

游族网络收缩节流 一季度扭亏为盈

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

4月25日晚，游族网络(002174.SZ)发布2024年财报和2025年一季度报告。财报显示，游族网络在2024年净利润下跌达522.46%，但今年一季度扭亏为盈。

游族网络在一季度业绩得以扭亏，与其收缩节流不无关系。据财报披露，一季度，游族网络的

游戏上线推广致成本激增

游族网络2024年营业成本达9.11亿元，同比增长16.8%。

2024年财报显示，游族网络去年实现营业收入14.34亿元，同比下降11.75%；净利润亏损3.86亿元，跌幅达522.46%。不过，游族网络一季度报告显示，其今年前3个月实现净利润2470.35万元，环比扭亏为盈，同比也实现了43.74%的增长。

就2024年分季度来看，游族网络2024年的亏损主要发生在第四季度。财报显示，其第四季度营业收入环比增长48.16%，达到4.37亿元，但净利润却跌入负区间，为-3.91亿元。其经营活动产生的现金流量净额在第一季度和第二季度分别为852.40万元和1.35亿元，在第三季度和第四季度跌至-5921万元和-4762万元。

根据游族网络财报，其2024年业绩下跌主要是产品“青黄不接”所致。

“报告期内，公司部分在营游戏产品受生命周期的影响，收入相较于上年自然回落。”财报中写道，“同时个别新产品由于行业竞争激烈、用户体验要求提升而导致收入规模未达预期或延期推出。”

游族网络方面对此表示，其调

销售费用、管理费用、研发费用均有所下滑。其中，研发费用同比下降22%。

由于游戏行业竞争的白热化，部分游戏公司的老产品加速走向生命末期，而新品推出的压力加大。游族网络在2024年财报中表示：“由于行业竞争激烈、用户体验要求提升，个别新产品收入规模未达预期或延期推出。”

整产品布局，“已进一步加大轻度及创新型游戏立项，及代理全球发行业务，作为补充”。

营业成本增加也是游族网络去年业绩承压的原因之一。财报显示，游族网络2024年营业成本达9.11亿元，同比增长16.8%。营业成本中99.77%来自软件和信息

技术服务费，该板块营业成本同比增长17.06%。其中，移动游戏收入占比66.54%，该业务营业成本6.79亿元，同比增长27.91%。

游族网络方面表示，营业成本的增长主要由广告费、游戏分成成本、无形资产摊销费增加所致。

其中，《Ever Chest》《少年三国志一杯旧版》等多款游戏产品在2024年下半年上线推广，相应广告支出对当年利润产生一定影响；因代理三国策略卡牌手游《三国云梦录》于2024年3月中国大陆市场上线，导致游戏分成成本较上年增加；多款自研游戏陆续上线，其开发支出转为无形资产，在预计使用年限内进行摊销计入营业成本，导致无形资产摊销费较上年增加。

三成研发人员被裁

通过收缩节流扭转业绩的不止游族网络。

为了应对产品上新不力和成本的增加，游族网络也在进行收缩节流。2024年财报显示，游族网络去年各项费用均大幅下降。

其中，研发费用降幅最大，同比下降26.33%，来到1.78亿元。研发人员数量也随之削减，从706名下降至475名，裁撤率为32.72%。2024年，其30岁以下和30—40岁研发人员分别被裁撤44.68%和34.96%，40岁以上研发人员数量却逆势增加88.57%，从35上涨至66名。

到了2025年一季度，游族网络的销售费用、管理费用、研发费用仍同比下降。其中，研发费用同比下降22%。

2025年一季度，游族网络实现扭亏为盈。财报显示，公司实现营业收入3.59亿元，同比增长7.29%；净利润2470.35万元，同比增长43.74%。

关于今年一季度业绩回升的原因，记者从游族网络方面了解到，这主要得益于长线在营游戏的稳定运营及2024年上线的新游戏贡献的增长。比如，已上线4年的SLG策略战争手游《战火与永恒》通过精细化运营，流水进一步提升，保持高速增长。

记者了解到，在日常经营方面，游族网络也积极调整运营策略，借助AI技术辅助游戏工业化生产，进一步降低研发成本、提高发行效率。2025年一季度，其销售费用同比下降43.18%。事实上，通过收缩节流扭转业绩的不止



游族网络自研卡牌产品《少年三国志》海报。

本报资料室图

游族网络。

完美世界(002624.SZ)2024年财报显示，《完美世界》(Perfect New World)《灵笼》《代号Luck-1ng》《代号新世界》等项目预期收入不佳，公司决定予以关停，并相应进行人员优化。

