

游戏厂商业绩分化:10家预盈19家预亏

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

游戏厂商陆续交出2024年“成绩单”。

据《中国经营报》记者不完全统计,截至2025年2月13日,至少29家游戏上市公司披露了2024年业绩预告,在10家预盈的公司中,5家盈利增速上涨。此外,有19家公司

预亏,其中11家由盈转亏。

IGG(00799.HK)和世纪华通(002602.SZ)预计2024年的利润增长率分别达到700%和205%~339%。2024年,二者旗下SLG(策略类游戏)产品都在海外收获颇丰。IGG旗下的《Doomsday: Last Survivors》和《Viking Rise》发展势如破竹,缓解了其此前过分依赖《王国纪

元》的困境。世纪华通旗下《Whiteout Survival》经过了2023年的迅猛发展后,在2024年继续高歌前行。

此外,AI技术在游戏研发、服务中的效果显现。IGG方面称,其2024年研发费用较2023年减少约16%。世纪华通方面对记者表示,在AI的帮助下,美术创作的批量生产阶段效率提升达到60%~80%。

SLG厂商发力

在目前已披露业绩预告的上市游戏公司中,除了IGG之外世纪华通的利润增速同样迅猛。

在目前已披露业绩预告的上市公司中,IGG是当之无愧的利润增长王。

2025年2月7日,IGG发布公告,披露公司2024年录得净利润5.8亿港元(约合人民币5.4亿元)左右,同比增长700%。其中,主营业务净利润增至6.5亿港元,同比增长3600%。其2024年收入57.4亿港元,同比增长9%。

IGG业绩预告称,游戏产品《Doomsday: Last Survivors》《Viking Rise》和App业务是主要增长引擎。

《Doomsday: Last Survivors》和《Viking Rise》均为SLG品类游戏,分别于2021年和2022年末上市。IGG方面表示,《Doomsday: Last Survivors》开创了“新移民”玩法让玩家可以自由选择联盟和服务器,“调动玩家积极性,把游戏内的活跃用户全部打通”;《Viking Rise》的立项瞄准策略游戏中维京题材的空缺,注重从画风、配乐、游戏场景等细节还原维京历史氛围,玩法上

将模拟经营与策略融合。

在这两款产品之前,IGG的支柱产品是2016年发布的《王国纪元》。2022年,IGG上市9年后首次出现亏损,收入同比下滑24%至45.9亿港元,主营业务亏损近1.8亿港元。2022年财报显示,占IGG收入80%的《王国纪元》收入下滑26.9%。

2023年,《王国纪元》收入进一步下滑至31亿港元,占收入比重下滑至59%。与此同时,《Doomsday: Last Survivors》和《Viking Rise》这两款游戏分别贡献收入6.7亿港元和4.1亿港元,占收入比重分别为12.9%和7.8%。

IGG方面披露,2024年,《Doomsday: Last Survivors》和《Viking Rise》分别贡献收入约10亿港元和7亿港元。

对于《Doomsday: Last Survivors》和《Viking Rise》的未来展望,记者联系IGG方面置评,截至发稿未获回复。

除了IGG之外,在目前已披露

业绩预告的上市游戏公司中,世纪华通的利润增速同样迅猛。

世纪华通业绩预告显示,2024年预计实现归母净利润16亿~23亿元,同比增长205.32%~338.89%;扣非后净利润18亿~24亿元,同比增长327.43%~469.91%;合并营业收入预计约220亿元,较2023年同期增长约66%;合并经营活动产生的现金流量净额预计较2023年同期增长约40%。

世纪华通披露,其海内外游戏业务都在2024年取得了不俗的成绩,其子公司点点互动推出的《Whiteout Survival》在2024年延续了2023年的良好表现,在100多个国家和地区名列畅销榜前列。

