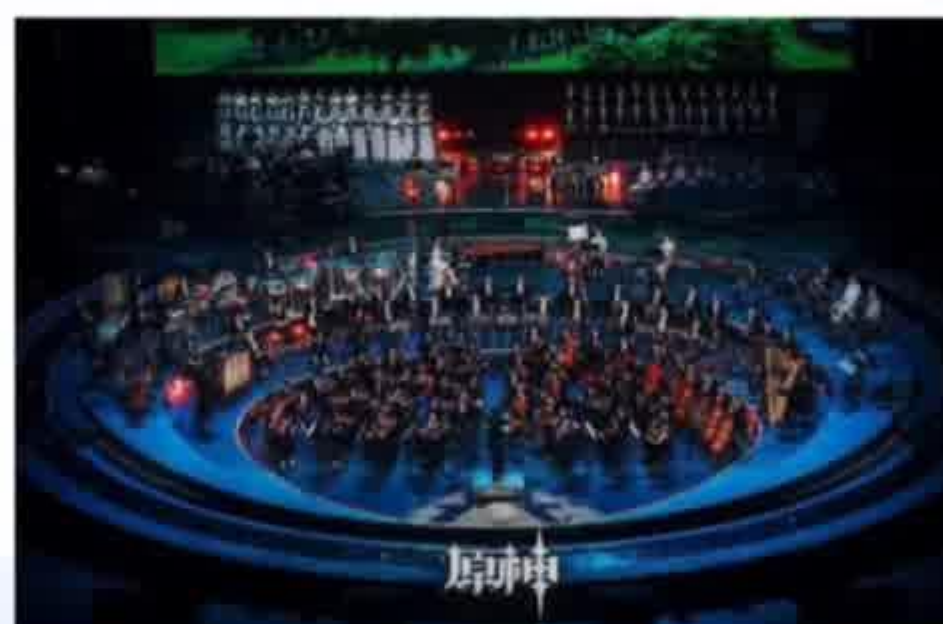
米哈游向上海市慈善基金会徐汇区代表处捐赠成立了“点·亮计划”青少年保护专项基金，并联合多个机构共同发起青少年网络保护“点·亮计划”。该计划旨在面向广大青少年普及网络安全知识，深化网络安全观宣传教育，护航新时代青少年文明成长之路。



“希望有羽毛和翅膀”

米哈游联合水月雨科技向中国听力医学慈善基金会捐款100万元，成立“益耳行动-希望有羽毛和翅膀”公益项目，该项目致力于向困难听障儿童与青少年捐赠助听器，助力他们回归有声世界，推动听力健康事业发展。在此次公益项目的支持下，目前共有142名听障儿童及青少年获得了助听器。

文化出海



《原神交响音乐会》

2023年，音乐会以国内演出为起点，在新加坡、马来西亚、墨西哥、美国等地共举办27场演出，累计售出4万余张门票。2024年至今，音乐会更进一步走向全球，在包括横滨、吉隆坡、伦敦、曼谷、首尔等城市公开演出，吸引海外8万余人次到场观演。



《原神提瓦特展·巴黎》

米哈游将《原神》非遗项目《流光拾遗之旅》中的上海顾绣、木版年画、潜江麦秆画等作品带到海外集中展览。本次展览吸引了超6000名海外访客参与。活动累获109篇欧洲媒体报道，海外媒体报道月独立访客数约2.08亿。活动话题#TeyvatExpo在外网社交平台X（原推特）、Instagram等平台总曝光量超2505万。

人才培育



“游戏美术Open Day”

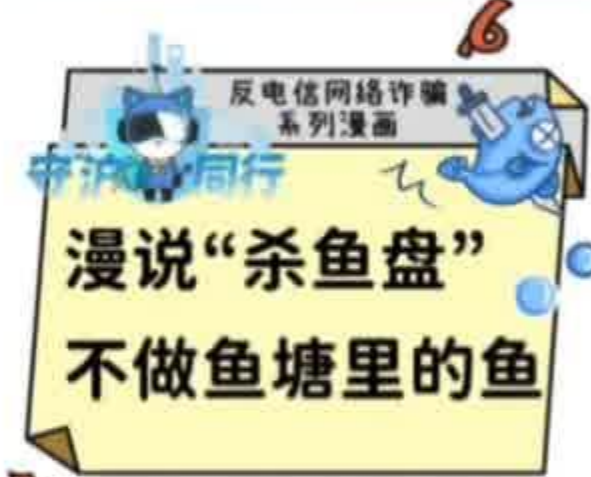
活动期间，米哈游邀请来自全国各地高校的100名学生，来到米哈游进行为期3天的沉浸式学习。活动中20多位米哈游资深讲师累计为同学们带来了23门课程，助力游戏美术行业新生代人才培养。



“游戏策划大赛”

米哈游面向全球高校学子启动首届“米哈游游戏策划大赛”，为创作者提供展现才华的平台。截至2025年年底，大赛已累计吸引全国超2000名高校学生参与。

公益实践



《漫说反诈》

米哈游依托旗下成熟的卡通渲染技术与内容创作技术，充分发挥米哈游旗下“原神”“崩坏”“绝区零”等原创IP的传播势能、人群覆盖度和渠道优势，创作出《漫说反诈》公益漫画、《个人信息，共同保护》公益宣传动画、《绝区零》公益反诈短片及《希望有羽毛和翅膀》公益纪录片等作品，助力公益科普信息传播，累获近千万级别的关注度。

中国游戏企业社会责任履责案例

恺英网络“K行动”顺利收官，受益人数超35000人次

作为“K行动”三年可持续发展规划的收官之年，2025年恺英网络在“乐聚可持续游戏力”理念指引下，持续深耕“悦玩、共生、增益”三大战略支柱，在文化传播、环境责任与公益实践等维度形成系统化成果。在“悦玩”层面，公司以“岁时令”“百工灵”“禹兮世界”“三国：天下归心”等IP为载体，通过协办春节文化论坛、参展文博会、推动海外出版与文化交流，将传统节庆文化与非遗技艺转化为数字内容与跨界产品，拓展游戏IP的文化表达边界与国际传播广度；在“共生”层面，恺英网络围绕碳减排与资源循环，持续推进绿色电力采购、办公区PET回收等行动，2025年前三季度已实现运营层面碳中和；在“增益”层面，公司依托“恺心公益”项目服务体系打造了“恺心榴萤”志愿服务品牌，围绕乡村教育、未成年人保护、非遗传承等领域开展长期项目，三年累计公益投入超额完成既定目标，形成较为稳定的社会价值输出机制。

