



A股游戏中报预告分化加剧 出海、IP、AI成三大增长引擎

A股游戏板块近期迎来了一年一度的“期中考试”放榜时刻。截至7月20日,世纪华通、完美世界、吉比特、巨人网络、恺英网络、游族网络等多家头部游戏公司相继披露了2026年半年度业绩预告。从已披露的数据来看,一个鲜明的特征呼之欲出——分化。

一边是世纪华通预计归母净利润高达43亿至47.7亿元,同比增长超六成;巨人网络净利润增幅最高超过180%;游族网络净利润同比最高增长近5倍。另一边,完美世界则由盈转亏,预计亏损8000万元至1.2亿元;电魂网络亏损扩大至6500万元。

盈者愈盈、亏者愈亏的“K型分化”背后,一条分水岭已经清晰浮现。广发证券研报指出,2026年前5个月中国游戏市场实际销售收入达1584.16亿元,同比增长12.3%,自研游戏出海收入104.02亿美元,同比增长31.1%。行业整体仍在增长,但增长的果实并未均匀落袋——全球化布局、IP生态运营与AI技术赋能,正成为决定头部企业能否跑赢大盘的三大战略主线。

■新快报记者 陈学东

全球化:出海成“胜负手”

在这场业绩分化中,跑得最快的公司几乎都有一个共同特征——海外业务强劲。

世纪华通是这轮分化中最耀眼的赢家。公告显示,公司上半年合并营业收入约220亿元,同比增长约28%;归母净利润43亿至47.7亿元,同比增长61.87%至79.57%。核心引擎正是海外SLG“双王牌”——旗下Century Games稳居中国手游发行商全球收入榜亚军,《Whiteout Survival》(《无尽冬日》海外版)上线三年仍于6月登顶全球手游收入冠军;第二增长极《King-shot》(《奔奔王国》海外版)持续高位营收。双产品协同发力,标志着世纪华通已完成从单一爆款向多赛道矩阵化增长的转型。

巨人网络的爆发同样离不开全球化。公司预计上半年归母净利润20亿至22亿元,同比增长157%至183%。现象级手游《超自然行动组》春节期间单日、单月流水均创历史新高;海外版《Tomb Busters》5月登陆日本、韩国、美国市场,首日冲上iOS游戏免费榜日本第3名、韩国第7名。出海首战告捷,为巨人网络打开了新的增长空间。

招商证券研报指出,海外市场空间约为中国本土的2.7倍,用户增速更快。Sensor Tower数据显示,2026年6月,38家中国厂商入围全球手游发行商收入TOP100,合计创收20.6亿美元,占头部厂商总收入的41.6%。今年前5个月,中国自主研发游戏海外市场单月实际销售收入均保持在20亿美元以上。

游戏产业分析师张书乐在接受采访时表示,世纪华通等公司的成功“不仅让公司具备了全球影响力、海外发行能力和爆款培育能力,也让其跳出了国内日益红海化的存量竞争,进入更广阔的全球市场”。

IP生态:从“一款产品”到“一个宇宙”

如果说全球化打开了市场天花板,那

么IP生态运营则决定了企业能否在长周期内持续变现。

恺英网络是IP生态运营的典型案例。公司预计上半年归母净利润13亿至15.6亿元,同比增长36.84%至64.20%。业绩增长主要得益于《烈焰觉醒》《仙剑奇侠传:新的开始》《三国:天下归心》等多款游戏表现良好。尤为值得关注的是,2026年2月,恺英网络与韩国游戏企业株式会社传奇IP正式签署《和解协议》,彻底化解长期诉讼不确定性,相关和解收益对半年度非经常性损益的影响约2.4亿至2.8亿元。

这一和解的意义远不止于财务层面——它为恺英网络后续深化传奇IP生态运营扫清了障碍。《烈焰觉醒》凭借“传奇+仙侠”的创新融合玩法精准覆盖年轻用户群体,一度冲入微信小程序游戏排行榜前十,一季度贡献收入约10亿元。“传奇+X”模式的初步成功,验证了IP衍生的商业潜力。