《Whiteout Survival》是点点互动于2023年2月推出的冰雪末日生存题材SLG游戏。Sensor Tower数据显示,《Whiteout Survival》2024年海外收入同比激增两倍,登顶出海手游收入榜。《Whiteout Survival》国内版本《无尽冬日》上线后也常常位居微信小游戏畅销第一和iOS畅销



世纪华通旗下盛趣游戏《热血传奇》新百区在美国时代广场的大屏广告。

本报资料室/图

榜TOP5的位置。

世纪华通方面还表示,点点互动推出的《Dragonscapes Adventure》《Family Farm Adventure》等产品也在2024年表现出色。

国内游戏方面,世纪华通提及,旗下盛趣游戏《最终幻想14》《冒险岛》《永恒之塔》怀旧服等产品“在持续开展跨界、年轻化等运营方式下,在2024年创下历史新高”。

此外,业绩预告显示,在2024年,神州泰岳(300002.SZ)、禅游科技(02660.HK)、电魂网络(603258.SH)等公司的利润水平均有所提升。

引入AI降本增效

在具体应用方式上,世纪华通方面向记者介绍了其在美术创作、质量检测、客户服务应用AI的方式。

多家公司在业绩预告中提及,AI对于游戏业务的降本增效作用显现。

IGG方面在业绩预告中披露,在AI的帮助下,其2024年研发费用较2023年减少约16%。

此外,世纪华通方面表示,其已经在美术创作、质量检测、产品研发、智能客服等多个领域引入和部署AI解决方案,旗下《传奇》《龙之谷》《彩虹岛》《饥荒荒野》多款知名IP产品都已经接入AI工具。

在具体应用方式上,世纪华通方面向记者介绍了其在美术创作、质量检测、客户服务应用AI的方式。

世纪华通人士表示,在美术创作环节,AI从原画设计至概念创作,再到宣发、角色立绘等多个方面,均实现了对传统开发流程的替代,批量生产阶段效率提升达到60%~80%。

在质量检测环节,世纪华通自主研发的AI模型能够快速检

测从游戏任务到UI控件设计,从游戏数值校验到游戏内容合规等多方面的任务。上述人士表示:“基于高效的AI工具,以往需要4到5人耗时2~3天才能完成测试,如今仅需2~3小时就能完成300台主流机器的适配性测试,保证游戏能够在85%以上的手机设备进行适配。”

在客户服务领域,世纪华通方面介绍,由盛趣游戏技术中心和CRM共同研发的人工智能客服系统目前正在大规模地进行内测,“研发人员借助大语言模型‘天生’的聊天能力和RAG技术(检索增强生成),叠加上CRM多年来积累的海量的优质问答题库,能够为用户提供更为精准的答案”。

世纪华通方面还表示,其结合虚拟人技术推出了3D数字人“小趣”,不需要录制视频,内容可以根据定制化要求实时变化。该数字人会首先在客户关系管理中心上岗,提供智能客户服务。

两极分化明显

完美世界则迎来上市后的首次亏损。

相比之下,更多公司则在2024年陷入亏损。比如,游族网络(002174.SZ)、完美世界(002624.SZ)、奥飞娱乐(002292.SZ)、昆仑万维(300418.SZ)、冰川网络(300533.SZ)等由盈转亏。

冰川网络曾在2023年创出其历史最高净利润,达到2.73亿元,同比增长112.05%。在2024年,其业绩却快速下滑。这与其业绩依赖单一产品以及买量模式有关。

业绩预告显示,2024年冰川网络对海外市场及新上线产品的投放力度显著增强,其中《Hero Clash》《Epic War》《Titan War》《Kingdom Go!》《造谣情缘》《Merge Topia》等投放力度较大,导致销售费用增长,运营成本增加。此外,随着海外市场流量费用大幅提升,海外投放回收周期相比国内发行产品回收周期更长,并且《X-hero》《超能世界》《Hero Clash》等

