

电魂网络由盈转亏 老游戏流水下滑

中经记者 李哲 北京报道

受部分老游戏流水下滑、新游戏上线后推广效果不及预期拖累,电魂网络(603258.SH)预计上半年业绩由盈转亏。

近日,电魂网络披露的业绩预告显示,其预计上半年净利润亏损750万元至1100万元。《中国经营报》记者注意到,这是自2016年上市以来,电魂网络首次在半年报期间出

现亏损。

事实上,近年来电魂网络的营业收入及净利润长期处于下滑态势。这与其主营游戏作品《梦三国》系列端游的经营业绩表现不佳息息相关。这一系列端游作品的最初版本《梦三国》于2009年上线,随后2015年《梦三国2》上线。2024年财报显示,《梦三国》系列端游在电魂网络的营收占比达65.27%。

上半年业绩预亏

在亏损之际,电魂网络于2025年6月对外披露,其实际控制人之一、董事长、总经理胡建平因个人资金需求计划通过集中竞价及大宗交易方式减持,减持股份数量不超过489万股,即不超过电魂网络总股本的2%。

根据电魂网络披露的业绩预告,其上半年预计实现归属于母公司所有者的净利润为-1100万元至-750.00万元;预计归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润-1800万元至-1200万元。而在2024年上半年,电魂网络的净利润为5930.69万元。

对于上述业绩表现,记者联系电魂网络方面采访,截至发稿未获回应。

不过,电魂网络方面在公告中提到,其上半年净利润预亏与部分老游戏营收下降、新游戏上线后推广效果不及预期等因素相关。

此前,在2020年,电魂网络旗下核心游戏作品《梦三国2》突破历史最高充值纪录,并于2021年入选第十九届杭州亚运会电竞赛项。

但财报显示,自2021年以来,电魂网络的营业收入及净利润表现便进入下滑通道。在2021年财报中,电魂网络提到,当年其各项业务运行平稳,受行业总体增长大幅度放缓的影响,营业收入同比下降2.70%;净利润同比下降14.19%。

2022年,电魂网络的营业收入和净利润分别下滑20.64%和40.66%。彼时,其亦将经营数据下滑归结于行业总体增长大幅度放缓趋势影响。

在2022年,电魂网络对外披露了自主研发的“魔性竞技+RPG”多元化游戏《野蛮人大作战2》的在研进度。当时,该游戏尚未上线就已获得2021年金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”并入选TapTap全球发布会精选游戏。

时间来到2023年,尽管电魂网络的《梦三国2》在杭州亚运会电竞赛事中崭露头角,但其营业收入和净利润仍分别同比下滑14.36%、71.73%。

2024年,电魂网络未能扭转业绩下滑趋势,当年营业收入同比下降18.71%,净利润同比下滑46.20%,扣非净利润更是同比下降91.11%。

在亏损之际,电魂网络于2025年6月对外披露,其实际控制人之一、董事长、总经理胡建平因个人资金需求计划通过集中竞价及大宗交易方式减持,减持股份数量不超过489万股,即不超过电魂网络总股本的2%。

主力游戏收入下降

目前,电魂网络新上线或储备的新游,尚难撼动《梦三国》系列端游的地位。其中,《野蛮人大作战2》在未上线之时曾荣获2021年金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”。但这款游戏上线后,却有玩家吐槽称“作为一款竞技游戏,氪金属性打破了游戏公平”。

在2021年至2023年的财报中,电魂网络将其业绩下滑的部分原因指向了行业总体增长大幅度放缓。

但《2021年中国游戏产业报告》显示,2021年中国游戏用户规模达6.66亿人,同比增长0.22%;市场实际销售收入2965.13亿元,较2020年新增178.26亿元,同比增长6.40%。占主导地位的自主研发游戏收入同比增长6.51%。

到了2023年,中国游戏市场实际销售收入首次突破3000亿元关口,为3029.64亿元,同比增长13.95%。2024年进一步增长7.53%至3257.83亿元,再创新高。

虽然近年来国内游戏市场处于增长态势,但竞争也在不断加剧。头部企业具备资本充足、技术雄厚、用户资源等优势,以此抢占市场。而一些中小游戏公司特别是工作室,也可以通过爆款游戏从中分得一杯羹。

