

爆款游戏难以为继 Roblox 如何留住玩家？

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

如今，在游戏行业中，大DAU（日活跃用户数）游戏纷纷加入UGC（用户生成内容）功能，以维持

用户活跃度不及预期

Roblox 的季度平均DAU和用户互动时长在2025年三季度大幅上升、达到峰值之后，已连续逐季度下滑。

今年二季度，Roblox 营业收入达到14.7亿美元，涨幅36%；净亏损同比收窄三分之一，至1.85亿元。

其二季度DAU为1.23亿，同比增长10%，但比今年一季度的1.32亿减少约900万，环比下降约7%；用户互动时长合计290亿小时，同比增长5%，但比一季度的310亿小时减少约20亿小时，环比下降约6%。

Roblox 的季度平均DAU 和用户互动时长在2025年三季度大幅上升、达到峰值之后，已连续逐季度下滑。

不仅如此，衡量该公司未来收入的关键指标——预订额为15.6亿美元，同比增长8%，但环比已连续三个季度下滑。而该公司预计其三季度预订额为15.8亿—16.5亿美元

从短期爆发转向长线留存

这些游戏通过新鲜有趣的题材或玩法短时间内吸引了大量玩家，但因成熟度不高，未能在长期留住这些用户。

“令人意外的是，用户从2025年那些变现能力较强的热门爆款游戏，转向了一批新的游戏以及长青游戏，而后的每小时变现能力较低。”对于Roblox 变现能力降低的原因，Naveen Chopra 进一步阐述道。

除了用户群体自发地改变游玩偏好外，Roblox 本身的算法也进行了调整——优先曝光能够带来较高用户留存的游戏，优化平台的整体长期留存。“而这在一定程度上牺牲了短期变现。”Naveen Chopra 说道。不过，Roblox 方面认为，从长

长线运营。而作为全球最大的UGC游戏平台，Roblox 却陷入爆款游戏“短命”，难以维持长期玩家留存的困境。

近日，Roblox 发布2026年二季



图为2026年拉丁美洲科隆游戏展Roblox展台。

视觉中国/图

元，不会有明显起色。

不过，Roblox 方面并不认为用户参与度降低是其当前面临的主要问题。“实际上，我们对目前看到的用户参与度趋势相当满意。”在投资者电话会议上，Roblox CFO Naveen Chopra 表示，“我们的注册

用户数量、用户留存等数据发展趋势健康，所以整体来看，用户参与度表现良好。”

关于DAU的下滑，Naveen Chopra 将其归因于季节性的变化。而他认为，随着该平台在某些市场的重启，DAU数据或将得到修复。

主要问题是，用户对爆款游戏兴趣的消退，导致平台的变现能力减弱。Roblox 希望通过提升长青产品的曝光度，改善平台长期的变现能力以及市场占有率。

“问题出现在变现方面。”Naveen Chopra 表示。

据Naveen Chopra 介绍，Roblox 平台上的每小时预订额低于预期，这在13岁以下用户群体中表现得尤为明显，“这也是影响本季度预订额表现的主要因素”。

或玩法短时间内吸引了大量玩家，但因成熟度不高，未能在长期留住这些用户。

Naveen Chopra 表示，Roblox 将在AI、内容多元化、长期用户留存以及安全方面进行投入，虽然这会在短期内带来一定的压力，但从长期来看，有望最大程度地提升Roblox 在全球游戏市场中的份额。

关于Roblox 如何提升爆款游戏生命力等问题，《中国经营报》记者联系Roblox 方面采访，截至发稿未获回复。

大晟文化“甩包袱”：拟1元转让子公司100%股权

中经记者 李哲 北京报道

8月12日，大晟文化(600892.SH)公告披露，拟以人民币1元(实际成交价格需以产权交易所公开竞价确定)通过产权交易所以公开挂牌方式转让所持无锡中联传动文化传播有限公司(以下简称

上半年预亏

将时针回拨至2015年。彼时，大晟文化完成对中联传动、淘乐网络的收购，进而将影视文化、网络游戏资产业务注入上市公司主体。根据大晟文化方面披露，其对中联传动收购，合并成本金额为6.05亿元。

如今，淘乐网络仍是大晟文化在游戏领域的主要子公司，而中联传动则被摆上了“货架”。

截至2026年6月底，中联传动的净资产为-1.18亿元。同时，截至2026年6月底，中联传动对大晟文化的应付款为7281.35万元，该笔款项主要为支持其影视剧投资制作业务而形成的内部资金往来。