受游戏生命周期延长的影响,收入确认周期延长。

冰川网络2023年财报显示,《Hero Clash》(即《超能世界》的海外发行版本)是一款卡牌游戏。冰川网络财报披露,版号批文号对应《超能世界》的“游戏一”在2023年实现收入14.17亿元,占游戏业务收入的比重达到50.89%;其推广营销费用为8.48亿元,占主要游戏收入总额的比例为59.85%。无论是收入还是

营销费用,《超能世界》都占去“半壁江山”。

完美世界则迎来上市后的首次亏损。业绩预告显示,完美世界去年全年实现营业收入55亿元至56亿元,归母净利润亏损11亿元至13亿元。在游戏业务方面,完美世界表示,过去几年,公司对市场变化前瞻不足,产品布局欠妥,同期推进了多个大中型项目,部分项目未能实现预定目标。

鏖战游戏春节档:腾讯网易成大赢家

本报记者 李哲 北京报道

充值福利、限定皮肤、返场打折……2025年春节档,游戏大厂通过一系列花式动作揽客。在此期间,《王者荣耀》《和平精英》《穿越火线》等产品的收入激增。

大厂花式揽客

春节档一直是游戏公司的“必争之地”。

记者了解到,2025年1月多款游戏产品相继上线,试图通过春节档的天然流量加持实现增长。世纪华通方面表示,其于1月16日正式公测的《传奇新百区一盟重神兵》,在“明星指挥官”特雷西·麦克格雷迪和“打怪爆年货”等众多福利活动的推动下,用户活跃度持续提升。

在新游陆续上线的同时,成熟游戏作品则推出多种多样的促销、节日限定等活动揽客。

其中,2025年1月,《王者荣耀》推出了多款全新“皮肤”(包括嬴政“新皮肤”、姬小满“皮肤”,以及蛇年春节限定“皮肤”等),同时在春节期间上线了多个特别活动和大量福利,使得该游戏月收入达到近42个月以来的最高值,重回1月全球手游畅销榜冠军。

网易旗下的《第五人格》则推出“深渊的呼唤VII”盛典,并开启春节活动“窑火除岁,彩梦贺新”,以及上线“第三十六赛季·精华3”活动等吸引玩家。

世纪华通旗下冰雪题材手游《无尽冬日》通过签约知名艺人吴镇宇和付航,借助明星的影响力,进一步提升游戏的知名度和话题度。

得益于多重营销以及春节档

火线》等产品的收入激增。

《中国经营报》记者注意到,在春节档带动下,2025年1月共34家中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100,合计吸金23.3亿美元,占当期全球TOP100手游发行

商收入39.2%。其中,腾讯、网易成为春节档的大赢家。

与此同时,在2024年增幅迅猛的小游戏也在春节档寻求新增长空间。试图通过多端/平台的方式进一步降低买量成本。DataEye研究

院负责人刘尊表示:“多端/多平台上线,成本低、潜力大、对产品要求低——现有产品、老游戏产品都可以跑,甚至可以把微信小程序一键转化。多端/多平台上线,大概率是2025年小游戏‘成本最低’的增量。”



本报资料室/图

2025年春节期间,一名玩家体验《王者荣耀》手机游戏。

流量加持,Sensor Tower商店情报平台显示,2025年1月中国iOS市场手游收入环比增长33%,相比2024年同期增长21%。TOP20手游增长尤为显著,收入之和环比激增50%。《王者荣耀》《和平精英》《穿越火线》《地下城与勇士:起源》和《金铲铲之战》等5款来自腾讯的游戏包揽收入榜前5名。

春节期间,大部分游戏玩家与家人、朋友相聚,这为《王者荣耀》《和平精英》《穿越火线》等大DAU(日活跃用户数量)以及具备强社交属性的游戏提供了更多的增长空间。与之相对应,互动性弱的游戏产品(诸如主机类游戏产品)