在“K行动”取得预期成效的基础上，恺英网络再次发布《可持续发展规划（2026—2030）》，将原有三大支柱升级拓展为“悦玩、共生、增益、进阶”四大支柱，并将“K行动”升级为“K Pro行动”，进一步强化治理能力、价值链协同与长期战略闭环。

悦玩

“岁时令”IP布局



海外版短剧播放量突破3000万次
发起全球艺术共创计划，于新加坡主办“2025‘岁时令’IP国际交流成果展”，成立春节文化论坛新加坡分论坛。



海外出版书籍

“禹兮世界”IP布局



“禹兮世界”IP
走访意大利文化交流中心

共生

恺英网络环保领域布局及实现成果



- 推出“K办公”行动指南
- 持续举办ESG主题活动
- 推行可持续循环礼盒
- 实现办公区PET塑料回收常态化
- 优先租赁绿色数据中心
- 在新疆阿克苏地区认种苹果树
- 在内蒙古阿拉善盟建设“恺英公益林”
- 持续采购绿色电力证书。三年来，公司累计采购3795张绿色电力证书
- 连续两年回应CDP气候问卷获管理等级B级

增益

恺英网络搭建“恺心公益”项目体系，打造“恺心榴萤”志愿服务品牌，捐赠金额及物资累计超过3000万元，超额完成“K行动”既定公益投入目标。



- “恺心乡村云助学”累计开展27880分钟在线课程，覆盖1200名乡村学生。
- “恺心护花”向青海玉树、四川凉山的70多所学校捐赠女童保护绘本12754册。
- “VR科技教室”在青海玉树7所乡村学校落地。
- “色彩高原”美育课堂赋能40名乡村美术教师。
- “运动梦想课”助力45名藏区乡村体育教师成长。
- “海丝新空间”非遗戏剧计划2024年孵化6部作品，2025年定向孵化5部泉州文化作品并输送至国际舞台。

“百工灵”IP布局



开发20节非遗游戏化课程，落地9款非遗衍生品。
截至2025年12月，“百工小课”已覆盖上海、浙江、青海、四川等多个省市，线上线下活动超30场，直接参与及触达人次超12000，其中超1000名少数民族学生通过课程提升了文化认同感。

可持续发展游戏成果



线上推出多款可持续发展功能性小游戏。其中《小小万事屋》斩获多项行业大奖，入选游戏公益典型案例集；《候鸟跳跳乐》亮相联合国气候变化大会（COP30），向全球展示中国企业的数字环保方案。

中国游戏企业社会责任履责案例

益世界履责重点围绕文化遗产与乡村教育，“益点成长”计划惠及数千名学生

2025年，益世界立足企业发展与社会价值共生的核心理念，在既有社会责任实践成果基础上，深化体系化布局，锚定文化遗产与乡村教育两大核心方向，以系统化、长效化行动践行企业使命与时代担当。在文化遗产领域，以《这城有良田》《我是大东家》等产品为核心载体，深度联动历史、文学、国漫及非遗代表性项目，将中华优秀传统文化要素通过玩法深度植入、沉浸式体验打造，转化为可感知、可互动、可传播的游戏内容，让传统文化在数字时代焕发新活力。其中，对国家级非遗“西湖绸伞”的数字化创新呈现，成为“游戏+非遗”融合发展的标杆性实践；同时企业联动线下展会打造剪纸非遗互动体验区，打破线上线下边界，持续延展文化传播场景、丰富文化体验形式。在乡村教育公益领域，益世界深耕“益点成长”公益计划，将“心启之旅”课程升级至2.0版本，创新采用绘本阅读与情境互动相结合的游戏化教学模式，聚焦乡村儿童心理健康建设与心智素养培育，用专业力量守护乡村儿童成长；更坚守贫困山区助学十载，累计助力300余名困难学子圆梦求学。此外，企业积极响应社会公共需求与时代关切，主动开展灾害救助、乡村助农、生态保护等多元公益行动，持续拓宽社会责任实践的广度与维度，逐步构建起与主营业务深度融合、兼具专业性与可持续性的企业社会责任履责模式，以企业之力赋能社会高质量发展。

文化遗产

2025年益世界旗下游戏产品系列文化联动累计触达玩家数亿人次。



《这城有良田》×《武动乾坤》



《这城有良田》×《长安的荔枝》



《这城有良田》×《剑来》



益世界参展“CICF×AGF”特别设立非遗互动体验区。邀请到广州剪纸项目代表性传承人、何氏非遗剪纸第六代传人及第七代传人亲临现场。并且还邀请了书法老师即席挥毫，现场赠韵。



《这城有良田》×《三国》

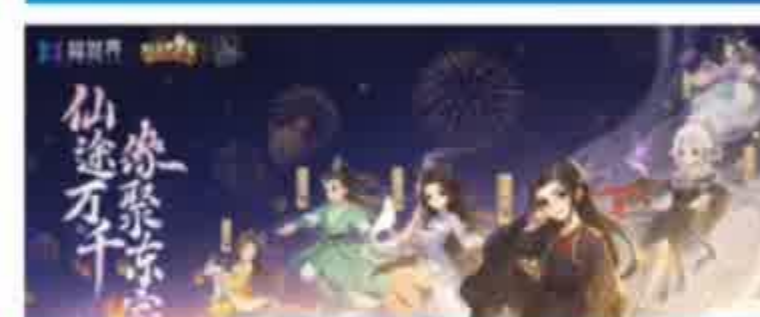


《我是大东家》× 非遗“西湖绸伞”

