

国产单机游戏迎快速发展期：

3A大作与低成本游戏齐头并进

■本报记者 李豪悦

7月份,国产单机游戏好消息不断。7月26日,中国武侠动作游戏《影之刃零》线下试玩会结束后,线上口碑发酵,被市场认为是最有可能接替《黑神话:悟空》的下一部国产3A游戏;7月15日,国产民俗悬疑游戏《乌合之众 demo》发售,steam平台好评率高达99%;7月10日,国产游戏《苏丹的游戏》官方宣布销量突破100万份,以其售价计算,游戏总流水超过6800万元。

与此同时,深圳市腾讯计算机系统有限公司(以下简称“腾讯”)、网易(杭州)网络有限公司(以下简称“网易”)等游戏巨头今年也在单机游戏市场动作频频,相继公布新作。

无论是大制作3A游戏、还是小成本独立游戏,中国游戏的品类和边界正在不断拓宽,吸引着海内外玩家为之付费。

一位上市游戏公司相关负责人表示,“一边是越来越多游戏公司开始瞄准国产单机游戏赛道,致力于打造一款‘口碑之作’,探索高质量发展之路。另一边是版号数量‘开闸’,多地政府纷纷出台政策支持游戏产业,市场利好不断。中国游戏产业正在走进向好向精发展的新阶段。”

国产单机游戏“突围”

今年1月份,由腾讯投资,北京灵游坊网络科技有限公司(以下简称“灵游坊”)研发的《影之刃

零》公布了实机演示视频,该视频在B站官方播放量突破1000万。在4月22日的“2025腾讯游戏发布会”中,腾讯公布了投资的8款游戏,其中就包括《影之刃零》,而该游戏是投资篇中唯一一款国产作品,也从侧面能够看出腾讯对该游戏的重视。

当前,《影之刃零》的具体发售时间仍未确定,据灵游坊创始人梁其伟介绍,将于2025年内公布发售时间。

《黑神话:悟空》之后,市场都在期待下一款能掀起消费热潮的高质量3A“爆款”。腾讯作为《黑神话:悟空》研发公司深圳市游科互动科技有限公司的投资方,在押中国内首个3A游戏之后,这让其后续公布的国产投资项目也受到外界关注。

除了投资,腾讯旗下游戏工作室“蛇夫座工作室”也在今年公布了一款自研的动作RPG游戏《湮灭之潮》,该游戏预计以单机买断制的形式登陆PC和主机平台,瞄准了海外市场,已经受到了海外玩家的广泛关注。

另一位游戏巨头网易也展露出自己做3A买断制的兴趣。6月20日,网易游戏公布单机游戏《归唐》PV视频,该游戏由网易雷火事业群临安24工作室研发。

“大厂在今年纷纷投入大制作的单机游戏,一方面是《黑神话:悟空》让游戏公司看到了单机游戏的商业价值。《黑神话:悟空》2024年全平台销量2800万份销售额约90亿元。这些收入还不包括其他联名和周边产品的销售数据。另一方面,手游竞争已经快



要触及天花板,成本投资越来越重,但爆款率却越来越低。”一位游戏分析师对《证券日报》记者表示。

迎来政策红利期

截至7月底,2025年以来国内已累计发放国产网络游戏版号884款,几乎维持在每月上百款游戏过审。

不止如此,游戏的一些审核也相对放宽。一位业内人士向《证券日报》记者透露,在名称题材方面,以前一些不太容易过审的词汇和题材也能通过了,诸如

“末日”“诡异”“三国”等。

补贴政策也陆续出台。去年至今,北京、上海、广东、浙江等地纷纷出台了一系列支持游戏产业发展的政策,不仅涵盖补贴奖励,还鼓励外资企业落地。

例如,上海市人民政府办公厅印发《上海市促进软件和信息服务业高质量发展的若干措施》中提到,将开展“外资游戏企业在沪研发的游戏产品视同国产游戏的政策试点”,这一规定不仅引发了游戏行业讨论,也能看到当地发展游戏产业的决心。