活跃度则相应下降。受益于旗下游戏的持续火热,腾讯、网易两家游戏大厂的多款产品实现增长,成为春节档的大赢家。

Sensor Tower统计数据显示,腾讯旗下游戏产品在2025年1月收入提升62%,稳居中国手游发行商全球收入冠军,头部产品《王者荣耀》《和平精英》和《穿越火线》1月全球收入分别激增94%、267%和421%。此外,作为网易目前收入最高的手游,《第五人格》1月全球收入再迎高峰,涨幅高达123%,推动网易在当期收入提升28%,稳居发行商收入榜亚军。

同时,世纪华通旗下《无尽冬日》位列2025年春节档中国手游市场iOS端收入排行榜TOP6。

在春节档的带动下,中国游戏产品在全球取得进一步增长。Sensor Tower数据显示,2025年1月共34家中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100,合计吸金23.3亿美元,占当期全球TOP100手游收入39.2%。

游戏市场的强势表现也体现在了资本市场。截至2月13日,春节期间过后游戏板块实现“七连阳”。在连续七个交易日内,游戏ETF(159869.SZ)累计增幅超过20%。

游戏市场的强势表现也体现在了资本市场。截至2月13日,春节期间过后游戏板块实现“七连阳”。在连续七个交易日内,游戏ETF(159869.SZ)累计增幅超过20%。

小游戏竞争白热化

从具体品类来看,在春节期间,除了具有强社交属性的游戏外,小游戏的表现也同样抢眼。

比如,在支付宝2025年的“新春集五福”活动中,小游戏也参与其中。五福卡从往年的1套,变成了多达29套,其中新增的28套都是特色主题福卡,涵盖潮玩游戏、经典影剧、体育明星,有中国传统文化,也有全球知名IP。

一些小游戏进入到支付宝小程序端,玩家通过游玩这些产品可以集福卡。其中,巨人网络的《王者荣耀》、三七互娱的《寻道大千》等热门小游戏悉数在列。

《2025中国游戏产业趋势及潜力分析报告》(以下简称《趋势报告》)显示,2022年~2024年小游戏市场规模复合增长率达182.3%。其中,2024年小游戏市场规模达398.36亿元,同比增长99.18%。

在经历过多年快速增长之后,小游戏在2025年仍然呈现增长之势。腾讯在2025年微信公开课PRO活动期间披露,2024年微信小游戏月活用户达5亿,日活用户达到1亿,同比增长10%;商业规模同比增长超20%。超900款小游戏通过IAA玩法变现,贡献超百万流水且仍保持较快增长,整体规模有望在3年内翻倍。

同时,小游戏市场的竞争也在不断白热化。对此,刘尊表示,成熟小程序App平台太“卷”。2024年参与买量的微信小游戏突破2.1万款,再创历史新高,但增长放缓。预计在

2025年,除了微信、抖音,不少从业者还会将目光瞄准B站、快手、支付宝;而在端口方面,除了各超级App的手机端小程序外,快应用/快游戏、PC端、长尾渠道(游戏盒子)也是从业者关注的焦点。

刘尊表示:“多端/多平台上线,成本低、潜力大、对产品要求低——现有产品、老游戏产品都可以跑,甚至可以把微信小程序一键转化。多端/多平台上线,大概率是2025年小游戏‘成本最低’的增量。”

试图寻求多端运营的小游戏赛道,在春节档无疑找到了突破口——借助多样式的活动推动多端运营。但是,随着春节假期的结束,如何留住用户,是摆在游戏公司和小程序平台面前的新挑战。

刘尊认为,目前来看,小游戏仍然是以微信端为主要方向,其他端都不成熟,且又不是提供独家的游戏,所以更多是偏小众。对于小游戏的发力方向,上述《趋势报告》中提到,小游戏市场逐步从“蓝海”到“红海”转变。2025年,长线运营是小游戏的发展趋势之一,也是产品削减买量成本、改善获利情况的重要方向。从头部榜单来看,虽然小游戏竞争日益激烈,使得上线不足6个月的产品入榜数量增加,但从已初步实现长线运营(运营时长超1年)的产品来看,其生命周期整体呈上升趋势,意味着头部游戏已先于整体注意到长线运营机遇。