在本次非遗联动中，为深度诠释非遗技艺的传承与创新，益世界《我是大东家》特别探访国家级非遗“西湖绸伞”代表性传承人宋志明老师，深度考究传统绸伞制作技艺，并以宋志明老师近六十载的匠心为蓝本，将西湖绸伞化作游戏美学符号，把18道工序凝练为游戏皮肤设计语言。



《我是大东家》×《甄嬛传》



《我是大东家》×《诛仙》



《我是大东家》×《西行纪》

乡村教育

“益点成长”计划——“心启之旅”公益课程



“益点成长”计划，创新研发“游戏化”心智素养课程，在广东吕田、潮州、阳江、云浮及云南、新疆等30余所小学落地400余节课，惠及数千名学生，间接受益教师达数百人。

“益点成长”计划——岳西助学



益世界坚守贫困山区助学十年，守护超300名学子的求学梦想。

生态保护



连续13年向“我有棵胡杨在G7”公益项目捐树。

灾害救助

向香港新界大埔区宏福苑火灾受灾地区捐款，款项将用于受灾居民医疗救助、紧急安置、物资补给及灾后重建等工作，助力同胞重建家园。

中国游戏企业社会责任履责案例

祖龙娱乐以核心产品为支点推进文化传播，“鸿鹄筑梦公益计划”亦已执行5年

祖龙娱乐在社会责任实践中进一步强化以核心产品为支点的履责路径，围绕文化传播、公益行动与人才发展等领域，形成更具协同性与持续性的社会责任实践体系。在文化传播层面，企业继续依托《以闪亮之名》推进非遗与传统文化的数字化表达，通过高精度美术与引擎技术迭代，深化文化元素在游戏内容中的品质呈现，2025年与故宫宫苑的三期联动通过服装、道具、家园空间等多种内容形态，推动了传统文化由静态展示向参与式体验延展；在公益实践层面，祖龙娱乐以“鸿鹄筑梦公益计划”和“龙行公益”为核心，持续推进教育帮扶行动，2025年在北川、红河等地围绕校园基础设施改善、教学条件提升与学生成长支持开展多维度线下公益实践，进一步强化公益项目的持续性与落地成效；在员工与人才责任方面，企业通过完善福利体系、系统化培训及产学研合作机制，持续夯实企业长期履责的人才基础。

文化传播

《以闪亮之名》x 故宫宫苑



首期联动围绕三件代表性文物推进传统文化的数字化传播。将张择端《清明上河图》以动态悬浮道具形式融入游戏交互、《桐荫仕女图》转化为可装饰的虚拟屏风、雍正款蓝色透明玻璃八棱瓶作为手持道具呈现。相关内容依托实时渲染技术，对画面动态、材质通透性与工艺进行高精度还原，体现了游戏在文化表达与技术呈现层面的融合能力。



第二期联动在引入主题时装内容之外，支持玩家在游戏中构建具有传统审美特征的虚拟空间。并通过宠物角色宫苑主题形象设计，将宫廷文化要素以更轻量、亲和的方式融入玩法体验，推动传统文化由静态呈现向参与式表达延展。



第三期联动持续拓展文物数字化表达边界，多件典藏文物以游戏内容形态焕发新生：象牙丝编织花鸟纨扇被转化为高精度手持道具，纹样与动态效果协同呈现传统工艺质感；“百鸟朝凤图”围屏家具以黑漆款彩工艺为原型，复刻经典祥瑞图式，融入家园空间营造宫廷美学氛围。联动服装“瓷赋霓裳”则融合“各种釉彩大瓶”的釉色语言与京剧花旦造型特征，通过服装设计实现瓷艺与戏曲美学的跨媒介转译，进一步体现游戏在传统文化传播中的创新承载价值。

公益实践

“鸿鹄筑梦公益计划”



该项目自2021年启动以来，已持续推进5年，2025年，该计划在云南红河哈尼族彝族自治州开启“红河第二季”，围绕朝阳小学等学校，持续完善教学与生活支持体系，在延续捐赠教学设备、学习物资的基础上，进一步拓展体育器材配置、互联网课堂与美育活动，兼顾学习条件改善与身心健康发展。



2025年，该项目同样走进四川北川，以“温暖筑梦·幸福同行”为主题，围绕乡村教育与儿童成长开展系统性公益活动。活动通过物资捐赠、奖学金设立、科技与美育支持、体育与互联网课堂等多元形式，持续改善学校办学条件与教学环境，并将关怀延伸至困境青少年与非遗文化传承领域。

人才培养



自2015年以来，祖龙娱乐与吉林动画学院持续推进产教融合合作，通过共建实训平台、导入真实游戏项目和师资互通，构建起课堂与产业深度衔接的游戏人才培养体系，十年间培养成果多次获评国家级及省级教学荣誉。

