



2025年以来, AI成为企业财报中的高频词,“AI+游戏”的叙事似乎为整个行业打开了一个更广阔的空间,各家都在或主动或被动拥抱AI。或许网易CEO丁磊看得更为透彻: AI降低了游戏开发的准入门槛,但头部产品的“成功门槛”也被大幅抬高。

“AI+游戏”叙事空间有多大?

记者 罗茂林 李少鹏

能赚到钱,这是今年一季度许多游戏从业者的普遍感受。经历了过去几年的低谷,2026年中国游戏行业有望全面走向复苏。

“去年行业出了好几个爆款,分布在各个赛道,说明大家不再扎堆卷一个热门赛道了。”上海一家游戏上市公司总经理如是评价。在其看来,政策暖风叠加爆款频出,行业整体走向盈利优先、效率优先、长期主义的稳健发展轨道。

与此同时,2025年以来 AI(人工智能)成为各家企业财报中出现的高频词,“AI+游戏”的叙事似乎为整个行业打开了一个更广阔的空间,各家都在或主动或被动拥抱 AI。在 AI 的加持下成本进一步优化。

或许网易 CEO 丁磊对此看得更为透彻: AI 降低了游戏开发的准入门槛,但头部产品的“成功门槛”也被大幅抬高。

行业重回“赚钱”时代

一季度对中国游戏行业而言无疑是个良好的开局。

中国音数协游戏工委数据显示:今年一季度国内游戏市场实际销售收入达 971.72 亿元,同比增长 13.38%;中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为 63.31 亿美元,同比大增 31.76%,增速显著高于国内市场。其中:客户端游戏收入同比增长 39.38%,端游复苏与移动游戏稳健增长共同支撑行业大盘走强。

从游戏上市公司的一季报来看,这种增长态势体现得尤为明显。

巨人网络一季度实现营收 23.29 亿元,同比激增 221.70%;实现归母净利润 10.80 亿元,同比增长 210.58%。对于业绩大幅增长,巨人网络直言得益于自研新品手游《超自然行动组》的突出表现。据了解,《超自然行动组》上线后注册用户突破 2 亿,累计流水超 50 亿元,DAU 达 1000 万,成为公司业绩核心驱动力。

另一家头部公司三七互娱财报披露,一季度归母净利润为 8.73 亿元,同比增长 59.02%,多款出海新品跻身全球手游收入增长榜前列,轻量化产品与全球化发行双轮驱动。游戏网络一季度净利润同比大增 320%,海外收入占比达 66.5% 创历史新高,小游戏赛道产品收入同比增长 3 倍。

此外,汤姆猫一季度净利润同比暴增 942.96% 至 3074.71 万元;凯撒文化一季度实现净利润 1185.49 万元,同比增长 224.20%;星辉娱乐一季度实现净利润 5183.18 万元,同比扭亏为盈;老牌游戏公司吉比特一季度实现净利润 5.18 亿元,同比增长 82.68%。

“2025 年游戏行业经营情况便开始出现好转,2026 年可以说是好状态得到



郭景凯 制图

了延续。”对于 A 股游戏公司一季度整体业绩表现,某游戏产业自媒体负责人告诉记者,政策支持、爆款频出、玩家热情回归等利好因素直接带动游戏行业重回“盈利模式”。

比拼更注重“确定性”

从记者采访了解来看,游戏行业回暖离不开政策引导、行业进步及需求复苏三重支撑。

据了解,一季度国家新闻出版署累计发放游戏版号 467 款,其中国产 453 款,进口 14 款,供给端持续改善。4 月,“游戏沪十条”出台,围绕出海服务、原创精品、科技赋能等十大方向系统布局产业生态,为行业发展注入政策红利。

“目前的现状就是游戏行业普遍都能赚钱了,算是走出了 2022 年至 2024 年的那一波低谷期。”A 股游戏企业人士感慨道,因为之前经历了一波阵痛,眼下看行业公司的发展规划越理性越好。