2024年，完美世界销售费用和研发费用分别下降27.22%和12.19%，研发人员数量下降35.51%，减少了1418人。当年，完美世界实现营业收入55.70亿元，净亏损12.88亿元，扣非净亏损13.13亿元。

与游族网络相似，完美世界的亏损境况在2025年第一季度得到扭转。今年第一季度，该公司实现营业收入20.23亿元，同比增长52.22%，实现净利润3.02亿元，扣非净利润1.63亿元。其中，游戏业务实现营业收入14.18亿元，较上年同期增长10.37%。

对于一季度业绩上升的原因，完美世界方面表示，主要系2024年12月《诛仙世界》上线，在第一季度确认收入并带来收入同比增量；电竞产品《DOTA2(刀塔)》及《CS(反恐精英：全球攻势)》以赛事为依托，一季度收入较上年同期增长。

“自2024年以来，随着游戏行业存量竞争加剧，完美世界游戏业务着力推进两方面工作，一是聚焦长青游戏，通过持续迭代的游戏内容、精细多元的用户运营，保持玩家活跃生态，实现长期稳定运营；二是重新审视经营策略及产品布局，对在研项目进行系统梳理和取舍，关停预期收益不佳、缺乏市场竞争力的项目，将资源集中到更具确定性的优势项目上。”完美世界方面表示。

在收缩节流的同时，游族网络方面还持续深化AI赋能互动娱乐

产业相关布局，不断强化AI技术在游戏中的融合应用。

据介绍，在发行层面，游族网络AI创新院旗下红岸实验室以AI驱动优化广告投放策略，实现发行全环节的AI工具产品化，覆盖从版本发布、平台接入、市场推广、数据分析、用户管理等发行全环节，有效提升了“一个版本、全球发行”的经营效率；在研发层面，AI技术已融入游族网络的游戏研发全流程，推动游戏生产管线向自动化、标准化、规模化迈进，覆盖美术资产生产、代码生成、TTS语音生成、音乐大模型、本地化翻译等多个领域；在用户服务层面，游族网络推出的AI伙伴“小游酱”已嵌入多款游族网络旗下游戏，并接入满血Deep-Seek模型，通过为玩家提供专属助理、情感链接等个性化服务，多维度提升了玩家的娱乐体验。

蓝港互动连亏十年：游戏业务受挫 员工数量锐减

本报记者 李哲 北京报道

2014年上市之初，蓝港互动

(08267.HK)曾凭借《王者之剑》《苍穹之剑》等产品在游戏市场占

据一席之地。之后的十年来，其尝

试业务转型，但始终未能扭亏。近日，蓝港互动披露的2024年财报显示，其净利润亏损2989

万元，同比下滑75.85%。这已经是蓝港互动上市以来连续第十年亏损。

2024年，被蓝港互动寄予厚望的新游戏《闹闹天宫2》表现不温不火。在2024年财报中，蓝港互动的游戏业务贡献收入

连续十年亏损

财报显示，蓝港互动在2024年实现营业收入1.46亿元，同比增长7.8%；但净利润则亏损2989万元，同比下滑75.85%。

其中，游戏业务贡献收入约为3979.1万元，较2023年减少约43.2%。对于游戏业务的收入下滑，蓝港互动在财报中提到，主要是由于2023年确认授权哔哩哔哩全球发行《伊苏—梦境交织的长夜》的相关收入，而2024年并无确认类似授权收入。

蓝港互动方面表示，其深化游戏及影视两大业务战略，加大重点战略领域的自主研发投入并将第三代互联网作为未来发展的战略重心，以其为整体业务的长期蓬勃发展储备力量及输入新血。其中包括游戏产品《闹闹天宫》，影视作品《念念人间玉》和《陷入我们的热恋》等。

事实上，蓝港互动自2014年赴港上市以来，其净利润从未实现盈利。

上市当年，蓝港凭借《王者之剑》《苍穹之剑》《神之刃》三款产品在中国游戏市场占据一席之地，并成为中国手游研发商和发行商TOP10，但净利润却亏损1.54亿元。

随后的十年间，蓝港互动的净利润一直处于亏损状态。其中，2017年净利润亏损额最大，达到-2.94亿元。

在蓝港互动净利润持续亏损的同时，其员工数量锐减。财报显示，截至2024年年底，蓝港互动的在职员工仅为57人，相较2023年减少31人。事实上，蓝港互动近年来在职员工数量持续减少。2017年年底在职员工数量为720人，而在2018年便锐减到284人，2023年首次跌破100人。

