



# 重庆一只“羊”圈粉全球

## 记者连续多天蹲点,探寻重庆小游戏产业的百亿雄心



一款名为《套住那只羊》(海外版名《Sheep Dash》)的小游戏,自去年10月上线以来,已闯入全球50多个国家和地区的榜单前100名,长期位列微信小游戏畅玩榜前十名。这款小游戏的出生地就在位于重庆两江新区的仙桃数据谷。

这并非孤例。重庆小游戏不仅在国内市场火爆,更在海外开疆拓土。吉艾斯球以“玩家主导的本地化”模式,让海外玩家自行翻译修仙题材游戏文本,在Discord社区形成了独具活力的“修仙”文化;帕斯亚科技的游戏已出口至170多个国家和地区,全球销量超过450万份。

又一个百亿级的小游戏产业正在重庆加速集群。重庆的小游戏产业实力究竟如何?它凭什么要在三年内实现累计产值21亿元、五年内打造近百亿元的产业集群?带着这些问题,记者连续多天走进企业、园区,蹲点采访,试图找到答案。

### 深夜改图

#### 一只“羊”背后的百次打磨

4月13日,周一,晚上9点过。两江新区仙桃数据谷,其中一栋大楼灯火通明,重庆环游者网络科技有限公司(以下简称“环游者”)的工位上,研发人员仍盯着电脑屏幕忙碌。

记者推开玻璃门,键盘敲击声、鼠标点击声、压低声音的讨论声交织在一起。美术师黄老师手指飞快滑动,屏幕上一只毛茸茸的小羊正在调整毛发的光泽。“这个图颜色要再深一点,才精神;开机背景调暗,让玩家第一眼就进入农场。”她转过头,对身旁的程序员说。

“我们2016年成立,做精品游戏是我们一直的追求。”环游者小游戏业务负责人官彬彬告诉记者。随着小游戏“精品化”趋势越来越明显,他说,“品质”和“长线”已经成为小游戏行业的关键词。

记者在现场体验了这款游戏。玩法其实很简单——源自经典的挪车游戏:移动各种小动物,为被困的羊群开辟一条逃生通道。但细节却出人意料:小羊奔跑时,蹄下会扬起细细的尘土;背景音乐是农场里各种动物的真实叫声;鹅妈妈带着小鹅穿梭在农场上;憨态可掬的土拨鼠,会打洞掀开井盖……“这些画面,全部来源于生活,又融入了游戏。”官彬彬说。

为了这份“源于生活”,团队前后打磨了三个月、百余次。

环游者制作人石航坦言:“晚上十一二点,哪怕已经回家了,也还在电话里探讨一个界面、一个小功能,很正常。”他说这话时,语气平淡,仿佛这是一种常态。

正是这种近乎苛刻的精益求精,《套住那只羊》一上线就火了:国内微信小游戏人气榜一度登顶,畅玩榜久居前十;在海外,它以App形式上架谷歌和苹果应用商店,在俄罗斯市场曾排名第一。

目前,环游者在继续运营国内外“小羊”的同时,还陆续启动新游戏的研发。官彬彬表示:“我们将秉承公司战略和理念,持续推出更多精品游戏。”

### 外包到自研

#### 重庆游戏人的转型之路

离开仙桃数据谷,记者又来到照母山,走进重庆陨石数码科技有限公司(以下简称“陨石科技”)。研发区,屏幕上一片刀光剑影——那是他们正在优化的《暗黑领主》。此前,这家公司研发的《冰原守护者》支持8种语言版本,全球累计下载近1000万次,流水逼近2亿元;《符文之路》更是一度登顶TapTap预约榜,连续在榜4天。

### 记者手记

#### 指尖敲出的是一座城市数字内容产业的未来

蹲点这几天,我常常在想一个问题:一款小游戏从创意到上线,到底要熬多少个夜?

在环游者,为了把最好的品质呈现给玩家,大家已经习惯了“起早摸黑”。凌晨的重庆,大多数人已进入梦乡,而这群平均年龄不到30岁的年轻人,还在为一个图标、一个界面反复打磨。

在陨石科技,李鹏坤回忆起2015年刚从广深回渝时的场景:重庆游戏公司屈指可数,他们从外包做起,一步步转型自研。他说,没有“破圈产品”,产业就起不来。这句话让我印象很深——一个产业的崛起,往往始于几个人、几款产品的坚持。

采访中,我听到最多的词不是“赚钱”,而是“品质”“长线”“打磨”。这让我感受到,这群游戏人身上那股不服输的劲——他们用指尖敲出的不只是代码,更是一座城市数字内容产业的未来。

上游财经-重庆晨报记者 郑三波 摄影报道

“我们核心成员最初只有4人,覆盖美术、技术、制作等关键领域,但都是精兵强将,在游戏行业摸爬滚打20年左右。”陨石科技总经理李鹏坤回忆,2015年他从广深回渝时,重庆的游戏公司屈指可数。跟许多中小型游戏企业一样,陨石科技也从定制开发和美术外包做起,有效降低了创业风险。

2019年,公司开始战略转型,进军自主研发。2021年,首款自研手游《冰原守护者》由雷霆游戏发行,全球下载量近千万次,流水逼近2亿元。“这款产品国内测试时,没花一分钱推广费,仅凭平台首页推荐,3天就吸引了15万用户预约。”李鹏坤说,这验证了从“研发-上线-运营”的完整流程。