以他所在的公司为例,此前为了抢占市场份额,在各个渠道疯狂“撒钱”,造成大量浪费。该人士表示,前几年游戏公司的做法几乎一致,就是疯狂上新品、重金砸渠道,但实际效果并不理想。

在经历“低谷期”后,行业公司纷纷“清醒”,告别过去粗放扩张、全面布局模式,进入理性发展、聚焦盈利、赛道深耕的高质量发展周期。Unity 发布的《2026 年游戏开发报告》显示,游戏行业 52% 的研发团队缩减项目规模,70% 以上厂商优先投向现金

流确定、ROI 可测算的成熟项目,行业整体从“广撒网”转向“精准投入”,只有确定的项目、确定的资源、能赚钱的项目才敢持续加码。

还有一个重要因素是玩家的热情回归。中国音数协游戏工委、伽马数据发布的《2026 年第一季度中国游戏产业报告》显示,全球范围内,2026 年活跃游戏玩家规模已达 3.32 亿人至 3.6 亿人,用户基数持续扩容,为产业回暖筑牢基础。该报告分析认为,用户回流直接带动付费意愿提升、活跃度走高,游戏产业正迎来由玩家热情驱动的全面复苏周期。

产能? 创意? AI 还会带来什么?

两年前,行业对于 AI 的作用还欲说还休。今年,伴随 AI Agent 性能的持续提升,生产管线的 AI 化已经成为行业趋势。

小文(化名)目前供职于上海某创业游戏公司,一直以来她都以自己文案的身份自豪,“我一直觉得 AI 很难替代我的工作,至少在之前,AI 生成的那些东西我都不看下去。”然而今年,她忽然感觉情况变了,打通的 Agent 产品时不时也能给她提供惊艳的创意。

这种冲击对行业而言是普遍的,财报里便有所体现。

三七互娱就直言不讳:仅在运营层面, AI 智能投放让素材效率提升 10 倍,获客成本下降约 25%,大幅提升投入产出比。巨人网络表示,目前将 AI 大模型深度植入

公司重点产品内的核心对战,显著提升玩家在在线时长与付费意愿,成为产品长线运营的重要抓手。更不提腾讯、网易以及米哈游这样的国内游戏头部公司。

据日前发布的《双向赋能: AI 与游戏的协同进化》白皮书显示,项目组对 66 位游戏公司一线从业者进行了问卷调查,其中 63.6% 的从业者“每天都会使用” AI 工具,从不同职能岗位的 AI 使用频率来看, AI 算法/中台研发和游戏程序/研发岗位的高频用户比例最高,游戏美术/视听设计岗位的高频用户比例也达到 55%。

AI 不仅是降本工具,更推动行业发展模式升级。在企业理性投入、聚焦优势赛道的背景下, AI 帮助厂商把资源投向高确定性盈利项目,同时以低成本探索新赛道,加速内容创新与差异化竞争,成为游戏行业高质量增长的关键引擎。

然而,这就是 AI 带给游戏行业的全部吗? 答案或许是否定的。

多位制作人坦言,脱离了技术的加持后,对于游戏创意的比拼变得更加残酷,“我可能一周才能想出一个稍微让我满意的创意点。”小文告诉记者,这种持续的创意输出也是一个颇为痛苦的过程。

事实上,在记者采访的多位游戏制作人看来, AI 的介入让游戏开发变得更容易的同时,也正在变得更难了。“AI 相当于在一定程度上拉齐了低层次的技术壁垒,现在一个人理论上也能生产爆款游戏。”前述上海游戏公司总经理说。

攻技术、研新品、拓市场 半导体设备公司 共话“十五五”新蓝图

记者 郑维汉

5月6日,“十五五·科技自立自强”——科创板集成电路核心技术攻关之 2025 年度半导体设备行业集体业绩说明会召开。微导纳米、华峰测控、德科立、深科达、普源精电、斩成超声、芯基微装等 7 家公司高管围绕经营成果、技术创新、市场需求等热点问题,积极回应投资者关切。