助医项目



在2025年第八个中国医师节，祖龙娱乐联合北京微爱公益基金会，向北京清华长庚医院爱心捐赠图书角。

Part.05

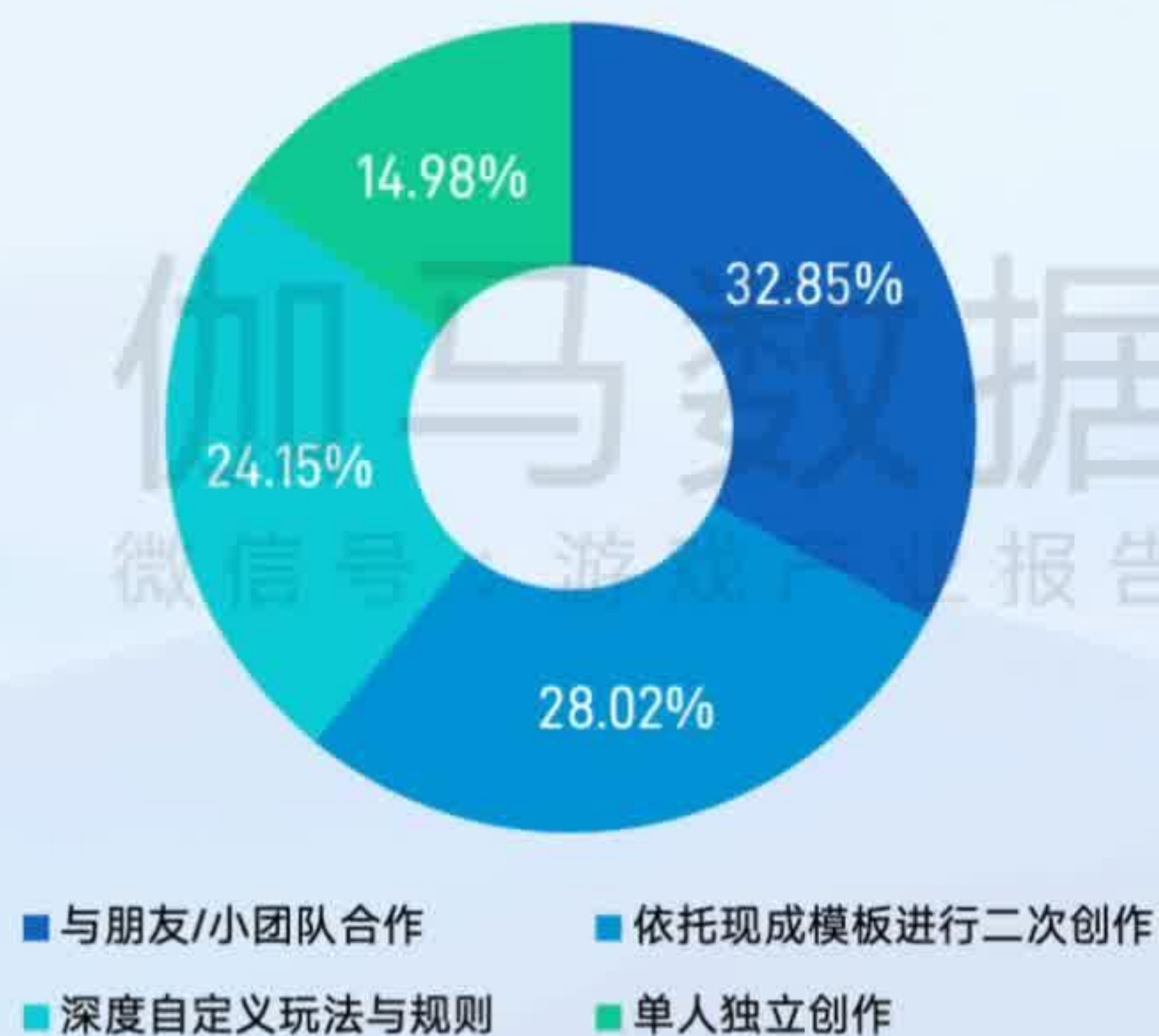
中国游戏产业社会责任发展方向展望

中国游戏产业社会责任发展方向展望

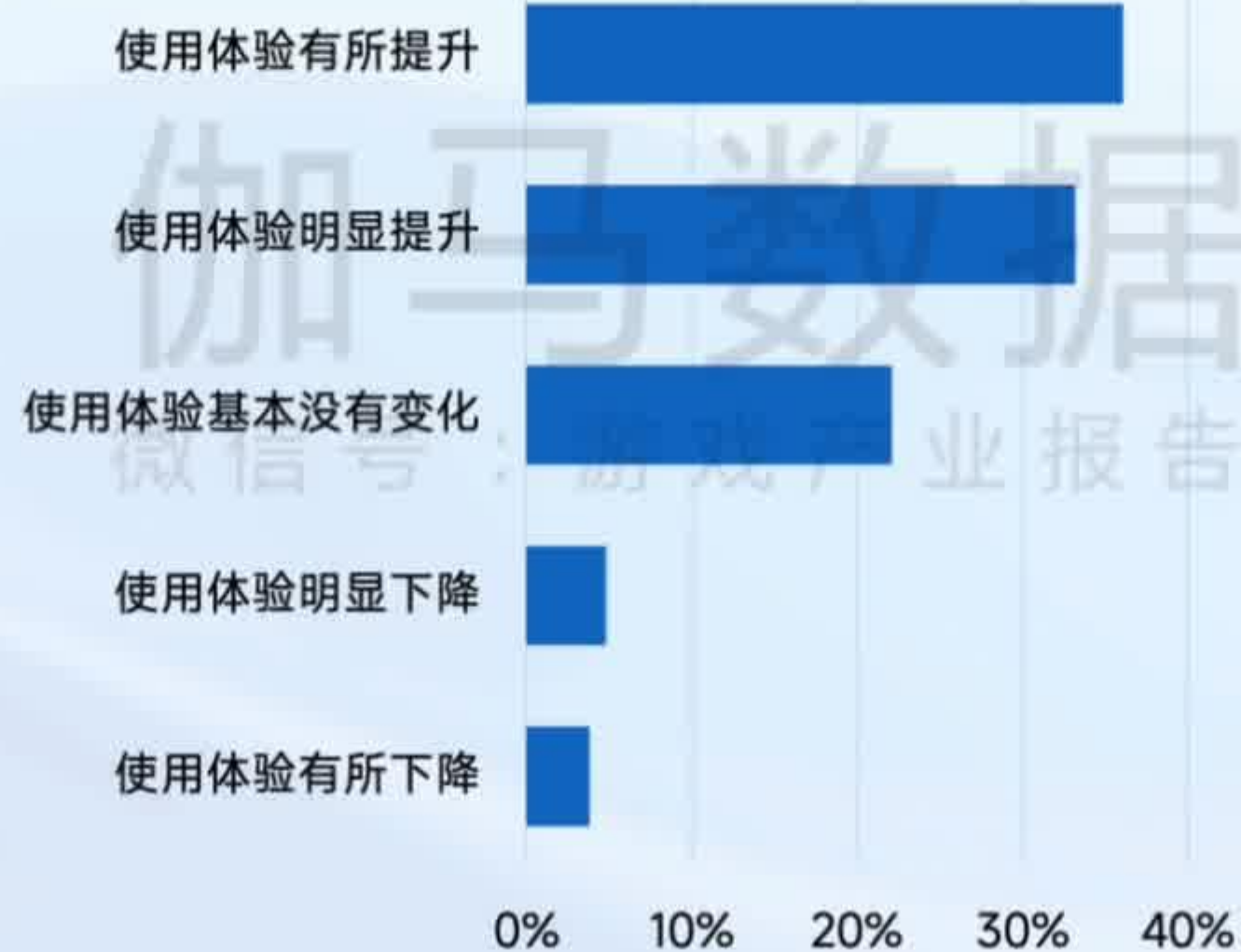
UGC生态扩容效应显现，成为游戏创新要素与新型人才孵化器

UGC正成为游戏产业拓展就业空间、激活社会创新潜力的重要路径。随着游戏企业持续开放UGC生态，游戏内容生产的门槛正在降低。通过编辑器工具链简化、开发流程可视化以及平台化分发与结算机制支持，UGC模式有效削弱了内容创作对专业背景、资金实力和团队规模的依赖，使个人创作者、中小团队乃至非游戏专业背景群体，均可参与游戏内容生产并获得实际收益，显著拓宽了游戏产业吸纳就业与创造价值的边界。从平台运行数据看，UGC已具备可观的规模效应与商业潜力。以监测企业旗下某UGC平台为例，其日活跃用户数已突破3300万，头部UGC创作团队单月创收超过2000万元，体现出UGC在高DAU游戏生态中的变现能力和成长空间。更重要的是，UGC平台在实践中承担了创新孵化与人才培养的功能：一方面，创作者可依托成熟IP、美术资产和技术底座，在低成本条件下进行玩法组合与题材创新，实现快速试错与迭代；另一方面，平台提供的流量分发、技术支持与商业化路径，使创作者能够在真实市场环境中锤炼策划、制作与运营能力，形成从兴趣参与到职业发展的上升通道。这一过程不仅持续孵化出多元化的创新内容，也为游戏产业储备了一批兼具创意能力与实战经验的创新型人才。