像陨石科技这样的企业,在重庆还有很多。2025年6月,重庆市小游戏产业基地在两江新区挂牌成立。记者走进基地时,20家小游戏企业、近100名年轻人正在这里创业。工位上,摆着咖啡杯、游戏手柄,墙上贴着项目进度表——处处都是青春的气息。

重庆吉艾斯球科技有限公司是基地小游戏公司之一,曾发行《了不起的修仙模拟器》,研发成本仅6.9万元,却累计收获200多万份销量,创收超亿元,还获得了腾讯投资。其中,海外销量占比超过20%,位列中国同类出海单机游戏前5。

“我们采取了‘开放共创’模式。”吉艾斯球创始人廖秋明告诉记者,在游戏尚无英文版时,海外玩家就自制了英文MOD,在Discord社区形成了独具活力的“修仙”文化。“欧美玩家甚至撰写万字英文攻略,标注‘五行相克’机制。”这种“玩家主导的本地化”,不仅避免了专业翻译公司“简化文化词汇”的弊病,更让玩家成为文化传播的“自来水”。

### 破圈产品

#### 重庆小游戏离百亿元还有多远?

产业在快速奔跑,但重庆游戏人并不盲目乐观。截至2026年4月初,重庆累计签约超过100家游戏及相关企业。根据规划,小游戏产业基地力争三年内累计产值21亿元,五年内打造近百亿元的产业集群。

中国小游戏市场规模同样惊人:2024年为398.36亿元,2025年增长至535.4亿~610亿元,预计2026年突破700亿元,2027年有望突破千亿元。

重庆如何在这块巨大的蛋糕中切下属于自己的一块?“重庆的优势在于运营成本相对较低,适合中小型团队稳定发展。”陨石科技总经理李鹏坤坦言,人才储备不足,产业集聚度不够仍是明显的短板。“重庆游戏行业发展较慢,主要因为没有

‘破圈产品’出现。有了‘破圈引擎’,才能真正带动行业起飞。”

对此,重庆邮电大学数字媒体与动画系教授王立强在接受记者采访时给出了更系统的分析:“重庆小游戏产业已经完成了从0到1的积累,现在正处在从1到N的爆发前夜。关键在于两点:一是持续培育具备全国乃至全球影响力的原创IP,二是构建完整的人才培养和留用体系。”

他认为,重庆的低生活成本和高等教育资源是独特优势,“川美、重大、重邮每年输出大量美术、编程、策划人才,只要企业能提供有竞争力的项目和发展空间,人才是愿意留下来的。”

吉艾斯球创始人廖秋明则从产品形态上给出了突围路径:“独立游戏有着‘小团队、轻资产、重创新’的特性,不需要依赖成熟产业链,只要有激发创意的优质环境即可,对中小型游戏创业团队更友好。”他告诉记者,发展独立游戏正是重庆游戏产业实现差异化突围的关键路径。

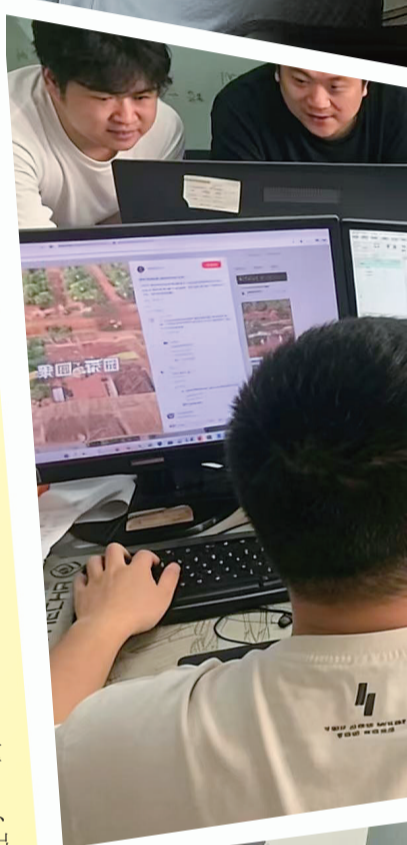
目前,重庆已聚集起帕斯亚、柚子猫、吉艾斯球等知名独立游戏企业,打造出《波西亚时光》《戴森球计划》《了不起的修仙模拟器》等百万级爆款。

瀚瀚网络则是专注于移动游戏出海的科技赋能者。该公司成立仅4年,已累计发行游戏110款,下载量突破2亿次,业务覆盖北美、欧洲、日韩等主要市场。更难得的是,它已成功入选“2025·全国成长性文化企业30强”,成为重庆游戏企业在资本和商业层面的杰出代表。帕斯亚科技的产品出口170多个国家和地区,全球销量超过450万份。柚子猫工作室的《戴森球计划》,上线一周销量破190万份,销售额1.6亿元,Steam好评率高达97%。

政策层面也在持续加码。重庆为入驻小游戏产业基地的企业推出了“梯度免租”“原创游戏奖励”“流水奖励”“融资奖励”“营收奖励”等一系列真金白银的扶持。2025年12月,重庆五部门联合发布“满天星”行动计划,对自主研发游戏开发及运营首版次软件产品给予最高50万元奖励。



热闹的办公室



专注的员工