在国产化进程加速和 AI 算力需求爆发的背景下,半导体设备公司主动披露未来五年的创新路线、发展规划。产品迭代步伐加快、在手订单储备充裕,也印证了行业景气度延续具备较强确定性。

国产化需求推动产品迭代加速

受供应链自主可控及 AI 算力等需求拉动,集成电路已成为当下热门产业之一。“十五五”规划纲要提出,“做精做细成熟制程,提高先进制程制造能力,加快发展关键装备、材料和零部件,发展高性能处理器和高密度存储器”。本次业绩说明会上,半导体设备公司纷纷向投资者透露“十五五”时期的技术攻关方向。

“在‘十五五’时期,公司将继续利用现有的核心技术,持续拓展市场空间,保持在 ALD 和 CVD 等高端薄膜沉积设备市场的竞争优势。”微导纳米董事长王磊表示。

据王磊介绍,微导纳米将瞄准国内外半导体先进技术和工艺的发展方向,构建和完善 ALD、CVD 等多种先进真空技术平台,持续丰富产品矩阵,满足客户新器件、新架构、新材料的工艺需求,提供多场景全方位解决方案,覆盖逻辑、存储、先进封装、化合物半导体、新型显示等细分应用领域,满足先进半导体下一代技术迭代的需求。

深科达董事会秘书郑亦平表示,公司紧跟国家“十五五”半导体设备国产化规划目标,聚焦半导体封测设备核心赛道。以自主研发为引领,通过系统化技术攻关与市场化快速落地双向发力,持续优化提升产品核心技术指标,集中攻坚行业关键技术,稳固行业领先地位。

在国产半导体设备更新迭代速度加快的背景下,上市公司普遍加快了产品研发与推广进度。

斩成超声 2025 年度研发投入 1.60 亿元,较上年同期增长 26.43%,占报告期营业收入的比例为 20.67%。

斩成超声董事长、总经理周宏建表示,公司通过持续的研发投入和质量管理,推出满足客户需求、有竞争力的新产品,不断扩大公司产品的应用领域,以技术创新来拓展市场空间,巩固公司在行业内的技术优势和品牌优势。公司先进超声扫描显微镜获得国内头部存储客户订单,超声波固晶机(超声热压焊机)也实现订单落地,新品研发推广成效显著。

德科立的产品研发与推广亦取得积极进展:400G 相干模块实现小批量试产,400G/800G 数通模块完成迭代并获客户小批量订单,1.6T 数通模块完成 EML、硅光、TFLN 三种技术方案的产品开发;在系统级产品方面,400G/600G DCI 板卡已实现批量交付,800G 板卡完成样品开发及验证,1.6T 板卡开始预研。

“公司将持续加大研发投入,密切跟踪国际切换窗口,依托多技术路线布局及垂直一体化能力,力争在新一轮产品迭代中占据有利位置。”德科立董事长、总经理陈建平称。

半导体设备景气度有望延续

“目前公司半导体在手订单较为充沛,为经营业绩提供了一定的保障。”微导纳米总经理周仁在业绩说明会上直言。

展望后市,参会上市公司普遍认为,受益于下游需求扩张、全球产业逐步复苏等多重因素支撑,行业景气度有望延续。

芯基微装董事长程卓表示,目前公司先进封装设备交付工作稳步推进,整体实现快速放量,交付节奏顺畅。明年两年,受益于 AI 算力带动先进封装产能持续扩张、国产化进程加快,叠加公司产能稳步释放与产品技术持续迭代,先进封装业务有望保持较快增长,持续成为公司核心增长动力。

程卓着重强调了公司毛利率的持续改善空间。在她看来,一方面,随着高毛利的泛半导体设备与高端 PCB 设备收入占比不断提升,产品结构持续优化;另一方面,核心零部件国产化推进,产能释放带来规模效应以及精细化管理落地,将进一步夯实盈利水平,推动毛利率稳步向好。

