

A 股游戏业绩前瞻：如何打赢“翻身仗”

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

A 股游戏上市公司陆续交出 2023 年“成绩单”。截至 2 月 22 日，至少 23 家公司预告了 2023 年业绩。据《中国经营报》记者统计，至

小游戏及出海助力

这些业绩实现增长的公司无不执行了出海策略。

在目前披露盈利数字的上市公司中，恺英网络(002517.SZ)暂居榜首。业绩预告显示，其净利润达到 13 亿—17 亿元，同比增长 26.81%—65.83%。

恺英网络方面表示，其运营的《原始传奇》《天使之战》《仙剑奇侠传：新的开始》《石器时代：觉醒》《全民江湖》等多款游戏表现良好，公司整体收入和利润实现较大幅度增长；恺英网络 2023 年收购控股子公司浙江盛和网络科技有限公司 29% 股权，而浙江盛和网络运营情况良好，使得归属于上市公司股东的净利润增加。

恺英网络 2023 年 11 月 23 日投资者关系活动记录表显示，小游戏赛道是恺英网络重点投入的一个板块。公司方面表示，App 端游戏竞争激烈，小游戏有望打开新的市

甩“包袱”后业绩翻身

在甩开商誉“包袱”之后，世纪华通 2023 年净利润预计达到 4 亿—6 亿元。

2022 年，世纪华通业绩出现下滑。该公司原以汽车零部件业务起步，自 2014 年起陆续并购多家企业发展互联网游戏业务板块，2019 年完成了对盛趣游戏的并购。多项并购使得公司商誉相应增加，数十亿元商誉在 2022 年业绩测算中被计提减值，使得世纪华通 2022 年净亏损 70.9 亿元。

在甩开商誉“包袱”之后，世纪华通 2023 年净利润预计将达到 4 亿—6 亿元。

世纪华通业绩预告称，旗下点点互动出海业务方面实现自研收入翻倍。公司合并营业收入较上年同期增长约 20%，主要系点点互动收入出现高增长。

少 16 家公司在 2023 年实现盈利，其中 7 家扭亏为盈，6 家盈利进一步增长，3 家盈利下降。

不少实现盈利的公司的成功秘诀在于出海。其中，世纪华通(002602.SZ) 2023 年实现净利润

增长空间，《天使之战》《新倚天屠龙记》《仙剑奇侠传：新的开始》等均有小游戏版本。

在全球化方面，恺英网络面对成熟市场实施“IP+”策略，面对新兴市场以融合玩法为主，如“塔防+”“模拟经营+”“三消除+”等。

目前，恺英网络储备的知名 IP 产品包括《斗罗大陆·诛邪传说》《代号：盗墓》等。此外，其还储备了《临仙》《妖怪正传 2》《归隐山居图》《太上补天卷》《龙腾传奇》等产品。另外，恺英网络还透露，其有一款动作竞技类 VR 游戏在研发中。

掌趣科技(300315.SZ)也在小游戏赛道收获颇丰。该公司业绩预告显示，2023 年第三季度新上线的小游戏产品《大圣顶住》在上线后取得良好的流水表现，公司在小

第三方研究机构 Sensor Tower 数据显示，点点互动冰雪末日题材策略手游“Whiteout Survival”从 2023 年 2 月上线以来，收入持续增长，排名从 2 月的 500 多名一路攀升至 12 月的第 2 名，成为 2023 年策略手游出海赛道的一匹黑马。

游族网络(002174.SZ)、宝通科技(300031.SZ)、顺网科技(300113.SZ)都曾在 2022 年业绩预告中宣布计提商誉减值、股权投资减值、坏账准备。2023 年，这些公司均实现了盈利转正。

其中，游族网络预计 2023 年净利润达到 8000 万元至 1.2 亿元。该公司将业绩增长归因于“少年”系

“翻身”，由 2022 年的净亏损 70.9 亿元变成盈利 4 亿—6 亿元。世纪华通旗下点点互动策略手游“Whiteout Survival”2023 年上线以来收入排名一路攀升，目前位于第三方研究机构 Sensor Tower

游戏赛道的布局取得初期成效，未来陆续将有新的小游戏产品逐步上线。

根据掌趣科技的业绩预告，其 2023 年净利润同比增长 76.75%—139.13%，达到 1.7 亿—2.3 亿元。此外，神州泰岳(300002.SZ)净利润同比增长 64.82%，达到 8.9 亿元；冰川网络(300533.SZ)净利润为 2.65 亿—3.5 亿元，同比增长 105.65%—171.61%。

