

GTA 6呼之欲出 Take-Two 迎来“翻身之年”？

中经记者 许心怡 吴可仲
上海报道

在玩家对《侠盗猎车手6》(以下简称“GTA 6”)翘首以

盼时,Take-Two 给市场注入了一针强心剂。

5月22日,Take-Two 发布2026财年(2025年4月1日—2026年3月31日)财报,重申

GTA 6将于2026年11月19日登录PS5与Xbox Series X/S平台,并透露游戏的营销推广活动将于今年夏天启动。作为游戏行业近年来最受

关注的产品之一,GTA 6的开发进度、发售时间以及商业表现,不仅关系到Take-Two未来业绩,也被视为影响全球游戏市场的重要变量。

在GTA 6带动下,Take-Two 预计2027财年(2026年4月1日—2027年3月31日)净预订额将达到80亿—82亿美元,创历史新高。不过,在超

级IP光环背后,Take-Two 也正面面临3A游戏研发周期拉长、成本攀升、连续亏损以及移动游戏依赖度提升等多重挑战。

“金字招牌”

在2026财年,“GTA”系列贡献了公司净收入的12.4%。

最初,GTA 6原定于2025年秋季发售。经过两次延期后,这款游戏的发售时间被推迟了一年。

Take-Two 子公司,“GTA”系列制作方Rockstar先后在2023年12月和2025年5月发布了GTA 6首支和第二支预告片。预告片一经发布,便迅速引发全球玩家的高度关注。Take-Two 方面介绍,在流媒体平台YouTube上,GTA 6的首支预告片在24小时内获得超过9300万次浏览量,创下平台“非音乐类视频首发观看量最高”的纪录;第二支预告片跨平台上线后,24小时内观看量突破4.75亿次,成为史上首发观看量最高的视频之一。

Take-Two 的管理层也对GTA 6发售寄予厚望,认为其将提振公司业绩。Take-Two 方面预计,2027财年营业收入79亿—81亿美元,同比增长18.69%—21.69%;净利润或将转正,提升至1.05亿—1.41亿美元;净预订额或增长约20%,达到80亿—82亿美元,创历史新高。

豪赌3A

Take-Two的主要收入来源却并非主机游戏,而是更轻量化的移动游戏。

尽管“GTA”系列吸金能力惊人,但在2023—2026财年(2022年4月1日—2026年3月31日),Take-Two已经连续4年陷入亏损。

2026财年,Take-Two净亏损为2.982亿美元。其中,营业亏损为1.042亿美元,较上一财年(亏损43.911亿美元)有所收窄。其亏损收窄的主要原因是上一财年计提了35.452亿美元商誉减值,而本财年没有对应支出。

对Take-Two来说,3A级别的主机游戏研发需要耗费漫长时间和巨额成本。

与此前相比,“GTA”的研发时间越来越长。GTA 5与GTA 4的发布时间间隔了5年,而GTA 6



图为《侠盗猎车手6》预告片画面。

视觉中国/图

元,创历史新高。

在财报发布后的电话会议上,Take-Two 董事长兼CEO Strauss Zelnick将GTA 6称为“有史以来最受期待的娱乐产品之一”,称在以这款游戏为核心的推动下,2027财年有望成为Take-Two实现突

破性增长的一年。

“GTA”系列是Take-Two的一块“金字招牌”。该系列是将背景设置在美国都市的犯罪题材游戏,第一部GTA发布于1997年。算上GTA 6,“GTA”系列作品数量多达18部,发行时间横跨近30

年。Take-Two 方面披露的数据显示,“GTA”系列累计销量已超过4.7亿份。

其中,GTA 5发布于13年前,是历史上最快实现10亿美元零售销售额的娱乐产品。在开局爆发后,GTA 5迎来漫长的生命

周期,横跨三代主机平台发行。Take-Two 方面披露,截至财报发布日,GTA 5累计销量接近2.3亿份。

Take-Two 财报显示,在2026财年,“GTA”系列贡献了公司净收入的12.4%。

则预计将在GTA 5发布的13年后面世。

Take-Two 在财报中披露,其1.29万名全职员工中,9998人来自研发工作室。

“由于我们的业务高度依赖‘爆款游戏’的打造,而此类产品所需的研发与营销预算不断上升,因此,雄厚的资金实力已经成为行业竞争中的关键因素。”Take-Two 方面表示,“行业变化迅速,要求我们往往需要提前数年预判产品如何在市场中保持竞争力。我们已经并可能在未来继续投资新的商业模式、技术、分发方式、产品与服务,但这类战略投资的财务结果本质上具有高度不确定性”与波动