辰海竞玩(南京)软件科技有

限公司总经理朱恕对《证券日报》记者表示,大趋势明确,很多地区在争取或已经成为属地审批的试点地区。而更加吸引眼球的,就是最近密集出台的补贴政策了。地方政府通过版号补贴吸引企业入驻,获得版号的游戏上线后产生流水和税收,进而优化本地产业环境,扩充就业。对于游戏企业来说,这是一大利好。

当单机游戏走入快速发展阶段,中小公司未来也将迎来突围机会,“这其中就可能极具成长性的企业,产生超出预期的回报,形成正向的循环。”朱恕说道。

人形机器人成资本宠儿 量产及商业化难题待解

■本报记者 贾 丽

人形机器人行业正在大规模商业化落地的路上加速前行。特斯拉CEO马斯克近日在公司财报会议上宣布,今年年底将推出人形机器人Optimus第3版原型机,预估2026年开始量产Optimus,目标5年内年生产100万台。

同时,近期国内不少涉具身智能、人形机器人领域的企业迎来投资,人形机器人已成为资本市场的焦点之一。

然而,在政策扶持、资本狂热与技术突破的背后,行业正面临量产瓶颈与商业化落地的双重考验,呈现出鲜明的“冰火两重天”态势。中国人工智能学会理事汪镭在接受《证券日报》记者采访时表示:“当前投资热潮反映出行业加速分化的趋势,头部企业频获投资,而中小厂商仍在生存线上挣扎,整体来看,人形机器人规模化落地难度仍较大。国内企业应紧抓国产化主线机遇,将人形机

器人的研发创新与商业应用深度融合。”

融资额屡创新高

近年来,人形机器人赛道在资本市场不断吸金。据IT桔子数据,截至7月28日,今年国内人形机器人领域共发生99起投融资事件,已经远超过了去年全年的67起。其中,头部企业融资规模屡创新高。

仅今年7月份以来,人形机器人赛道就迎来多起大规模融资事件。智元创新(上海)科技有限公司获得战略投资,具体融资金额未对外披露。在此轮融资的前几天,公司通过入主上纬新材料科技股份有限公司,成功跻身科创板。

深圳市越疆科技股份有限公司宣布成功完成定向增发,募集资金总额达10.37亿港元,将主要用于智能机器人研发创新以及机器人价值链投资,进一步推动其全球

化布局。

深圳市众擎机器人科技有限公司披露,公司连续完成Pre-A++轮与A1轮融资,总额近10亿元。此外,深圳逐际动力科技有限公司、杭州云深处科技有限公司等企业也在7月份公布了相关融资进展,单笔金额均超亿元。

以智元机器人行业正处于商业化规模落地初期,赛道竞争激烈,入局者众多,部分企业已经开始初具规模,甚至开始盈利,市场也逐渐明朗,投资人则着力争取未来赛道的投资机会。”锐嘉科投资控股有限公司产业投资事业部总经理王欣宇对《证券日报》记者坦言。

王欣宇认为,资本更青睐具备“具身智能+运动控制”技术壁垒的团队,且中短期更看好“人形上肢+非足式底盘”的垂直场景应用。

除了人形机器人初创企业,上市公司以及头部企业也跨界“参赛”,以参股、投资或成立机器人部门等方式涉足机器人赛道。

首程控股有限公司于7月24日发布公告称,附属公司管理的北京机器人产业发展投资基金已完成对北京加速进化科技有限公司的投资,布局人形机器人赛道。此外,华为、美的、小米、广汽等品牌均已涉足人形机器人领域。

呈现“冰火两重天”

在王欣宇看来,人形机器人赛道中,一边是相关企业斩获动辄10亿元级融资、估值水涨船高,另一边却是行业面临量产瓶颈难破、商业化落地举步维艰。

在一系列政策支持下,一些企业在人形机器人核心部件等环节的市占率快速提升,但同时,关键零部件产能不足、生产工艺落后等问题也逐步显现,多数整机企业仍难以突破“百台量产”。