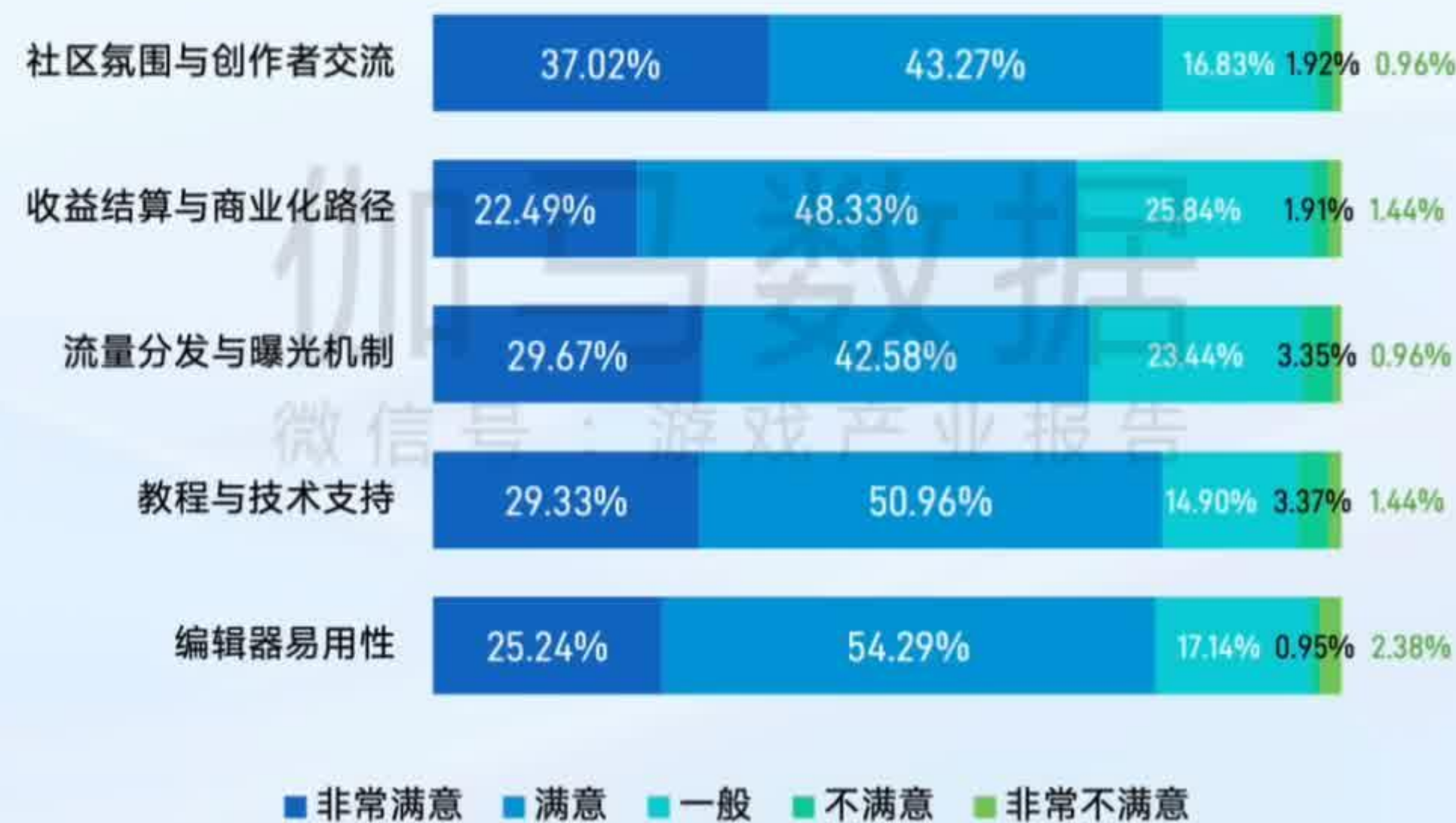
您创作UGC地图/关卡的主要形式是？



相较于过去，您认为2025年所使用的UGC平台整体使用体验有怎样的变化？



您对当前UGC平台在以下方面的评价是？



数据来源：伽马数据（CNG）

中国游戏产业社会责任发展方向展望

衍生内容成为提升影响力新主体，游戏文化由附属表达走向独立传播

提升国际影响力方面，中国游戏产业正开拓新方向，即游戏衍生内容有望承担起相对独立的文化传播功能。当这种传播功能成熟后，即便是游戏兴趣较弱的海外用户，也有望受游戏音乐、视觉艺术、演出等文化作品的吸引而触及中华文化。对中国游戏产业而言，则实现了履责主体由单一向多元的转变，带动履责能力显著扩张。现阶段，中国游戏产业正从两方面拓展衍生内容的全球影响力。一方面，对衍生内容提量增质，监测企业发行游戏音乐单曲数量连续两年达100首，《鸣潮》《剑与远征：启程》等中国原创游戏的音乐作品，已先后获得好莱坞音乐传媒奖（HMMA）等国际专业奖项；另一方面，举办以衍生内容为主的线下全球活动，以《原神交响音乐会》为代表的线下音乐实践，在全球范围内取得了广泛传播以及较佳的反馈。值得注意的是，上述尝试能取得较佳反馈，本身也意味着中国游戏产业在内容制作水准、跨文化表达能力与审美多样性上整体提升，使衍生内容本身具备跨语言、跨文化传播的基础条件。未来，随着中国游戏衍生内容被更多全球用户、专业机构与艺术圈层认可，衍生内容与国际头部活动互利双赢的价值将放大，更多主流艺术节、文化展演、国际交流项目等有望主动提供合作机会，使衍生内容在更大的舞台上，以与传统文化作品近似的位置，对外输出中华文化并为国际社会提供理解中国当代青年文化、数字文化与创意产业的新窗口。