性。如果某一IP的人气下降(历史上其他热门IP也曾出现类似情况),我们可能需要对相关未摊销的知识产权资产进行减值处理,从而对业务产生负面影响。”

此外,主机游戏的发行也有赖于主机平台。Take-Two 披露:“我们相当一部分收入来自为第三方游戏主机平台开发的产品,例如索尼PlayStation和微软Xbox主机。该部分业务在截至2026年3月31日的财年中,占我们产品平台净收入的39.0%。”

然而,主机商在帮助第三方游戏发行的同时,本身也扮演游戏研发、发行商角色,是Take-Two等游戏公司的竞争对手;另外,主机

的受欢迎程度、供应量、价格涨跌也将影响包括“GTA”在内的第三方游戏的销量。

而Take-Two的主要收入来源却并非主机游戏,而是更轻量化的移动游戏。

财报显示,Take-Two 在2026财年净收入为66.564亿美元,较上一财年增加10.228亿美元,同比增长18.2%。其中,Take-Two的主要收入来源为移动端,占比为50.1%,达33.33亿美元;主机游戏收入占比为39.0%,PC及其他平台收入为10.9%。

对于Take-Two仍坚持游戏大作开发的原因,《中国经营报》记者联系Take-Two方面采访,截至发稿未获回复。

“移动游戏业务目前已经成为Take-Two 稳定现金流的重要来源。相比3A主机游戏,手游产品更新频率更高、生命周期更成熟,能够持续贡献流水和利润。”

广大数据研究员胡小路对记者表示,对Take-Two来说,移动游戏承担着公司经营层面的“基本盘”角色。

值得注意的是,Take-Two的移动端收入主要来自App Store与Google Play。在2026财年,其约91.0%的移动收入来自这两个渠道。因此,Take-Two必须遵守这些第三方平台的政策与服务条款,而这些平台对游戏的推广、分发、内容及运营拥有较大裁量权,并可随时修改规则。

“双线战略”

Take-Two拥有丰富的IP和产品矩阵,旗下的核心发行、运营品牌共有三家。

在全平台上打造丰富的产品组合及长期产品储备是Take-Two 对抗不确定性的主要措施。

超级IP“GTA”仍然是Take-Two 最核心的战略资产。“它所带来的价值并不局限于游戏销量本身,还包括长期运营能力、IP影响力、全球市场认知度,以及后续衍生开发和跨媒体商业化空间。”胡小路说道。

Take-Two 拥有丰富的IP和产品矩阵,旗下的核心发行、运营品牌共有三家:专注全平台的Rockstar和2K,以及专注手游的Zynga。其中,Rockstar旗下除了“GTA”系列,还有“荒野大镖客”系列等产品;2K旗下有着NBA 2K等体育产品,以及“无主之地”系列、“文明”系列等产品;Zynga旗下的移动端游戏累计下载量已超过100亿次。

“从经营逻辑来看,这实际上是一种典型的‘双线战略’:手游业务负责提供稳定收入与现金流,3A产品则负责巩固行业地位、品牌影响力以及长期IP价值。”胡小路提到,近年来,不少游戏公司在移动游戏业务成熟后,也开始加大对高规格单机和主机项目的投入,本质上都是希望同时获得商业回报与品牌口碑。

值得注意的是,Take-Two并不完全依赖游戏首发销量,在推出买断制游戏后,仍可通过长期运营持续获得玩家消费收入。

2026财年,Take-Two 持续性玩家消费收入达51.96亿美元,收入占比78.1%,与上一财年相比增加了7.22亿美元。这部分收入来源包括虚拟货币、追加内容、游戏内购以及游戏内广告所带来的收益。2026财年,这部分收入的增长主要来自篮球游戏NBA 2K系列以及移动游戏Color Block Jam收入的提升。

育碧亏损创新高 重塑计划能否扭转颓势？

中经记者 李哲 北京报道

5月21日,育碧发布的2025—2026财年财报显示,其净利润亏损达14.75亿欧元,创上市以来最大年度亏损。

育碧联合创始人兼首席执行官伊夫·吉勒莫表示:“过去一个财年对育碧而言是采取决定性行动

创上市以来最大亏损

根据育碧发布的2025—2026财年财报,其创上市以来最大年度亏损,其中营业利润亏损13.22亿欧元,净利润亏损更是高达14.75亿欧元。

上述业绩表现主要受到重塑计划的影响。育碧方面披露,其创业以来最大规模的重塑计划包括精简开发管线、关闭部分工作室、暂停多款游戏开发以及裁员等。该计划为期两年,将持续至2026—2027财年结束。