这些业绩实现增长的公司无不执行了出海策略。神州泰岳凭借“Age of Origins”(《旭日之城》)和“War and Order”(《战火与秩序》)等主要产品，使得其游戏业务出海收入占比接近九成；掌趣科技在境外市场聚焦 SLG 赛道，尽管报告期内没有 SLG 新品上线，且成熟游戏产品流水受产品生命周期影响而

列自研卡牌手游、“Infinity Kingdom”手游等的精细化运营和长线运营，以及《绯色回响》《山海镜花》《新盗墓笔记》《战火与永恒》等游戏的上线。

2022 年，宝通科技旗下广州易幻整体经营业绩首次出现了亏损，宝通科技对广州易幻资产计提商誉减值准备，减值金额为 4.86 亿元。同时，公司上线了 29 款新品，主动下架和关停了 27 款表现不达预期的海外及自研游戏项目。

到了 2023 年，宝通科技预计实现净利润 9000 万元至 1.35 亿元。在游戏板块，该公司同样以出海业务为主。公司业绩预告称，其 2023 年第三季度在日本地

区重点推出的《ドット勇者》(马赛克英雄)单月即突破流水 2000 万美元，刷新了广州易幻单月最高流水的历史纪录，助力公司移动互联网业务的稳定发展。据悉，该游戏发行首日即获得日本地区 Google Play 免费榜 TOP1，iOS 免费榜和畅销榜 TOP2 的成绩，至 2023 年 10 月仍稳定在 iOS 畅销 TOP10 行列，使公司跃居月度中国游戏海外收入榜第 13 名，并成为增长榜冠军。

宝通科技于 2023 年 10 月在中国港澳地区上线了《重返未来：1999》。记者联系宝通科技方面询问这款游戏在中国港澳地区的表现，对方表示不予回应。

正常回落，但美元存款利率上升使得公司利息收入增加；冰川网络在海外推出、运营“X-hero”“Hero Clash”(超能世界海外版)等，在国内推出《超能世界》，实现充值流水、收入增加。

中国音数协游戏工委、中国游戏产业研究院、第三方研究机构伽马数据共同编写的《2023 年中国游戏出海研究报告》显示，2023 年，全球游戏市场规模 11773.79 亿元，同比增长 6.00%。尽管中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入出现 5% 的下降，但在日本、韩国已经由 2022 年的负增长转为正增长。在全球五个重要出海移动游戏市场流水 TOP100 产品中，美国、日本市场的中国海外发行商数量出现增长，更多中国企业发行的产品进入了当地市场的头部榜单。



A 股游戏上市公司陆续交出 2023 年“成绩单”。图为 2023ChinaJoy 中国国际数码互动娱乐展恺英网络展区。视觉中国/图

商誉持续“挤泡沫”

汤姆猫、天娱数科、凯撒文化、中青宝等公司分别宣布将计提商誉减值、资产减值、长期股权投资减值。

目前，至少 7 家 A 股上市公司预告 2023 年业绩亏损。

其中，文投控股(600715.SH) 预亏 15.2 亿—18.2 亿元。该公司表示，受到网络游戏产品生命周期及行业政策影响，预计游戏业务收入将有所下滑。公司 2023 年经营性亏损约 2 亿—3.5 亿元。

文投控股方面表示，公司影院、影视业务受电影院家数减少、影视投资制作及发行业务收缩等持续影响，相关资产商誉已出现减值迹象；游戏业务受“攻城”系列产品收入下降、新产品上线时间不确定因素影响，相关商誉资产也出现较大减值迹象。公司预计 2023 年度计提商誉减值损失 8 亿—9.5 亿元。

此外，汤姆猫(300459.SZ)、天娱数科(002354.SZ)、凯撒文化(002425.SZ)、中青宝(300052.SZ)、大晟文化(600892.SH)也分别宣布将计提商誉减值、资产减值、长期股权投资减值。