华峰测控所在的半导体自动化测试设备领域,景气度亦与下游芯片设计、封测、IDM 厂商资本开支及终端应用需求密切相关。

“AI、高性能计算、汽车电子、工业控制、功率半导体、先进封装等应用持续发展,对测试设备的测试精度、效率、并行测试能力和平台化能力提出更高要求。”华峰测控董事长、董事会秘书孙德说,“公司将持续关注下游需求变化,围绕重点应用场景推进产品布局和技术升级。”

记者注意到,除需求催化外,“出海”也是半导体设备公司后续业绩增长的重要支撑。

2025 年度,普源精电境外主营业务收入占比约为 35.87%,海外市场已成为驱动公司增长的重要组成部分。“公司高度重视国际化发展战略,依托海外子公司开展境外市场营销布局。通过配置区域化销售、市场、商务与服务团队,实现对境外客户的本地化销售、服务与全流程支持。”普源精电总经理、财务负责人王宁表示。

普源精电正在推进 H 股发行上市。王宁称,公司将依托 A 股与 H 股协同的资本平台,进一步拓宽融资渠道,优化资本结构,同时提升国际品牌影响力与资本运作能力,为公司深耕全球市场、深化国际化战略提供坚实支撑。

龙头效应犹在 食品饮料行业直面“创新”变革

记者 胡嘉树

2025 年,中国食品饮料行业在复杂宏观环境与消费需求变化中展现韧性。据上海证券报记者梳理,已披露 2025 年年报的百余家公司中,70 多家公司营收同比增长,逾 80 家净利润同比增长,整体呈现“食品稳健,饮料调整”的格局。

进入 2026 年一季度,分化趋势进一步延续:部分龙头保持两位数增长,而多家企业受成本、竞争等因素影响,业绩承压。

当前,食品行业已由规模扩张转向品质化、功能化和场景化发展。居民健康意识提升,低糖、功能性、便捷化产品需求增长;线上内容营销、直播电商与线下高势能渠道、零食量贩渠道加速重构消费触点。在消费分级与健康化崛起的背景下,上市公司以产品创新、渠道变革、数字化转型应对挑战,行业迈向高质量发展新阶段。龙头与创新型企业持续领跑,中小品牌竞争压力加大。

食品行业: 稳健增长成主流,一季报龙头领跑

2025 年食品行业依托刚性消费属性,稳健增长成主流,调味品、预制食品、健康零食等细分赛道领跑。

从龙头企业表现来看,海天味业稳居调味品龙头,2025 年实现营收 288.73 亿元,同比增长 7.32%;实现净利润 70.38 亿元。同年 6 月,公司完成“A+H”双平台上市,国际化战略迈出重要一步。

安琪酵母 2025 年营收达 167.29 亿元,同

比增长 10.08%;净利润为 15.44 亿元,同比增长 5.34%。酵母产量达 45.6 万吨,海外市场与电商业务快速提升,酵母蛋白等战略新品推广顺利。

此外,立高食品、盐津铺子、广州酒家、西麦食品、巴比食品等企业均实现稳步增长。

进入 2026 年一季度,龙头增势更加强劲。海天味业一季度实现营收 90.29 亿元,同比增长 8.57%;实现净利润 24.44 亿元,同比增长 10.97%。安琪酵母一季度营收为 45.34 亿元,同比增长 19.49%;净利润为 4.26 亿元,同比增长 15.08%。安井食品一季度营收为 47.10 亿元,同比大增 30.84%;净利润为 5.63 亿元,同比增长 42.74%。

与此同时,部分企业承压明显,西王食品 2025 年实现营收 45.30 亿元,同比下降 8.89%,净利润亏损 12.42 亿元。公司 2026 年一季度营收微增 0.78%,净亏损 0.93 亿元。桃李面包 2025 年营收为 54.48 亿元,同比下降 10.50%,净利润为 2.84 亿元。