“交付几百台已是行业里程碑。”某人形机器人企业人士透露,例如,人形机器人关键零部件——行星滚柱丝杠就面临产能不足,目前

生产仍依赖手工。

在应用方面,刘兴亮认为,当前人形机器人成熟应用仍以展示为主,如机器人表演等,而在功能型产品上,如养老护理、教育等场景依旧受制于技术、成本与法规,同时“软硬一体”交付能力仍是行业痛点。

无论如何,人形机器人宏大的产业蓝图已徐徐展开。高工机器人产业研究所预测,2025年全球人形机器人市场规模将达63.39亿元,2035年或超4000亿元。摩根士丹利预计,人形机器人在2025年下半年将于中国“被广泛采用”。

在刘兴亮看来,中国完善的制造业产业链为机器人生产提供了坚实基础,庞大的应用场景催生丰富的商业化路径,持续加大的政策支持为行业发展注入强劲动力。企业以及各地产业集群应结合应用,加速协同发力,推动中国人形机器人行业高质量发展。

智元机器人通用业务部总裁王闯：

先易后难、逐步推进 促进人形机器人应用稳扎稳打

■本报记者 金婉霞

今年7月初,一则关于人形机器人量产的消息引发行业关注——上海智元创新技术有限公司(以下简称“智元机器人”)的全尺寸人形机器人拿到了中国移动通信集团有限公司(以下简称“中国移动”)的大单。在A股市场,与智元机器人相关联的科创板上市公司上纬新材料科技股份有限公司,更是因此斩获了“十连板”。

进入2025年,人形机器人的商业化落地成为业内关注的焦点,这也是人形机器人从资本概念走向产业化的关键一步。那么,智元机器人缘何实现了人形机器人商业化落地?其未来又将开辟哪些应用新场景?日前,《证券日报》记者对智元机器人通用业务部总裁王闯进行了专访。

访谈间,王闯透露了智元机器人的业务布局逻辑。他表示,智元机器人将选择优先攻克那些相对容易落地的场景,比如文娱演出、

展厅讲解等,再逐步拓展那些对技术要求更高、作业环境更复杂的场景。“先在简单场景落地,可以帮助企业迭代技术、打磨供应链,完成初步的市场验证,而后再向更广阔的市场发展。”王闯称,逐步推进、循序渐进也更有利于企业的可持续发展。

已与多家下游厂家签订单

业界视2025年为“人形机器人量产元年”,预计2026年人形机器人将迎来商业化应用爆发。从现有订单金额来看,智元机器人在人形机器人商业化的竞赛中略有领先。

公开信息显示,智元机器人与中国移动签订的订单总预算达7800万元,智元机器人将为中国移动提供可用于引导讲解、客户接待、业务演示等场景的人形机器人产品。此外,王闯透露,公司还与奇瑞汽车股份有限公司签订了千万元级别订单,另与某工厂企业签

订了数十个供货订单。“人形机器人商业化的关键是要在真实场景中站稳脚跟,而不是一味地在表面‘秀肌肉’。”王闯强调,产品不仅要技术过硬,企业还必须深入了解客户需求,从而做到技术配置与场景需求相匹配。

以智元机器人与中国移动的合作为例,王闯表示,双方从2024年12月份开始接洽,今年4月份正式启动试点,期间双方多次沟通、调试。“除展厅讲解外,这批机器人还可以对客户提问、服务频次等内容进行数据归集分析,实现一站式的客户接待,为后期的业务优化提供数据支撑,这在人工作业中是难以完成的。”王闯称。

推动产业链协同发展

对于人形机器人落地场景的选择,有观点认为,工业制造场景或是可能的突破点。对此,王闯有不同看法——场景落地应符合“先易后难”的逻辑,这也是智元机器

人的选择。

“智元机器人优先选择可指定作业内容、有约束性指标的应用场景,以此作为训练、提升系统的稳定性并提升泛化能力。大模型的进步是非常快的,也许它今天还不够强大,但我们相信,一步步走,它终将能实现蜕变。”王闯称,公司希望通过更多的客户反馈来推动产品进步。