汤姆猫方面表示，2023 年度，受全球广告需求不足、海外部分市场地缘政治事件、谷歌广告竞价机制改变带来的短期冲击等因素影响，广告单价下降导

致公司收入和利润有所下滑。汤姆猫 2023 年半年度报告显示，应用内置广告是公司收入的主要来源，其互联网营销收入占营业收入比重达 75.43%。

移动广告聚合工具平台 TopOn《2023 年全球手游广告变现报告》指出，2023 年全球经济下行，大量海外游戏广告主选择保守稳回收的策略。在全球移动广告支出方面，2023 年广告主的支出增长缓慢，只有 7%，远低于 2019—2022 年的增长率。在广告主预算和出价下跌的情况下，与 2022 年表现相比，安卓端休闲游戏和中重度游戏 eCPM(每一千次展示可以获得的广告收入)均有不同幅度下跌，跌幅约 20% 和 9%。中重度游戏的 iOS 端下跌较为明显，下跌了约 20%。

汤姆猫方面表示，目前公司已储备《我的汉克狗：海岛》《金杰猫的游乐场》《汤姆猫乐园》等多款新玩法、新模式的产品以及汤姆猫 AI 讲故事、“Talking Ben AI”等 AI 应用产品。

记者就变现形式以及“汤姆猫”IP 未来的发展问题联系汤姆猫方面采访，对方表示不予回应。

游戏酣战春节档

本报记者 李哲 北京报道

春节档历来是游戏市场的重头戏之一。

2023 年，《蛋仔派对》凭借在兔年春节期间的表现而名声大噪，并进一步催热了派对游戏赛道。在

派对游戏酣战

“陪奶奶跳舞，给爷爷装扮新胡子……”多元化的竞技和互动玩法，将一家人其乐融融的画面从现实中复制到了游戏世界里。2023 年春节档期间，《蛋仔派对》凭借较低的游玩门槛，以及社交化的游戏属性，受到众多玩家的青睐。

记者注意到，2023 年 1 月《蛋仔派对》凭借兔年春节的发挥首次登陆伽马数据移动游戏流水测算榜 TOP10。

事实上，今年春节期间《蛋仔派对》依然热度不减。2 月 2 日小年夜，《蛋仔派对》主题曲改编的歌曲——《快乐诞生记》登上《中央广播电视总台 2024 网络春晚》，力图通过这一方式持续破圈。在除夕夜当天，《蛋仔派对》日活跃用户在在线人数突破 4000 万。

在《蛋仔派对》风生水起之际，腾讯也携《元梦之星》加入战局。《元梦之星》于 2023 年 12 月 25 日上线。2024 年 1 月 25 日，《元梦之星》发布公开信，宣布游戏上线不到一个月内，注册玩家超过 8000 万人。

记者注意到，龙年春节档期间，《元梦之星》与奥特曼、奶龙等知名 IP 联动，同时，通过与自家产品腾讯视频 VIP、QQ 音乐绿钻的联动以及《王者荣耀》的限定皮肤等方式吸引

2024 龙年春节档，随着《元梦之星》《晶核》等多款产品加入战局，游戏公司之间的竞争进一步加剧。

移动应用数据分析平台七麦数据统计的 49 款游戏中，《逆水寒》《元梦之星》《崩坏：星穹铁道》《晶核》合计占 2024 年春节总流水的 13.1%。

玩家。

根据七麦数据，截至 2 月 20 日，《蛋仔派对》在 iOS 手机端的近七日均下载量为 111765 次，《元梦之星》为 111219 次。另据 TapTap 数据，在游戏热玩榜(安卓版)，《蛋仔派对》排名第 2 位，《元梦之星》排名第 20 位。

多方合力之下，2024 年春节档游戏市场迎来增长。七麦统计数据表示，49 款头部手游在 2024 年春节合计流水规模为 1.34 亿美元，同比增长 1.68%。考虑到七麦统计《王者荣耀》手游数据波动较大，因此在扣除《王者荣耀》情况下，2024 年春节合计流水规模 1.2 亿美元，同比增长 16.39%。

某游戏公司人士向记者分析：“派对游戏的游玩方式具备较强的互动性，这类游戏产品‘一起玩’的特性更加有利于在春节期间推广，一方面在家庭聚会时提供更多游戏场景，另一方面，为陌生人和熟人社交提供新的场景。”

在 2024 年 1 月发布的最新一期版号中，鹰角网络旗下多人互动游戏《泡泡泡姆》获得了客户端、游戏机(PS4、PS5)版号。未来，随着更多产品投入市场，派对游戏的竞争将进一步加剧。

