

关注

斗鱼一季度展现向好态势

成本效率明显提升,创新业务收入大幅增长

5月20日,斗鱼发布2025年第一季度财报。本季度,斗鱼持续推行的战略转型成果初显,业务结构调整继续深化,在新的市场环境下展现出向好态势。2025年第一季度,随着平台传统业务结构的持续调整,斗鱼多元化转型策略推动财务数据向好。本季度毛利润为1.14亿元,毛利率12%,实现同比、环比双增长,其中同比增长4.1%,环比增长62.6%。调整后净亏损也出现大幅缩窄,同比缩窄75.6%至2090万元。

斗鱼联席CEO任思敏表示:“2025年一季度,我们专注于增强收入多元化能力和提升成本效率。本季度公司毛利率同比改善、运营亏损同比显著缩窄。通过加大与游戏厂商的商业化合作,优化语音业务的运营和推广,公司的创新业务持续保持良好的增长势头。同时,我们逐步启动传统业务成本结构的优化进程,动态调配主播资源,平衡内容供给。在此过程中平台流量和收入规模将会受到内容调整的波动,我们认为这些是提升公司运营效率的必要措施,长期来看有利于公司的健康可持续发展。”

■新快报记者 郑志辉

有效控制成本,提升运营效率

一季度斗鱼总收入9.47亿元,其中创新业务、广告及其他收入3.83亿元,同比增长60.2%;毛利润为1.14亿元,实现双增长,其中同比增长4.1%,环比增长62.6%;毛利率达12%,同比增长1.5%,环比增长5.9%;运营亏损为2610万元,同比大幅减少84.3%;调整后净亏损为2090万元,同比缩窄75.6%。本季度斗鱼Q1平均移动端MAU为4140万,平均付费用户为290万,ARPPU为216元。

一直以来,赛事的评估、购买、运营对于直播平台至关重要,直接关系到平台的用户吸引力、内容竞争力、商业变现

能力以及长期可持续发展。

在电竞赛事内容的成本控制上,斗鱼精选官方赛事版权,如《和平精英》《王者荣耀》等,并与版权持有者争取更有利的定价,优化版权成本,同时坚持自制赛事。

本季度,斗鱼转播官方大型赛事活动近40场,包括王者荣耀KPL春季赛、穿越火线CFPL春季赛、无畏契约曼谷大师赛、CS2 Blast春季赛和里斯本公开赛等官方大型赛事;自制电竞赛事20余场,推出10场娱乐节目,重点包括Dota2的主播冠名和品牌合作赛事、英

雄联盟时光杯S2、以及结合游戏会员活动和官方赛事冠名推出的和平精英PGC节目。

而在赛事运营上,斗鱼则向着精细化、专业化、互动化发力。比如英雄联盟时光杯S2赛事邀请全网英雄联盟头部技术主播和老牌人气选手,通过创新的赛制和丰富的互动内容,将竞技性与娱乐性相结合,同时还引入了“抢人卡”“教练正在热身”“时光杯交易周”等特殊赛制,进一步丰富了比赛的观赏性,最终取得了观时增长134%、日均赛事回流大幅提升255%的卓越成绩。

业务结构调整显效,创新业务稳健发展

斗鱼公司过去一年收入多元化策略卓有成效,创新业务在一季度之前更是已连续8个季度增长,构建了公司长远健康发展的稳固基石。

本季度,斗鱼通过与主流游戏厂商合作,不断更新营销活动玩法,提供斗鱼特色的道具售卖服务,为核心游戏用户提供了沉浸式的游戏消费体验,提升了用户购买意愿。

春节期间,斗鱼开启英雄联盟蛇年限定福利专场,涵盖主播南波儿专场带货、云顶之弈4V4趣味赛事等配套直播内容,充分利用斗鱼主播、赛事资源优化厂商合作模式。

1月,斗鱼继续携手《和平精英》开启和平小店,并启动海选道具投票活动,玩家可先后在游戏内及斗鱼直播间进行投票,最终决定小店上架道具品类。通过与游戏深度绑定,和平小店将游戏道具带货转化为玩家互动,更好满足玩家消费需求的同时提升了活动参与感。此外,斗鱼利

用平台PGC节目为载体探索道具售卖,《斗鱼和平精英冒险之旅》邀请跨分区主播前往长白山开展“户外娱乐+游戏直播”,分区新增观看UV达到非活动日的两倍。

值得一提的是,游戏道具售卖之外,2025年第一季度,斗鱼推出的独立语音社交服务商业化进展顺利。语音社交服务结合春节推出一系列营销活动,辅以提高的流量分发机制,有效提升了用户的参与度和付费转化。该业务本季度收入达2.9亿元,平均月度活跃用户为49.84万,月度平均付费用户为8.29万。

语音社交服务的表现亮眼,推动创新业务、广告及其他收入整体达3.83亿元,同比增幅60.2%,在季度总收入中的占比也持续增长至40.4%。创新业务的稳健发展,为平台提供了多元化营收增长的新动力。

通过深化游戏厂商合作、发力创新业务运营两大实践,斗鱼已经走出了一条“去直播依赖化”的增长新路径,并推动二者成为构筑第二增长曲线的重要力量。

构建活力电竞内容矩阵 赋能社区生态优化

2025年一季度中,斗鱼积极推进平台资源的深度整合,全面统筹全站各分区资源,充分发挥自身在主播资源储备以及内容制作领域的专业能力,精心策划并推出了一系列高质量的PGC节目。如《斗鱼和平精英冒险之旅》,汇聚了众多人气主播、职业选手,跨年期间在长白山打造了一场冰雪风光下的直播狂欢。此外平台还结合春节节点打造了Gemini新年歌友会、金蛇狂舞娱乐春晚等精彩内容,丰富了平台PGC内容生态。

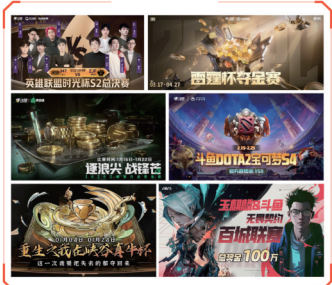
斗鱼也于本季度推出跨分区主播参与的多种平台活动,以趣味小游戏对决为核心的《铁盒七项-新年狂欢周》,王者荣耀、英雄联盟、娱乐颜值分区的15名主播在五子棋、QQ飞车等游戏中欢乐过招;联合游戏厂商结合春节节点推出覆盖14个分区的“游园新春会”活动,主播Gemini、Xleft小叮当、白鲨AyoM、若若跑的贼快、南波儿大魔王等陪伴水友迎新春,极



NO.3 构建多元内容生态 开拓游戏与泛娱乐消费场景



Q1转播官方大型赛事活动近40场
持续输出高品质电竞赛事内容



打造多元化赛事IP, Q1推出超20场精品自制赛事
以差异化内容持续布局电竞生态



发挥主播流量与内容特色, Q1推出超过10场娱乐节目
首创「PGC综艺+道具售卖」模式, 拓展游戏会员变现新场景



特色新春活动引爆全城狂欢, 用户粘性与留存率显著提升