面对市场竞争白热化、买量成本提升、玩家流失等风险,电魂网络的业绩承压,并受到监管部门关注。

根据电魂网络披露,其于近期收到上交所《关于电魂网络2024年年度报告的信息披露监管问询函》。上交所要求电魂网络方面补充披露相关主力游戏的收入、流水金额等数据,并就其重大变化说明原因。

电魂网络方面回复表示,《梦三国2》作为电魂网络的主要游戏作品,其营业收入在2022年至2024年分别为5.08亿元、4.41亿元和3.59亿元,连续三年呈现下滑态势,同比降幅分别为7.28%、13.28%



电魂网络《梦三国2》与旅游景点联动。

和18.46%,呈现出扩大趋势。

《梦三国2》是一款运营时间超过十年的游戏,随着上线时间的推移,新进用户会逐步减少,老玩家也会有一定流失。电魂网络在2018年至2019年对这款游戏的运营策略做出了调整,推出了周年庆和春节档等形式的活动,叠加宏观经济等因素影响,其流水在2020年达到新高。

但好景不长,该游戏流水在2021年至2023年逐步下滑,原有的运营策略对用户的吸引力逐步减弱,到2024年总流水出现了较大幅度的下滑。

电魂网络方面提到,后续将继续结合玩家反馈及市场表现不断调整优化运营策略,改善玩家游戏体验,延长产品生命周期。2024年

流水总额、月均ARPU(每用户平均收入)大幅下降主要受游戏年限增长对玩家吸引力下降影响;2024年营业收入下降幅度小于流水总额,主要因收入根据道具消耗情况或付费玩家生命周期摊销确认,收入波动较流水波动相对滞后所致。

2024年财报显示,来自《梦三国》系列端游的收入仍占电魂网络总营收的65.27%。

到了2025年上半年,电魂网络净利润进一步下滑。在业绩预亏公告中,电魂网络方面透露,上半年业绩预亏主要受两方面因素影响,一是部分老游戏营收同比下降,同时部分新游戏上线后推广效果不及预期;二是当期收到的政府补助大幅减少,其他收益为258.75万元,较上期减少1672.24万元。

至于上述提及的“老游戏”是否与《梦三国》系列端游相关,记者联系电魂网络方面置评,截至发稿未获回应。

成熟游戏长期占据较高营收比重,意味着新游戏的表现并不突出。

目前,电魂网络新上线或储备的新游,尚难撼动《梦三国》系列端游的地位。其中,《野蛮人大作战2》在未上线之时曾荣获2021年金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”。但这款游戏上线后,却有玩家吐槽称“作为一款竞技游戏,氪金属性打破了游戏公平”。

据电魂网络披露,2025年公司还将陆续上线诸如《爆爆军团》《旅人日记》《遇见龙2》《卢希达起源》等游戏作品。

世纪华通利润翻倍:爆款游戏在海外“大杀四方”

爆款游戏出海掘金

中经记者 许心怡
吴可仲 上海报道

继2024年收入领跑A股游戏公司后,世纪华通(002602.SZ)的业绩在2025年上半年继续大幅增长——收入预计将增长83.27%,净利润预计至少增长一倍。

《中国经营报》记者获悉,世纪华通的高增长主要得益于“X+SLG”游戏《Whiteout Survival》和《Kingshot》。遵循玩法融合和题材套用的逻辑,世纪华通近两年跑出不少爆款,在海外市场以及国内小游戏市场“大杀四方”。

其中,《Kingshot》于2025年2月底上线海外市场,5月收入实现翻倍式增长后,6月收入再涨56%,并跻身当月中国出海手游收入三甲之列。



图为《Kingshot》游戏画面。

布局“X+SLG”

《Whiteout Survival》和《Kingshot》都是点点互动采用了“X+SLG”战略的产品。

SLG原本是一种十分重度的游戏品类,玩家需要在其中投入大量的时间,并不断集中精力作出判断、进行决策。以SLG鼻祖《文明》系列为例,玩家常常有“一玩《文明》就到天亮”之类的时间梗,调侃此类游戏的深度和对玩家的吸引力。

“X+SLG”是指将SLG与其他玩法融合,从而将原本重度的SLG

谓延续了近两年的高速增长趋势。2024年全年,世纪华通收入同比增长70.27%,达到226.2亿元,领跑A股游戏公司收入榜。

在原本的高收入基础上,世纪华通仍然实现了高增长,这得益于爆款出海产品《Whiteout Survival》和《Kingshot》。根据Sensor Tower 2025年6月中国手游收入榜,这两