面对经营困境，蓝港互动在

近十年间也曾尝试跨界自救。比如，其于2022年第二季度开拓食品业务。当年，蓝港互动通过北京星满厨科技有限公司(以下简称“星满厨”)在互联网直播平台上开启了预制菜销售业务，主推商品是糯米笋。通过这一方式，蓝港互动在财报中提到，2022年实现营收5839.2万元，利润则为亏损256.8万元。

不过，在蓝港互动试图跨界拉动营收增长的同时，其游戏业务的营收却呈现下滑态势。在此背景下，蓝港互动方面对外表示，将继续专注于核心业务(即游戏业务及影视业务)，于2022年第四季度停止探索在中国电商平台销售食品的业务。

记者注意到，在2024年财报中，蓝港互动提到了第三代互联网业务，这或许是其又一次转型尝试。

据了解，2024年2月，蓝港互动CEO王峰将其持有的Element股份全部无偿转让给蓝港互动。通过本次股份转让，蓝港互动获得Element 35%的股权。蓝港互动方面提到，此举将助力于公司在第三代互联网业务的发展。

Element为全球区块链网络上最受欢迎的非同质化代币(以下简称“NFT”)交易市场之一，主要提供NFT链上交易服务，具体包括：NFT数字藏品交易平台(Element Market)，为世界各地的游戏玩家、NFT收藏家和投资者提供安全可靠的交易服务；NFT-as-a-Service技术解决方案(Element Stack)，向企业、创作者和交易者提供定制化的NFT解决方案。2024年，Element Market的交易地址数4497937个，成交3125104笔，交易额约4.13亿美元。



蓝港互动旗下游戏《闹闹天宫2》海报。

本报资料室图

新游未激起多少水花

蓝港互动方面曾表示，2023年为关键的转折年。当年，其游戏业务集中于自研精品策略，打造旗下自有IP产品，将《闹闹天宫1》续作《闹闹天宫2》进行长达一年的多轮测试，已经接近大规模公测的水平。

2023年，蓝港互动的营收为1.36亿元，同比增长89.75%；净利润亏损1742.6万元，同比增长71.27%。

据了解，《闹闹天宫1》在2019年由腾讯代理发行。《闹闹天宫1》历史注册用户超过2000万。作为蓝港互动近年来运营最成功的IP，其于2021年正式启动了《闹闹天宫2》项目的自主研发。

蓝港互动方面介绍，《闹闹天宫2》延续了前作的国风美术风格

及中国古代神话人物设定。玩家可以通过编辑自己的英雄卡组、持续搭配不同参战阵容，来取得最终的游戏胜利。在游戏过程中，玩家将通过策略性的英雄升级及合成，挑战充满随机性的关卡，体会刺激的塔防体验。

与此同时，蓝港互动在2023年财报中提到，《闹闹天宫2》希望以自身为载体，向更多新老玩家传递中国传统文化的魅力，以致敬国粹、传承国风。在游戏内，多款以“京剧”“相声”为主题的“皮肤”也同步阶段性植入。彼时，蓝港互动方面透露，《闹闹天宫2》在2023年4月获得游戏版号，并已完成多轮产品调优工作，预计于2024年二季度上线。

值得注意的是，《闹闹天宫2》虽然延续了“闹闹天宫”的命名方式，但其游戏玩法从《闹闹天宫1》的MOBA(多人在线战术竞技游戏)类游戏转变为塔防卡牌类游戏。

另外，蓝港互动还在2023年财报中透露，基于国内小游戏市场的持续火热，以及《闹闹天宫2》产品玩法特点与小游戏用户定位的契合，其预计于2024年第二季度推出对应的小游戏应用版本，进一步扩大用户规模。同时蓝港互动也将在2024年第二季度启动存量手游产品以及储备IP的小游戏版本开发工作。

公开信息显示，2024年9月6日，《闹闹天宫2》开启全平台公测。但就在2024年9月2日，蓝港

互动副总裁陈浩由于个人发展原因已从公司离职。据了解，陈浩自2014年蓝港互动上市之时就已经在公司任职。有传闻陈浩在公司内负责《闹闹天宫2》的开发。

记者就此事向蓝港互动方面求证，截至发稿未获回复。陈浩从蓝港互动离职后，《闹闹天宫2》这款游戏并未在市场中激起多少水花。其甚至推出了0.1折送“神将”的游戏活动。

如今，这款曾被蓝港互动寄予厚望的游戏，在2024年财报中鲜少出现，甚至此前提到的小游戏版本更是只字不提。目前来看，蓝港互动凭借此前经典IP打造的游戏续作，在经过三年研发、上市后，并未能助其扭转业绩颓势。