具体到场景选择上,王闯透露,公司正在积极探索文娱演出和养老等新兴市场。“在这些场景下,人形机器人可以记住每一位家庭成员的信息,陪伴老人聊天、下棋等,随着算法的迭代,未来可能在情绪价值提供上超越人类。”王闯称。

“先易后难”的策略同样也适用于对工业场景的开拓。记者了解到,7月9日,智元机器人在工厂进行了一场直播,其机器人展示了对料箱的自主抓取、搬运、避障等操作。王闯对记者进一步解释称,料箱转运是工业场景下的简单业务场景,却存在一定痛点——如果

使用人力,效率较低、工作繁重;对于种类繁多的料箱,传统的自动化设备也难以完全覆盖。

“目前,智元机器人在转运料箱时的效率是每40秒完成一项作业,准确率为99.9%,且不用休息。”王闯称,该场直播结束后,很快就有厂家前来下单。“在工业场景,我们会寻找那些传统自动化设备无法覆盖且人力成本较高的工业场景进行渗透。”王闯表示。

采访中,王闯多次谈到了人形机器人产业链,他表示,“智元机器人不是下单让供应商做零部件,而是把供应商引入系统中,一起研发、一起建线、一起调试。”事实上,据记者了解,如今智元机器人不仅实现了全部关节和本体结构的自研设计,还在着力推动产业链上下游的协同研发、联合调试、共同生产。



暑期档迎来“黑马”影片 影视板块再获关注

■本报记者 贺玉娟

随着电影市场重现观影热潮,7月28日,A股影视板块表现亮眼,截至当日收盘,影视概念指数收涨1.28%。

消息面上,近期《长安的荔枝》《南京照相馆》等影片的上映带动电影市场升温。尤其是《南京照相馆》的票房表现,让不及预期的暑期档重燃活力。

对于《南京照相馆》上映后的市场表现,猫眼娱乐市场分析师赖力在接受《证券日报》记者采访时表示,该影片于7月25日(周五)在全国正式公映,上映后取得了出色的口碑和市场反馈,首周末连续两天单日票房破亿元。截至7月28日中午12点半,该影片累计票房已达到4.4亿元。根据猫眼专业版数据预测,预计该影片内地总票房将达到32亿元。

得益于影片的头部带动作用,暑期档的单日大盘表现大大提升。赖力进一步表示,7月26日(周六)暑期档单日大盘票房达2.93亿元,7月27日(周日)突破3.24亿元,这也是今年继春节档之后,时隔154天大盘单日票房再破3亿元。

值得一提的是,从全年票房表现来看,截至7月28日,继今年春节档《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》两部影片斩获154.46亿元、36.12亿元之后,均无影片票房破30亿元;此外,仅《封神第二部:战火西岐》一部影片票房达12.38亿元,此后则无影片票房突破10亿元。

截至7月28日记者发稿时,今年暑期档(6月1日至8月31日)的票房为52.63亿元。其中,《侏罗纪世界:重生》以累计票房5.44亿元暂居榜首,此外还有多部影片票房徘徊在2亿元至3亿元左右,《南京照相馆》的上映则打破了电影市场的低迷局面。

有影视从业人员告诉《证券日报》记者:“早在上映之前,《南京照相馆》就被视为今年暑期档的重要头部种子选手。而上映后取得的票房表现和当前各大平台预测30亿元左右的总票房,让《南京照相馆》有望成为这个暑期档的‘黑马’,带动整体电影市场升温。”

此次《南京照相馆》的火爆,让其背后的出品方上市公司在A股市场也受到资金的青睐。资料显示,《南京照相馆》参与出品的企业有9家,涉及中国电影产业集团股份有限公司(以下简称“中国电影”)、幸福蓝海影视文化集团股份有限公司(以下简称“幸福蓝海”)、浙江横店影视业有限公司、万达电影股份有限公司4家上市公司。7月28日,幸福蓝海、中国电影双双涨停。