饮料行业: 深度调整蓄能,一季报分化加剧

2025 年饮料行业整体承压,传统品类增长乏力,健康化、功能化新品成破局关键。白酒、啤酒、乳制品、功能饮料分化明显,头部企业主动调整,新兴赛道快速崛起。

在存量竞争加剧的背景下,白酒行业资源与市场份额加速向名优酒企集中,“马太效应”愈发显著,头部企业表现分化。

白酒行业“马太效应”显著。山西汾酒

逆势增长,2025 年实现营收 387.18 亿元,同比增长 7.52%;实现净利润 122.46 亿元,增长 14.79%。公司深化全国化 2.0 布局,三大品牌协同发力,推进年轻化与国际化,让文化成为品牌溢价核心。泸州老窖 2025 年营收为 257.31 亿元,同比下降 17.52%;净利润为 108.31 亿元。古井贡酒 2025 年营收为 188.32 亿元,同比下降 20.13%;净利润为 35.49 亿元。两家企业均调整,将通过优化产品、渠道下沉等应对调整。

啤酒行业相对稳健。青岛啤酒 2025 年实现营收 324.73 亿元,同比增长 1.04%;实现净利润 45.88 亿元。公司聚焦“新产品、新渠道、新人群”,沿黄市场夯实优势,南方市场优化结构,多款新品引领健康化趋势。燕京啤酒 2025 年营收为 153.33 亿元,增长 4.54%;净利润为 16.79 亿元,燕京 U8 销量达 90 万千升。黄酒业企业会稽山 2025 年营收增长 11.68%。

进入 2026 年一季度,白酒调整明显。山西汾酒一季度营收为 149.23 亿元,同比下降 9.68%;净利润为 53.83 亿元,同比下降 19.03%。泸州老窖一季度实现营收 80.25 亿元,同比下降 14.19%;净利润为 37.08 亿元,同比下降 19.25%。啤酒与黄酒相对稳健:青岛啤酒一季度营收为 102.85 亿元,同比微降 1.54%;净利润为 18.00 亿元,同比增长 5.23%。会稽山一季度实现营收 5.00 亿元,同比增长 3.94%;实现净利润 1.20 亿元,同比大增 27.96%。

2025 年功能饮料领跑饮料市场,东鹏

饮料 2025 年实现营收 208.75 亿元,同比增长 31.80%;实现净利润 44.15 亿元,同比增长 32.72%。东鹏特饮迈入 150 亿大单品阵营,能量饮料销售量占比提升至 51.6%,连续五年销量第一,并获销量与销售额“双料第一”。公司积极布局无糖茶赛道,精准把握消费者健康、实惠、风味需求。2026 年一季度,公司实现营收 58.88 亿元,同比增长 21.46%;净利润为 12.57 亿元,同比增长 28.31%。

乳制品行业受成本与竞争双重压力,企业加速转型。光明乳业 2025 年营收为 238.95 亿元,同比下降 1.58%,净利润亏损 1.49 亿元。新乳业 2025 年表现稳健,实现营收 112.33 亿元,同比增长 5.33%,实现净利润 7.31 亿元。公司聚焦“鲜立方战略”,通过多维发力实现优于行业的业绩表现。

蒙牛乳业 2025 年表现亮眼,营收为 822.45 亿元,净利润为 15.45 亿元,同比增长 1378.9%。公司坚定推进“一体两翼”战略,下半年新品上市提速,大力发展 0 乳糖等品类,鲜奶、奶粉、奶酪全年均取得两位数增长,国际化布局持续深化。

市场分析认为,饮料行业正经历深度调整,呈现三大趋势:一是健康功能化成为主流,低糖、无添加、高蛋白产品快速渗透;二是行业集中度提升,龙头企业挤压中小品牌空间;三是数字化与渠道变革加速,即时零售成为标配。功能饮料、高端乳品等赛道具备长期增长潜力。随着经济稳步复苏,企业需聚焦产品创新与品牌升级,以高质量供给匹配消费升级需求,推动行业重回稳健增长轨道。