衍生内容提量增质



数据来源：伽马数据（CNG）



- 2025好莱坞音乐传媒奖（HMMA）
- 《鸣潮》获得2025年度电子游戏歌曲（主机和PC）奖项
 - 《剑与远征：启程》获得2025年度手机游戏歌曲/配乐奖项



2024年《率土之滨》游戏音乐与世界各地超过70个国家的作曲家竞赛角逐，最终获得全球音乐奖（Global Music Awards）的多个奖项

举办以衍生内容为主的线下全球活动

《明日方舟》
游戏音乐参与“城市之夏艺术节·上海日”活动演出



在纽约林肯表演艺术中心举办的“城市之夏艺术节·上海日”活动中，《明日方舟》游戏音乐与原创舞剧、民族音乐、动画电影等共同呈现，进入国际主流艺术机构与公共文化场景。该音乐演出脱离具体游戏情境，与传统艺术形态并置展示，体现出中国原创游戏音乐已具备以独立文化内容参与国际文化交流的能力，为海外公众理解当代中国数字文化与青年创意表达提供了新的入口。

《原神》
音乐会在维也纳音乐协会金色大厅演出



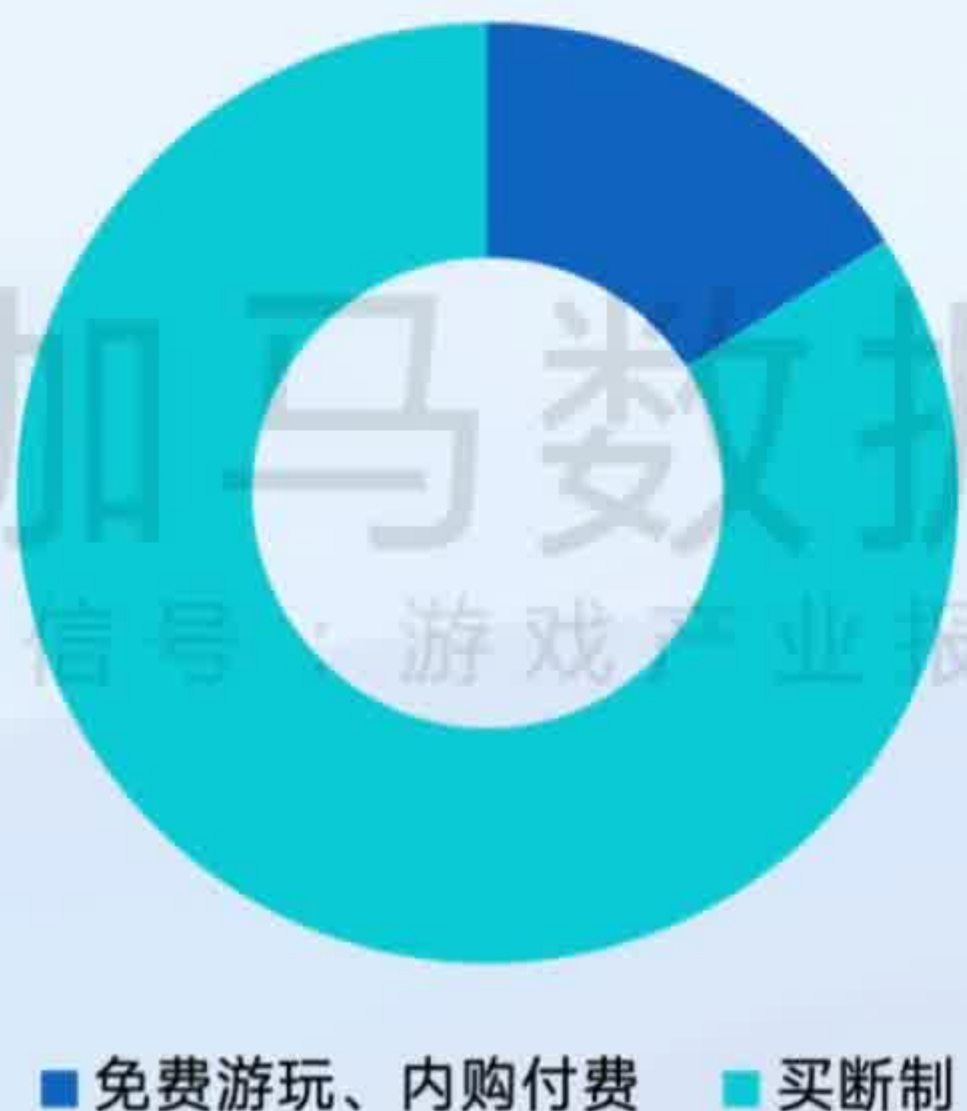
《原神》音乐会不仅在亚洲、欧洲、美洲等地持续开展海外巡演，还多次登上维也纳音乐协会金色大厅，该音乐厅长期被视为世界音乐演出的最高殿堂，《原神》音乐会进入这一舞台，表明游戏音乐已具备以独立艺术内容参与国际主流音乐体系的能力。与此同时，音乐会在伦敦、首尔、纽约等多座海外城市落地演出，吸引大量非核心游戏受众到场观演，进一步验证了游戏音乐在脱离产品语境后，仍可作为独立文化载体实现跨语言、跨文化传播。