吉比特则展示了多品类IP矩阵的爆发力。公司预计上半年归母净利润10.1亿至11亿元,同比增长57%至71%。业绩增长源于多款新品运营周期的集中释放——《杖剑传说(大陆版)》《道友来挖宝》于2025年第二季度上线,本期为完整运营周期;《杖剑传说》港澳台版、日本版以及《问剑长生》《九牧之野》等均在2025年下半年上线,于本期贡献增量利润。

世纪华通在国内市场同样聚焦核心IP运营,盛趣游戏上半年推出《传奇新百区合击-盟重神兵》《传奇世界无双》等新品,有效拉动老玩家回流并拓展年轻用户群体。

行业观察人士指出,2026年,围绕已验证的IP资产构建产品矩阵与运营体系,依然是游戏上市公司保障业绩确定性的关键策略之一。从“一款产品打天下”到“一个IP宇宙持续变现”,头部公司正在构建

更深厚的竞争壁垒。

AI赋能:从“降本增效”到“重构生产”

如果说全球化和IP生态决定了游戏公司的“广度”和“深度”,那么AI技术则正在重塑行业的“效率”。

游族网络是AI赋能成效最显著的公司之一。公司预计上半年归母净利润2亿至3亿元,同比增长298.76%至498.14%。业绩大幅增长的背后,是公司大力推进的AI智能化变革。游族网络自研的YOO-ZOO.AI智能体及AI工具聚合平台已接入40余个主流大模型,覆盖策划、设计、投放、运营等全业务场景。今年6月,公司还发布了自研AIGC视觉创作平台YOOLab。据36氪报道,2026年初游族网络将AI Agent从少数岗位试用推向全员,态度明确——“AI算力成本公司买单,全员免费无限额使用”。

世纪华通在AI领域的布局同样不容小觑。公司已搭建覆盖内容生产全流程的AI工具矩阵,“数龙杯”赛事与“IDEA-X”计划同步推进,持续探索AI在多场景的创新应用。在硬件层面,世纪华通还投资了“国产GPU第一股”摩尔线程。

华泰证券研报指出,AI正在从底层生产工具演变为重塑游戏产业结构的核心变量。过去两年,行业谈论AI时主要聚焦“提质增效”;进入2026年后,随着AI技术加速落地,旧的行业壁垒正逐渐瓦解,新的竞争方向已然明确。

从具体效果来看,AI的降本增效并非空谈。有创业团队透露,在其游戏最近的版本中,AI相关Token成本相比过去降低了约80%,在生成道具、生成关卡等特定业务上成本最高降低约96%。三七互娱自研“小七”大模型,AI美术资产占比超80%,多语种翻译准确率达95%。AI对游戏行业的改变,不是“将来时”,而是“现在进行时”。

观察

业绩向左,股价向右

业绩分化之外,一个耐人寻味的现象是——尽管行业收入和公司业绩双双增长,A股游戏板块的股价却在上半年持续下跌。

根据Wind数据,截至6月30日,Wind网络游戏概念指数上半年累计下跌约14%,区间最大跌幅超过25%,部分龙头游戏企业股价自年内高位以来下跌超过40%。在游戏版号持续发放、市场收入持续增长、部分公司业绩显著增长的多重利好下,板块却持续跑输算力、半导体等高景气赛道。

广发证券认为,龙头游戏股估值处于接近历史中枢的偏下位置,具备估值性价比。招商证券则指出,中国游戏市场头部产品格局逐渐固化,由长线运营的成熟产品主导,全球移动游戏增长内核已从用户数量驱动转向消费力提升驱动。

从上半年业绩预告来看,世纪华通、巨人网络、恺英网络、吉比特等头部公司已用实打实的利润增长证明了自身的盈利能力。但资本市场似乎仍在等待更多信号——AI能否真正催生新玩法?出海能否持续高增长?新品上线后的长线运营能力如何?这些问题,或许要等到下半年更多数据出炉后,市场才会给出新的定价。

