

开放世界赛道“冷热不均” 游戏厂商寻找“新解法”

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

开放世界游戏经过了密集的产品立项和多年研发之后,近两年陆续交出了“成绩单”。

《中国经营报》记者梳理发现,

在高成本研发、重度宣发和长线运营的压力下,开放世界游戏走向差异化竞争。并且,这些长期运营的开放世界产品市场表现明显分化。

其中,今年上半年,《洛克王国:世界》新晋为推动腾讯游戏收入增

长的产品之一,《燕云十六声》也成为网易收入支柱之一。截至8月18日,《异环》全球累计流水超20亿元,但依然未能让完美世界在上半年实现扭亏。此外,还有部分开放世界游戏遭遇失败,前期投入打了水漂。



图为“BW2026”洛克王国展台上。 公司官微/图

市场表现分化

今年3月上线的《洛克王国:世界》则成为腾讯业绩增长的新晋推动力。

过去几年,开放世界游戏曾是热门的立项方向。除了米哈游、库洛游戏、叠纸游戏之外,还有多家上市游戏公司投入其中。

近期,随着上市游戏公司陆续披露2026年上半年业绩,部分开放世界产品的经营情况也逐渐浮出水面。

其中,完美世界旗下《异环》在今年4月上线后,一度受到玩家热捧。截至8月18日,该游戏全球累计流水超20亿元。不过,由于在游戏公测初期集中进行了密集的市场推广活动,完美世界上半年实现正向盈利,净亏损1.18亿元。

今年3月上线的《洛克王国:世界》则成为腾讯业绩增长的新晋推动力。

腾讯方面在中期报告中指出,这款游戏与《三角洲行动》《无畏契约》《无畏契约:源能行动》,共同为二季度本土市场游戏收入作出显著贡献。今年二季度,腾讯本土市场游戏收入达473亿元,同比增长17%,环比上升了4%。

腾讯财报披露,在今年中国市场发布的所有新游中,《洛克王国:世界》的平均日活跃账户数和流水均排名第一。

网易2026年上半年游戏及相关增值服务净收入为507亿元,同比增长8%。财报披露,其净收入增长主要来自《梦幻西游》系列,《燕云十六声》和《蛋仔派对》等自研游戏净收入提升。

其中,《燕云十六声》于2024年年底至2025年11月先后在全球多个平台上线。截至今年8月28日,其全球玩家突破1亿。

此外,网易旗下另一款开放世界游戏《无限大》正在推进中,预计于2027年年初在全球上线。

相比之下,中手游旗下《仙剑世界》于2025年年初上线,市场表现却未达预期。经过一年的业务收缩,中手游今年上半年亏损明显收窄,其净亏损从2025年上半年的6.39亿元降至9015.5万元。

从上述游戏厂商的业绩和产品表现来看,开放世界游戏对玩家的吸引力依然存在,但不同产品之间的市场表现分化明显。

IP并非万能吸量工具

对开放世界游戏来说,IP并非万能的吸量工具。

自从《原神》爆火后,众多长期服务型游戏开始试着为玩家构建一个可以随意攀爬、游走的世界。

随着越来越多的产品进入市场,“开放世界”开始难以成为卖点。题材和玩法上的独特性,正成为新的竞争变量——开放世界产品各自建立起自己的产品特色,从而吸引玩家进入自己的世界。

《异环》是今年上线的具有代表性的开放世界产品之一。在8月20日的投资者关系活动中,完美世界方面表示,这款游戏采用“都市开放世界+超自然异象”——都市开放世界提供高包容性、高扩展性的场景平台,超自然异象的设置则为玩法提供世界观合理性。

《燕云十六声》凭借武侠题材和历史文化形成了较为鲜明的产品标签。游戏“堆料”扎实,奇希

望于通过丰富的玩法、内容吸引有着不同喜好的玩家——游戏中有体量可观的主线、支线剧情,错综复杂的大世界,多种门派、武器、武功,各具身份、性格的NPC(非玩家角色),还配以庞大的文本量,以及覆盖大量内容的配音,精美的建模和演出。

《洛克王国:世界》则以精灵养成、捕捉等玩法为核心,将开放世界与宠物养成体验结合起来。游戏中包含PVE(人机对战)、PVP(玩家对战)玩法,兼具探索趣味性和对战策略性。

值得一提的是,《洛克王国:世界》具有较强的IP基础。前作《洛克王国》是由腾讯魔方工作室群于2010年推出的网页游戏,该IP承载了很多Z世代玩家的童年回忆。在《洛克王国:世界》公测