中国游戏产业社会责任发展方向展望

主机平台强化中国自研产品拓展空间，新产品、新范式提升中国游戏全球影响力

主机平台是中国游戏产业提升国际影响力的新着手点，尽管国产主机游戏整体仍处于起步阶段、市场基础相对薄弱，但在技术能力持续提升与跨平台开发逐步成熟的支撑下，面向主机平台的中国游戏产品正加快筹备与布局，促使这一趋势正逐步由潜在可能转化为现实。未来，产业有望先于两个方向取得成果。其一在于3A级买断制游戏，这类产品是主机游戏的重要组成部分之一，但在长期由美日欧的企业主导话语权的影响下，创意僵化、叙事单一等弊病持续侵蚀行业发展，并已导致主机游戏的市场规模增速放缓。而中国企业所代表的东方视角能带来新的叙事，进而与用户取得共赢：对用户而言，获得新鲜感；对中国游戏产业而言，使产品触达更多用户。其二是带来主机游戏的运营新范式，高度固化的“一次性交付”模式是主机游戏的另一困境，多家传统主机游戏企业曾尝试调整但无果。而中国企业更擅长以“免费游玩+内购服务”为代表的长线服务模式，其对影响用户留存、失流等的因素洞察更深，解决方案也更成熟，在长线服务模式下同样能为用户带来好的感受，进而拓展主机用户对新模式的接纳度。同时，随着更多长线服务型主机游戏取得成果，更多传统企业也能寻到样板，进而由中国企业带来主机游戏的运营新范式。