在市场主体看来,暑期档作为一年中最长时间的档期,优质影片催化有望带动电影票房市场稳步增长。赖力告诉记者,在暑期档接下来的时间内还有多部重点影片将上映,其中包括定档8月2日上映的《浪浪山小妖怪》《猫和老鼠:星盘奇缘》,8月8日上映的《东极岛》《奇遇》,8月16日上映的《捕风捉影》《坏蛋联盟2》《非人哉:限时玩家》,8月29日上映的《7天》《有朵云像你》《脱缰者也》等影片。

赖力认为,目前看来,上述影片中《浪浪山小妖怪》《东极岛》《奇遇》《捕风捉影》等影片,在市场升温的情况下,也有望取得超出预期的市场表现。

离境退税政策持续优化 “中国游”热度持续提升

■本报记者 梁傲男

7月28日,在新国办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上,国家税务总局副局长王道树表示,今年1月份至6月份,国内离境退税商店数量成倍增加,已超过7200家,享受退税人数同比增长186%,退税商品销售额及退税金额同比分别增长94.6%和93.2%,境外旅客“中国游”热度持续提升。

离境退税政策是指对境外游客在退税定点商店购买的随身携运出境的退税物品,按规定予以退税的政策,在吸引境外游客、刺激消费方面发挥着重要作用。今年以来,乘着“中国游”火热的东风,离境退税政策加速落地,为人境消费注入新动能。

在离境退税方面,今年4月份,商务部、财政部、文化和旅游部等六部门联合印发《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》,出台便利入境旅游者购物“优化退税服务”的8条措施。

各地正结合自身特色,积极推出创新举措。7月3日,上海市商务委等六部门印发《上海市优化离境退税消费环境行动方案(2025-2027年)》,以提升国际消费吸引力并促进旅游经济;7月26日,福建省商务厅发布消息称,福建将加快离境退税商店建设,挖掘、发动具备市场潜力的国际名品、国货潮品、老字号、非遗、礼品、特产、文创品牌等店铺成为离境退税商店,并优化离境退税商店备案流程,形成布局合理、购物便利的退税商店网络。

“在政策优化层面,从持续扩大单方面免签国家范围、完善区域性入境免签政策,到深入推进跨境支付便利化,再到进一步优化离境退税政策,一系列举措覆盖了境外旅客的全链条需求。”国研新经济研究院创始院长朱克力对《证券日报》记者表示,酒店、餐饮、交通等领域的配套服务不断完善;住宿场所提升多语种服务能力,餐饮服务推出符合国际饮食习惯的菜品,交通枢纽优化标识指引与接驳服务,共同构建起更友好、更便捷的消费环境,让境外旅客在华旅游、购物的全程体验更加可触可感可及。

国家移民管理局数据显示,今年上半年,外国人出入境数量稳步增长,达到3805.3万人次,同比增长30.2%。其中,免签入境外国人1364万人次,占入境外国人的71.2%,同比上升53.9%。国家税务总局数据显示,上半年离境退税销售额同比增长94.6%。

谈及2025年上半年我国消费市场情况时,商务部消费促进司负责人表示,离境退税优化政策成效初显,入境消费不断扩大。商务部会同相关部门组织开展“购在中国”系列活动,深化国际消费中心城市培育建设,优化离境退税政策,打造国际友好消费环境,“中国游”“中国购”持续升温。

关于促进入境旅游高质量发展,中国旅游研究院研究员杨劲松对《证券日报》记者表示,一是要继续扩大免签国范围,并推出差异化签证政策。二是提升口岸服务效率,完善交通接驳服务。三是构建多语种信息服务平台,引导鼓励旅游企业、在线平台参与建设。四是强化数字技术赋能,全方位提升游客在华旅行体验的便捷度与舒适度。