新游戏撑起春节档

时间回溯至 2023 年 1 月。彼时，游戏市场在春节期间便迎来增长。伽马数据发布的《2023 年 1 月游戏产业报告》显示，2023 年 1 月，中国游戏市场实际销售收入 240.52 亿元，环比增长 23.62%；中国移动游戏市场实际销售收入为 176.19 亿元，环比增长 26.88%。

从整体上看，市场规模环比增长主要受春节假期影响，产品普遍推出运营活动，用户付费意愿提升。同时，由于春节假期用户活跃时间变长，以及产品春节系列活动刺激用户活跃度等使用户付费增加。

一年之后，游戏市场经历版本号释放的不断提振，游戏公司在 2024 年春节可谓铆足了劲儿。

记者注意到，2024 年 2 月期间就有 20 余款新游戏陆续投入市场。其中腾讯旗下《二之国：

AI 或再次引燃市场

在春节档游戏市场迎来增长之际，Open AI 发布的首个视频生成模型 Sora，引发游戏圈震动。据悉，Sora 可实现文生视频、图生视频、扩展或补充视频等，最高可生成一分钟的高清视频，能生成具有多个角色、包含特定运动的复杂场景，表现出突破性的语义理解能力、复杂场景理解能力和一致性。

对此，东吴证券分析师张良卫表示，Sora 的出现使得制作不同形态内容的门槛和成本大幅降低，优质 IP 有望降低试错成本，扩

交错世界》《饥荒：新家园》，三七互娱旗下《群英召唤师》《金牌合伙人》，点点互动旗下《奥赛斯战纪》等游戏大厂的新产品纷纷选择在 2024 龙年春节档与玩家见面，进而推动游戏市场在春节档不断升温。

新游戏的密集上线离不开游戏版号在 2023 年的持续释放。七麦统计数据表示，2024 春节期间 49 款手游 iOS(iPhone 端)合计下载量为 762.3 万次，同比增长 32.86%。从下载量结构来看，增长主要来自新产品贡献，2024 年春节后上线的新品共计 15 款，下载量合计为 2046 万，在扣除新品下载贡献情况下，存量产品下载量为 557.7 万，同比下滑 2.8%。

七麦数据表示，2024 年春节档期间，新游戏《逆水寒》《元梦之星》《崩坏：星穹铁道》《晶核》合计占

大 IP 变现途径。同时，专业内容生产方可降本增效。影视、游戏和 MR 领域专业创作者可以利用先进 AI 技术降本增效，如动画电影生产周期缩短，相关内容生产方有望受益。

记者注意到，早在 2023 年，众多游戏公司就已经围绕 AIGC(AI Generated Content, 人工智能生成内容)进行布局。截至目前，多家游戏厂商已纷纷尝试将 AIGC 技术应用于游戏产品。其中，昆仑万维旗下首款自研 AI 游戏“Club Koala”



在 2024 龙年春节档，随着《元梦之星》《晶核》等多款产品加入战局，游戏公司之间的竞争进一步加剧。图为 ChinaJoy 中国国际数码互动娱乐展参观者在网易游戏展台体验手机游戏。视觉中国/图

2024 年春节总流水的 13.1%。

记者注意到，1 月 26 日，恰逢春节前夕，国家新闻出版署发布《2024 年 1 月份国产网络游戏审批信息》。共有 115 款游戏过审，数量超过 2023 年所有单批次版号数量。

正处于高强度开发测试中，首次 Beta 版测试预计于 2024 年 3 月份展开。

此外，巨人网络还发布了国内首个游戏 AI 大模型 GiantG-PT。借助该模型，2024 年巨人网络计划在旗下手游《太空杀》中推出全新的 AI 玩法，名为“AI 推理小剧场”。该玩法颠覆了传统剧情游戏的单一情节路线，完全由 GiantGPT 大模型打造出千人千面的剧情内容。

谈到在 AI 领域的尝试时，世纪华通方面表示，其致力于成为

全球领先的数字科技公司，聚焦于三大业务板块：互联网游戏、人工智能云数据和汽车零部件制造。其中，互联网游戏业务方面，公司使用了 AI 生成模型技术赋能游戏研发，在网游《龙之谷》里使用了智能 NPC，此外还在尝试利用 AI 技术补充诸多美术内容，旗下盛趣游戏不少产品都已经开始小规模使用，降本提质增效显著；人工智能云数据业务方面，公司已由 IDC 转型为 AI+IDC，与时俱进，提升算力服务实力。