截至2026年3月底,育碧旗下员工总数为16590人,较去年减少约1200人。

经过一系列调整,育碧将固定成本降至14.35亿欧元,这让其相较上一财年节省1.18亿欧元。自2022—2023财年以来,育碧累计削减约3.25亿欧元的固定成本。

的一年。我们启动了公司历史上最具雄心的重塑计划。为期两年的转型,将导致育碧的经营数据陷入低谷。”

值得注意的是,在育碧转型期间,腾讯对其子公司Vantage工作室注资11.6亿欧元。此举助力育碧降低了资金杠杆。

按照计划,育碧到2028年3月将固定成本基础进一步压缩到12.5亿欧元。

值得注意的是,育碧在财报中提到了腾讯对其的资金支持。财报显示,育碧在2025—2026财年与腾讯完成一笔战略交易。通过该交易,腾讯为育碧带来11.6亿欧元现金,帮助其降低资金杠杆。

2025年11月,腾讯以11.6亿欧元注资育碧旗下Vantage工作室,取得26.32%的经济权益。未来,Vantage工作室的控制权仍由育碧掌握。该工作室旗下囊括了育碧的三款核心IP:《刺客信条》《孤岛惊魂》《彩虹六号》。

至于与腾讯的合作对中国区市场将带来哪些影响,《中国经营报》记者联系育碧方面采访,截至发稿时未获回复。

推进重塑计划

作为全球知名的游戏公司,育碧旗下拥有成熟的3A工业化管线,旗下的《刺客信条》《孤岛惊魂》《彩虹六号》等游戏曾为其带来丰厚的回报。但在全球游戏市场竞争加剧的背景下,近年来育碧显现疲态。为此,其在2026年1月披露了重塑计划。

根据重塑计划,育碧将打破原有“大而全”的经营方式,通过采用去中心化运营模式,将旗下资产划分为五个创意部门。这五个部门各自聚焦在开放世界游戏、射击类游戏、休闲游戏等不同的业务分支,拥有完全的财务所有权。

这五个创意部门的侧重点有所不同。其中,Vantage工作室将聚焦于扩展和延伸育碧旗下游戏代表作(《刺客信条》《孤岛惊魂》《彩虹六号》等)。而其他创意中心则将分别聚焦在开放世界游戏、射击类游戏、休闲游戏等分支。

育碧作出这样的决定是基于对当前游戏市场整体竞争的考量。当前,在休闲游戏营销支出较高的背景下,3A游戏这条赛道面临更大挑战。伊夫·吉勒莫表

示,随着开发成本不断攀升和品牌建设面临更大挑战,3A游戏行业正变得愈发挑剔且竞争激烈。不过,当精品3A游戏取得成功时,其财务潜力会达到前所未有的高度。

根据育碧的规划安排,重塑计划为期两年。这意味着在2026—2027财年,重塑计划的影响仍将延续。伊夫·吉勒莫提到:“在2026—2027财年,我们将推进并完成这一转型的落地,同时在内容周期大幅走强且持续向好的背景下持续加大投入。因此,2025—2026财年预计是我们自由现金流走势的低点,同时新游戏发行计划表现疲软,还会产生重组成本。”

这场为期两年的转型,或将导致育碧的经营数据陷入低谷。不过,伊夫·吉勒莫表示,其坚信这些举措能更好地让育碧为实现长期可持续的自由现金流做好准备。“2026—2027财年之后的预期结果将是一次重要反弹,这将由大幅增多的新游戏上线计划、直播游戏的加速发展以及固定成本基础的持续降低推动。公司自由现金流将在2027—2028财年转



图为“2025年德国科隆游戏展”育碧展台。

视觉中国/图

正,并在2028—2029财年达到稳健水平。”

伊夫·吉勒莫解释称,预计在2026—2027财年至2028—2029财年间实现累计自由现金流为正。在此背景下,凭借充裕的流动性,育碧积极推进融资方案的评估工作,目标是在适当时机执行最高效的融资方案。

在2025—2026财年财报中,育碧披露了重塑计划的最新进展——育碧已完成部分创意部门及创意网络的核心领导任命。其中,朱利安·巴雷斯被任命为总经

理,他在电子游戏行业拥有超过25年的丰富经验,在3A游戏制作和线上运营领域担任过多个领导职务。值得注意的是,朱利安·巴雷斯在中国的工作经历超过20年。

作为较早进入中国的游戏公司,育碧在中国玩家心目中占据一席之地。《刺客信条》《孤岛惊魂》等游戏作品至今令玩家津津乐道。育碧中国官网显示,育碧在上海和成都两地设有游戏工作室。

对于此次重塑计划对中国区市场的影响,记者联系育碧方面置评,截至发稿未获回应。