前,其全网预约总数突破6000万。

不过,对开放世界游戏来说,IP并非万能的吸量工具。

同样在今年上半年上线、背靠腾讯超级IP、采用开放世界的《王者荣耀世界》并未取得与IP影响力相匹配的市场声量。根据第三方数据平台点点数据,《王者荣耀世界》初上线时,一度登顶免费榜,但在畅销榜仅位于50名左右。数月过去,《王者荣耀世界》的市场表现没有随着长期运营得到扭转。截至9月3日,《王者荣耀世界》在游戏免费榜位于第37名。

而在此之前,中手游旗下的《仙剑世界》、网易旗下的《射雕》均为采用了经典IP的开放世界游戏,但上线遭遇“滑铁卢”,使得此前较高的研发及宣发投入面临较大的回收压力。

长期运营能力待考

开放世界游戏虽然有长期运营的想象空间,但它并不是所有厂商都必须选择的方向。

对开放世界游戏来说,前期高额、长时间的研发投入只是一个开始。游戏进入长线运营后,还需要通过持续的更新、版本迭代和内容供给,把玩家留在这个世界,从而为前期投入提供回收空间。

在8月20日的投资者关系活动中,完美世界方面介绍,《异环》推出了四个大类的都市玩法、十多个子类玩法,来支撑产品的长期运营。

截至2026年6月30日,《异环》全球累计流水超14亿元,其中60%来自官方PC端和官方安卓渠道。截至8月18日,《异环》全球累计流水超20亿元。

尽管如此,完美世界未在上半年实现正向盈利。对此,该公司表示,新游戏在公测初期集中进行了密集的市场推广活动,相关市场费用被一次性确认,而玩家充值的流水则被分期确认为收入,收入与费用会在游戏上线初期出现阶段性错配。

对于《异环》的留存、版本更

新事宜,记者联系完美世界方面采访,对方未予回复。

点点数据显示,《异环》上线初期,曾位列游戏免费榜第1名,而此后有所下滑。尽管随着版本更新,其排名有所回升,但近一个月内,最高排名在90名左右。

开放世界游戏虽然有长期运营的想象空间,但它并不是所有厂商都必须选择的方向。对资源有限、产品表现不及预期的厂商而言,及时收缩可能是更理性的经营选择。

《仙剑世界》折戟后,中手游经过一年多的收缩,减亏成效明显。其2026年上半年财报显示,由于成本管控得到坚决执行,三项核心费用同比大幅下降。其中销售及分销开支约3051.8万元,较去年同期的3.73亿元下降91.8%;研发成本约2296.4万元,同比减少75.5%;行政开支约3599.2万元,同比减少58.1%。

而中手游手握的“仙剑”IP并未因《仙剑世界》的失败而失去生

命力。据中手游方面披露,其上半年IP授权收入为2306.7万元。

中手游方面还介绍,延续原作线性剧情与回合制玩法的单机游戏《仙剑奇侠传四:重制》的开发工作取得了进展,并于2026年6月取得版号。2025年12月,《仙剑奇侠传四:重制》发布的实机预告片“天道无常”,在哔哩哔哩平台播放48小时内迅速登顶平台热搜。该游戏预计2027年上半年正式发售。

公开信息显示,网易旗下开放世界武侠MMO游戏《射雕》研发耗时6年、耗资10亿元。这款游戏上线后表现未达预期,上线仅2个月便宣布回炉重塑,并于2025年11月24日正式停服。

不过,《射雕》似乎有“复活”的可能。国家新闻出版署2026年8月网络游戏审批信息显示,《射雕》更名为《千里之路》,出版单位由“杭州盛迈通信技术有限公司”变更为“广州网易计算机系统有限公司”。市场认为《射雕》或许将以新名称延续运营。

游戏业务拖累业绩 姚记科技营收和净利润双双下滑

中经记者 李哲 北京报道

头顶“扑克大王”光环的姚记科技(002605.SZ),在上半年的营收和净利润却双双下滑。

游戏业务下滑 16.03%

从姚记科技的具体业务表现来看,扑克牌业务在上半年实现营收4.6亿元,移动游戏和数字营销则分别为4.04亿元和4.5亿元。这三大业务收入分别占总营收的34.76%、30.54%和34.04%。并且,三者的毛利率分别为30.04%、88.13%和8.69%。

不过,移动游戏这个毛利率最高的业务板块,其营收降幅却最为明显。财报显示,除了扑克牌业务收入实现同比增长7.23%之外,移动游戏、数字营销业务分别同比下滑16.03%和13.52%。

对于上述业绩表现,《中国经营报》记者联系姚记科技方面采访,截至发稿,未获回复。记者以投资者身份致电姚记科技,该公司人士表示,游戏业务的下滑幅度并不大,基本在正常的波动范围内。