大晟文化方面表示，其目前主要聚焦于低风险的短剧及定制剧承制业务，该业务具有制作周期短、资金周转快、风险可控等特点，与轻资产运营战略高度契合。而中联传动及其下属子公司以往主要从事电影、影视剧投资制作，该类业务投资周期长、资金占用量大、市场风险较高。清理该板块资产，有助于公司进一步集中力量发展短剧及定制剧承制等核心业务。

公告显示，目前中联传动及其

“中联传动”)100%股权。

大晟文化方面公告表示，其正处于战略转型与业务聚焦的关键时期，需要集中资源发展核心业务。而中联传动及下属子公司以往主要从事电影、影视剧投资制作，该类业务投资周期长、资金占用量大、市场风险较高。清理该板



图为《桃花源记》游戏画面截图。

本报资料室/图

子公司业务规模已大幅收缩，人员配置精简，处于资产清理的合适窗口期。若拖延处理，管理成本将持续增加，亏损可能进一步扩大，拖累上市公司，剥离难度与成本也将增加。

在挂牌转让子公司之际，大晟文化的业绩表现并不乐观。2026年上半年，其预计净利润亏损2300万元至3600万元，扣非净利润亏损2350万元至3650万元。

此前，由于大晟文化在2024年度经审计的利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值，且扣除与主营业务无

关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入低于3亿元，其于2025年5月上交所实施退市风险警示。

2025年，大晟文化扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入为3.26亿元，超过了上述3亿元的标准线。因此，大晟文化在今年7月1日成功“摘帽”。但是，大晟文化仍然面临着亏损和“增收不增利”的局面。2025年财报显示，大晟文化的营业收入为3.33亿元，同比增长99.86%。但净利润亏损8115.7万元，扣非净利润亏损1.13亿元。

游戏难挑大梁

从当前大晟文化的营收结构来看，游戏业务已经退居次席。

2025年财报显示，大晟文化游戏业务实现营业收入1.55亿元，占总营收46.5%。大晟文化的游戏业务经营主体是其控股子公司淘乐网络。大晟文化持有淘乐网络89.45%股权，其代表作包括《桃花源记》《桃花源记2》《少年仙界传》等游戏。

根据大晟文化披露，手游《桃花源记》于2017年上线，当前已

“烧钱”抢市场

从2025年财报来看，大晟文化的销售费用达到2.36亿元，同比增长186.28%。

根据大晟文化方面披露，上述销售费用中，广告宣传费为2.23亿元。而广告宣传费中，短剧业务广告宣传费为1.38亿元，较上年同期增长1.31亿元；游戏业务广告宣传费8493.02万元，较上年同期增长1547.49万元。

在大额广告宣传费用的支撑下，2025年大晟文化的影视剧业务实现营业收入1.71亿元，同比增幅达1309.2%，但其毛利率则较上年同期降低了10.08%。

DataEye 研究院负责人刘尊向《中国经营报》记者表示，影视剧买量的逻辑是走“买量—付费”模式，旨在吸引用户为剧付费，这与网文、游戏等行业的做法类似。

根据大晟文化公告，因目前短剧行业处于爆发增长阶段，众多短剧公司持续扩大广告投放力

UGC不代表内容创作完全下放

经过亲手创作后，玩家与游戏内的内容有了更深的链接，更有兴趣上线游戏。

Roblox 并非传统意义上的游戏开发商，而是一家以UGC为核心的游戏平台，通过提供创作工具、内容分发、社交渠道等服务，让开发者持续生产游戏，吸引玩家参与游玩，再通过抽卡、外观和道具出售变现。

对Roblox 而言，平台能否不断产生新的内容，以及能否将合适的内容推荐给合适的玩家，关系到用户留存和商业化表现。

游戏行业调研机构New-zoo 报告指出，Roblox DAU 接近1.12亿，“已经发展成为一个供Z世代(指1997—2012年出生的人)和α世代(指2010—2025年出生的人)用户社交、创作和游玩的基础性娱乐生态系统”。

与专业游戏公司有着严格的内容生产分工、质量把控不同，Roblox 平台上的一部分创作者是没有专业开发能力的玩家，因此平台上的内容质量良莠不齐。而随着用户年龄的增大，他们对产品质量的追求或许会更高。

Roblox 意识到了这一点，也希望进一步改善平台上的创作条件。其于7月推出AI驱动的创作工具Build，进一步降低游戏开发门槛——通过这款工具，创作者可以直接在Roblox 内通过文字提示创建一款基础游戏。