款产品分别位列第1和第3名;另外,《Kingshot》在收入增长榜上位列第1名。

根据Sensor Tower数据,上线两年半的《Whiteout Survival》全球累计收入已突破28亿美元大关;今年2月下旬上线的《Kingshot》5月收入翻倍,6月再度劲增56%。截至7月5日,《Kingshot》累计收入突

破1.35亿美元。Sensor Tower方面认为,《Kingshot》正加速成长为全球SLG品类的下一个现象级产品,排名有望继续攀升。

《Whiteout Survival》和《Kingshot》均出自世纪华通子公司点点互动。世纪华通方面表示,除了这两个“爆款”作品,点点互动旗下的《Dragonscapes Adventure》《Family Farm Adventure》《Frozen City》《High Seas Hero》等多款产品也持续在全球范围内拓展市场份额。根据Sensor Tower发布的6月中国手游发行商收入榜,点点互动位列第2名,仅次于腾讯。

世纪华通业绩预告称,旗下另一子公司盛趣游戏的多款游戏始终保持着较高的用户活跃度和稳定收入。此外,公司坚持精细化管理战略、降本增效等系列措施已见成效,项目实施成本和毛利率持续改善,给公司本期净利润及经营活动产生的现金流量净额带来一定程度的增长。

据世纪华通方面披露,年初以来,盛趣游戏聚焦核心IP运营策略,深入挖掘私域流量的商业价值。其中,《传奇新百区-盟重神兵》上线首

日即空降iOS免费榜Top10;另一款IP新作《龙之谷世界》上线首日不仅轻松登顶免费榜,更是一举冲入畅销榜第8名,成为2025年众多上线新游中首个在首发当天即成功杀入iOS畅销榜Top10的产品。

依托这套经过验证的成功模式,盛趣游戏正加速推进《传奇世界》《彩虹岛》《永恒之塔》等核心IP的多端互通版本研发工作,开拓增量市场空间。

此外,盛趣游戏也在尝试走出“舒适区”。5月,首款非MMO类新品《云海之下》上线,尝试放置RPG轻量赛道;6月,基于经典IP《饥荒》打造的生存类游戏《饥荒荒野》开启焕新测试。其多端互通新游《大航海时代:起源》也在紧锣密鼓地测试中。

世纪华通方面表示,其正全力推进人工智能与游戏业务的深度融合,成效已在多个环节显现——在美术资源创作方面,AI辅助工具的应用使效率提升了60%—80%;在游戏内容生成环节,《无尽冬日》中就大量采用了AI生成剧情骨架,再经人工精修优化的方式,内容生产效率得到提升。

世纪华通披露的《关于追认2024年度日常关联交易及2025年度日常关联交易预计的公告》显示,其与腾讯2024年度日常关联交易实际发生金额约31亿元,与预计金额差异139.50%,主要系公司相关产品在微信小程序游戏渠道流水表现优异,在小程序游戏平台业务规模发展远超预期,导致公司向关联公司支付的渠道费用同步提升。2024年,世纪华通与腾讯的渠道结算收入为22.5亿元,渠道费为5.8亿元。

玩法进行轻度化、休闲化改造。冰雪题材的《Whiteout Survival》在SLG玩法中加入了与题材相契合的模拟经营玩法,《Kingshot》则将轻度塔防与SLG相融合。

“X+SLG”早已成为SLG赛道的一大趋势。2020年,由三七互娱推出的《Puzzles & Survival》将三消与SLG融合,成为全球爆款,目前在手游收入榜上位居第14名。

记者了解到,《Whiteout Survival》对重度SLG进行了中度化改造,在前期弱化了原本应在SLG中

占据核心地位的探险、收割资源等玩法,将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上,从而吸引到一批模拟经营爱好者,并让他们脱离新手期后,又能够感受到后期联盟、资源争夺战斗等带来的SLG体验。

除了玩法融合,题材套用也是包括点点互动在内的多家游戏厂商常走的路径。

已经爆红两年多的《Whiteout Survival》并非点点互动推出的首部冰雪题材产品。在《Whiteout Survival》