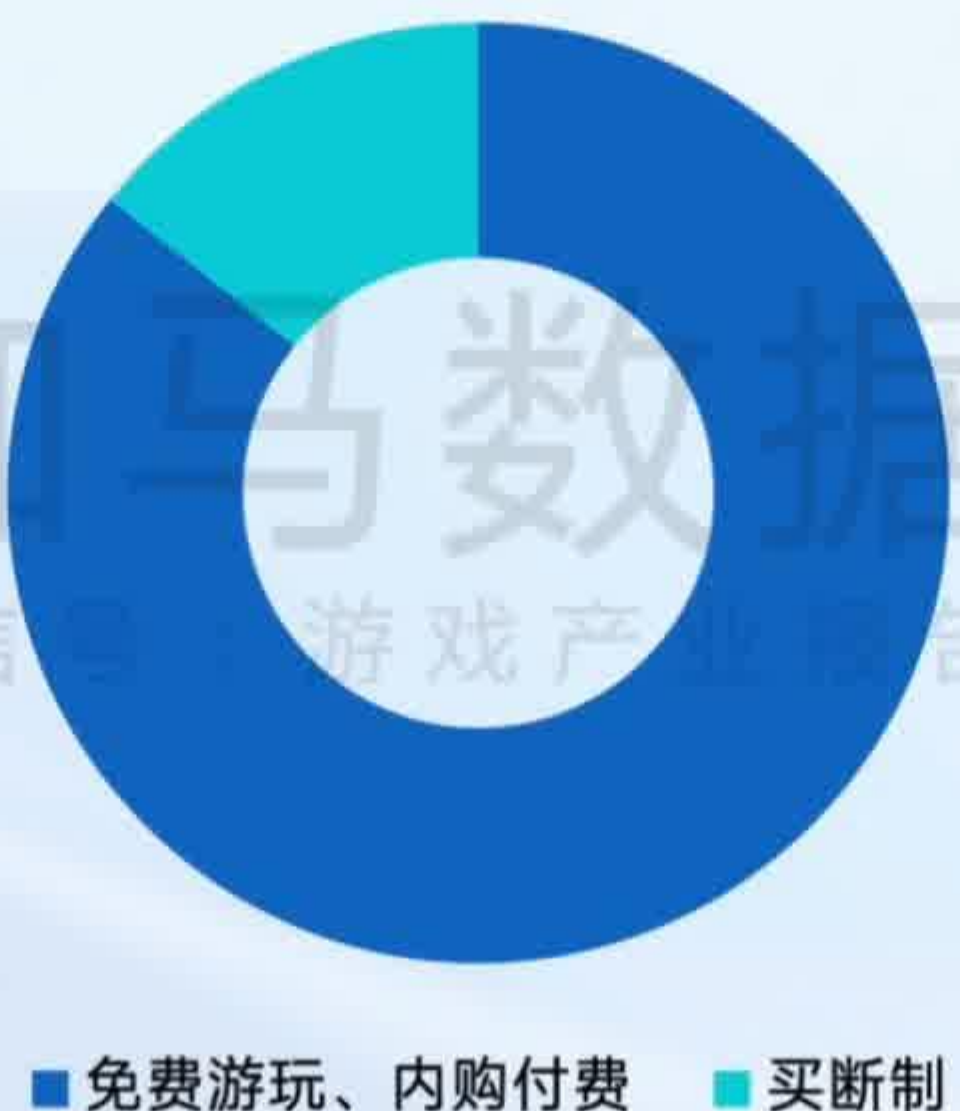
2025年全球主机热度榜TOP100 游戏付费模式分布



注：全球主机游戏热度榜TOP100指，基于游戏销售状况、用户活跃状况等维度评选出全球主机游戏热度榜TOP100。

数据来源：伽马数据（CNG）

2024—2025年全球主机热度榜TOP100游戏中 中国游戏付费模式分布



注：2024—2025年榜单共200款产品

中国自研主机游戏新品（部分）

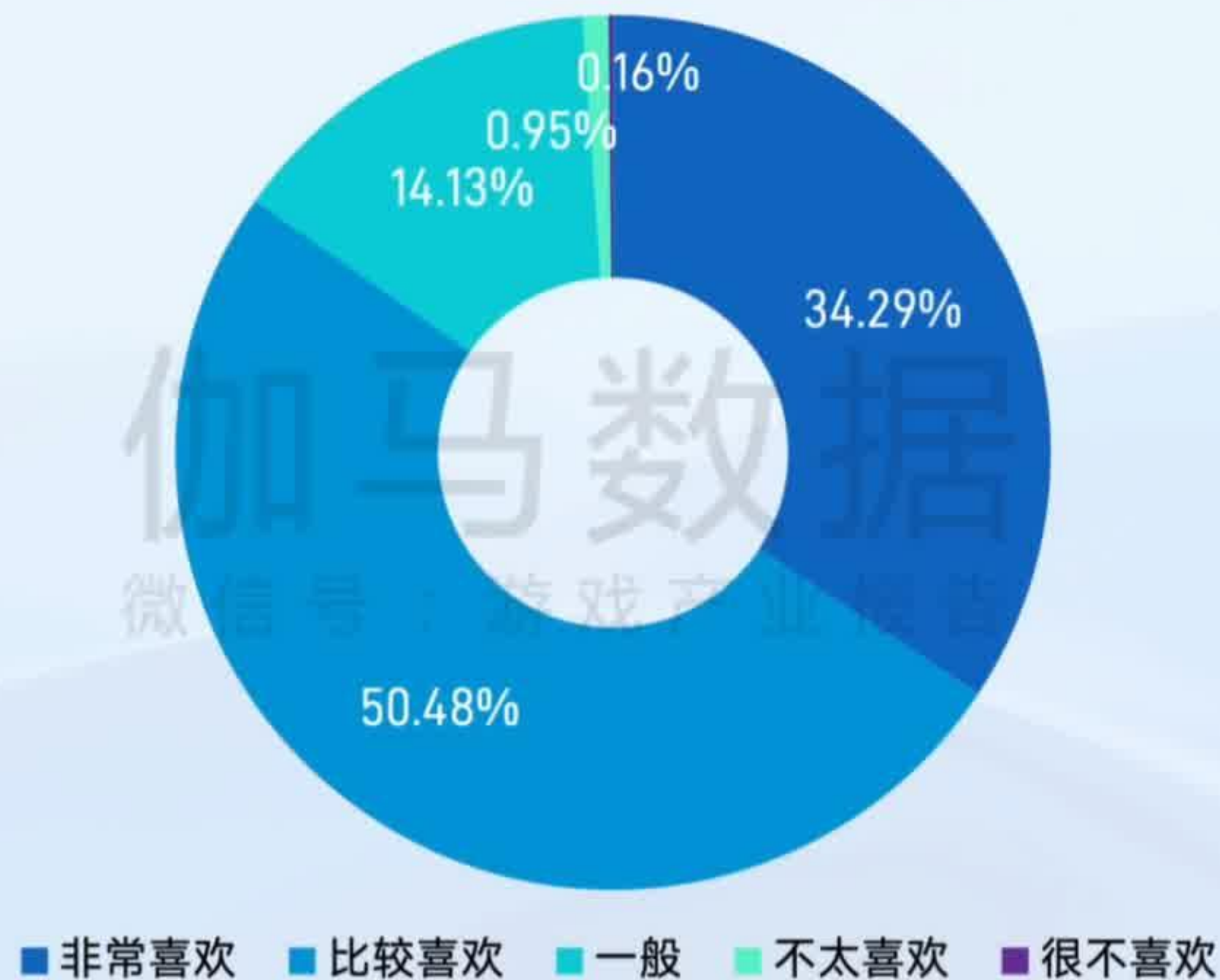
游戏名称	预计登陆平台（部分）	游戏类型
明日方舟：终末地	PS5/PC/iOS/Android	角色扮演类
影之刃 零	PS5/PC	动作类
星砂岛	PC/Xbox/PS5/Switch /Switch2	模拟经营类
万物契约	PS5/PC/iOS/Android	角色扮演类
动物迷城	Switch/Switch2/PS5	角色扮演类
昭和米国物语	PS5/PC	角色扮演类
湮灭之潮	PS5/PS5/pro/PC/Xbox	角色扮演类
归唐	PC/部分主机平台	动作冒险

中国游戏产业社会责任发展方向展望

游戏深化解压、合作等层面情感支持，打造“数字避风港”

温和体验正逐渐成为游戏履行社会责任与实现长期价值的重要切入点。随着用户需求结构的变化，游戏体验由高强度竞争逐步转向强调陪伴感、放松感与低压力属性，游戏在情绪调节与心理支持方面的功能愈发受到关注。伽马数据用户调研显示，超八成用户对温和、低压力的游戏环境持明确偏好。从价值层面看，将“温和体验”纳入产品设计，有助于在社会责任履行与商业回报之间形成良性互动：低压力、友好的体验不仅有利于提升用户留存与品牌认同，也为游戏拓展情绪支持等社会价值提供空间。在实践层面，用户更倾向于以欢乐为主的低压力模式，以及合作类等低对抗玩法；同时，也期待官方加强对不友好行为的治理，并通过智能NPC等方式营造更安全的社交环境。围绕上述方向优化设计与运营，有助于企业在满足用户心理预期的同时，持续释放游戏的正向社会价值。

您对温和、低压力的游戏环境的偏好程度为？



您希望游戏通过下列哪些方式，为您带来温和、低压力的游戏体验？



数据来源：伽马数据（CNG）