关于AI 能否帮助提升平台上内容的质量，Roblox 方面未向记者作出回应。

事实上，UGC 仍是游戏提高玩家参与度的一种有效方式。

任天堂发布的2026财年一季度(2026年4月1日—6月30日)财报显示，《朋友收集：梦想生活》在该季度单季卖出794万份，成为带动整体软件销售超预期的热门产品。

《朋友收集：梦想生活》是一款由开发商主导内容生产的游戏。

据记者观察，《朋友收集：梦想生活》的UGC 系统经过了精心的设计，从而为玩家搭建了高自由度、易上手的创作框架——在角色的形象、服装、性格、居住环境、对话内容等多个维度方面，玩家可以发挥才能自行绘制、设计，也可以直接套用游戏提供的大量预设内容，最终呈现的效果质量往往非常高。

经过亲手创作后，玩家与游戏内的内容有了更深的链接，更有兴趣上线游戏。

部分玩家将游戏内场景录制、上传到视频网站后，又引来其他用户的关注。在中国视频平台上，记者就看到不少玩家利用《朋友收集：梦想生活》这款游戏，创作出基于《甄嬛传》《潜伏》等中国热门IP的形象——中国观众熟知的形象，用游戏中特有的声调演绎无厘头的对话，令人捧腹。这意味着，作为买断制产品的《朋友收集：梦想生活》也成为一种针对视频平台的UGC工具。

此外，记者观察到，在大DAU 游戏中，仅仅在游戏内塞入编辑器，并不意味着游戏有了进一步长线运营的能力——UGC 对长线运营能力的拉动，更取决于编辑器的易用程度。

而对Roblox 而言，更关键的或许不是进一步下放游戏开发能力，而是提升业余开发者的创作能力上限。

处于衰退期。2025年，该游戏的新增用户数从2024年的6.07万人下滑至3.75万人，活跃游戏用户数从35.35万人下滑至28.2万人，付费用户人均流水从0.074万元下滑至0.069万元。

对此，大晟文化方面解释称，受游戏整体生命周期衰退影响，高付费头部玩家持续流失，存量付费用户结构下沉至小额付费群体，拉高人均流水的核心客群缺失；新增用户以回流老用户为主，用户付费潜力偏弱，

充值流水降幅持续高于付费用户数量降幅，多重因素共同导致付费用户人均流水逐年明显下滑。

2026年，大晟文化预计将上线《Castile》《Weelife》这两款代理游戏。其中，大晟文化预计《Castile》在2026年的收入将达到4000万元，而《Weelife》的收入规模增长预计到2027年或可实现。自研游戏方面，《代号：剑》计划到2028年才正式上线，2028—2030年预测累计营业收入2.93亿元。

度，公司为扩大和巩固市场地位，根据行业发展情况阶段性、策略性加大短剧业务的广告支出，导致短剧广告宣传费在2025年度处在较高水平，该项投入是为扩大短剧市场的必要投入。“未来公司将通过内容精品化、投放精细化等手段控制广告宣传费，并且改善短剧业务的盈利能力。”

刘尊表示，由于微短剧量更大，套路化、同质化更高，受众也更容易不断更换口味、喜新厌旧。因此，淘汰率会远远高于传统影视。

据大晟文化方面披露，2025年其将短剧《心如灰灭》《我靠每日情报成首富》《帷面之下》《灵龟血咒》分别计提减值准备63.13万元、53.18万元、52.33万元、44.75万元。

记者注意到，当前短剧行业处于快速发展阶段，同时面临着AI的冲击。

刘尊认为，AI 让大量从业者有了低门槛创造内容的可能性，且很大程度摆脱了“物理空间”束缚。与此同时，AI 仿真人剧产能爆发，不少粗制滥造乃至低俗内容，短期内分流了真人短剧的受众。

在刘尊看来，未来短剧行业的发展趋势，必然是精品化、合规化、国际化、多元化，要摆脱野蛮生长、粗制滥造。

“短剧公司需要积极调整策略，将AI 视为产业升级的工具，以人机协同模式应对行业变革。一方面将AI 融入剧本打磨、后期制作、投放测试全流程，依靠AI 降低试错成本，”刘尊表示，要避免低价同质化“内卷”，把资源集中在原创剧本、叙事节奏、情感表达等创作环节，持续深耕精品，打造自有IP。“未来行业竞争不再比拼产能，核心壁垒依旧是好故事，技术只是放大优质内容价值。”