当前,姚记科技旗下从事游戏业务的公司主要有大鱼竞技(北京)网络科技有限公司(以下简称“大鱼竞技”)和上海成蹊信息科技有限公司(以下简称“成蹊信息”)。并且,姚记科技聚焦捕鱼类休闲游戏,国内产品主要有《捕鱼炸翻天》《指尖捕鱼》《姚记捕鱼3D版》《捕鱼新纪元》《大神捕鱼》等游戏。其中《指尖捕鱼》

近日,姚记科技发布的2026年半年度业绩报告显示,其在上半年实现营收13.22亿元,同比下滑8.07%;净利润2.16亿元,同比下滑15.51%;

扣非净利润2.23亿元,同比下滑12.2%。

目前,姚记科技主营扑克牌、移动游戏、数字营销三大业务板块。其中,游戏业务在

上半年营收4.04亿元,同比下滑16.03%。不过,姚记科技方面人士认为,游戏业务的下滑幅度并不大,在正常的波动范围内。



图为姚记科技总部。 视觉中国/图

《捕鱼炸翻天》《姚记捕鱼3D版》已运营多年。

财报显示,2026上半年,成蹊信息实现营收3.6亿元,净利润1.51亿元。而在上年同期,其净利润为1.84亿元。截至2026年6月底,成蹊信息总资产7.14亿元。

而大鱼竞技在上半年营收4354万元,净利润则由上年同期的1753.82万元降至亏损11.92万元。

一位不愿具名的业内人士向记者表示,当前的捕鱼游戏市场“玩家老了,游戏老了”。据该人士透露,自2018年后,相关部门基

本不再核发新增捕鱼类游戏版号,市面上合法的捕鱼类游戏全部是之前获批的存量版号产品。

“这样的局面使得已经运营多年的成熟捕鱼类游戏,继续‘烧钱’买量,会导致边际收益快速递减。”上述业内人士说道。

缩减营销开支

面对当前局面,在游戏业务营收下降的同时,姚记科技缩减了销售费用。财报数据显示,2026年上半年,姚记科技的销售费用为7095.89万元,同比下滑32.50%,主要因为游戏板块优化营销渠道,实现精准市场投放,投放费用有所降低。

事实上,在2023年至2025年期间,姚记科技的销售费用分别同比下滑32.99%、17.51%和38.14%。其销售费用也从2022年的4.76亿元下降至2025年的1.63亿元。

对此,上述姚记科技方面人士表示:“如果再加大投入的话,回报也不是很合适,因此下调了投放力度。”

“捕鱼类游戏并不是那种爆款驱动的类型,比如一些游戏在上线时做投放,流水就会有一个比较好的增量。但捕鱼类游戏是相对平滑的。不会有上下波动幅度很大的情况。”姚记科技方面人士解释称,“捕鱼游戏玩家可能玩一段时间玩腻了,就会去玩别的游戏。过一段时间又再回来,具有周期性、潮汐性的特征。”

姚记科技方面曾在2025年业绩说明会上表示,其计划在2026年保障《姚记捕鱼》《指尖捕鱼》《捕鱼新纪元》《捕鱼炸翻天》《大神捕鱼》等核心产品稳定迭代,持续输出新内容。推出限定鱼种、皮肤,开发发型公仔等周边产品,拓宽营收渠道。同时,聚焦中轻度小游戏赛道,制定“内部创业团队孵化+外部拓展引入合作”的双引擎驱动

模式,以“轻量化、精品化、高适配”为核心,聚焦大众喜爱的休闲赛道,持续产出符合市场需求的小游戏产品。

在海外市场,姚记科技的游戏产品主要有Bingo Party、Bingo Journey、Bingo Wild、Bingo Home Design、黄金捕鱼场、Fishing New Era、《捕鱼派对》等。

姚记科技方面表示,其持续推进游戏出海,2026年将重点开拓东南亚、中东、日韩、欧美四大市场,扩大海外市场份额。但是,2026年上半年,姚记科技的海外营收为9197.93万元,同比下滑10.85%。

“对当前海外市场,公司期待有所增长,但最终还是要用数据来说话。”姚记科技方面人士表示,“我们在上半年对海外业务作了一些调整,之前合作的第三方运营团队发行并不理想,接下来公司将启动海外市场自主运营体系搭建,或者寻找更有实力的第三方发行团队。”

此外,姚记科技方面曾表示,将围绕“AI技术驱动、全球化布局、精细化运营、人才梯队升级”四大主线,推动移动游戏、互联网创新营销、扑克牌三大业务板块协同发展。移动游戏侧重在核心产品迭代与小游戏赛道进行突破。

不过,据姚记科技方面人士透露,目前该公司只是将AI作为一个使用的工具来提高工作效率,降低人力成本,并没有将其融入游戏之中。