

RPG角色扮演游戏



王竹馨

2023-06-13

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

信息传输、软件和信息技术服务业/互联网和相关服务/互联网信息服务/互联网游戏服务

服务/餐饮娱乐



词目录

 行业定义 RPG全称为Role-playing Game，中文为角色扮演游... AI访谈	 行业分类 根据游戏操作类型的不同，RPG游戏主要可分为两类：... AI访谈	 行业特征 RPG游戏行业具有游戏种类丰富、海外下载量大收入高、... AI访谈	 发展历程 RPG角色扮演游戏行业目前已达到 3个阶段 AI访谈
 产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	 行业规模 RPG角色扮演类游戏作为中国游戏的一个重要种类，近年... AI访谈 数据图表	 政策梳理 RPG角色扮演游戏行业相关政策 5篇 AI访谈	 竞争格局 中国RPG游戏行业呈现出两家企业独大，剩余多家企业百... AI访谈 数据图表

摘要 RPG全称为Role-playing Game，中文为角色扮演游戏，是游戏类型的一种。RPG游戏有完整的情节，更强调剧情发展以及个人体验。RPG游戏的核心是扮演，玩家在游戏中扮演一个或数个角色，通过一些操作使得角色在一个写实或虚构的世界中按照游戏设定的结构化规则进行互动、战斗资源收集等一系列活动，令其所扮演的角色成长发展。根据游戏操作类型的不同，RPG游戏主要可分为两类：大型多人在线角色扮演游戏（MMORPG）、回合制RPG、动作角色扮演游戏（ARPG）以及其他RPG游戏。RPG游戏行业具有游戏种类丰富、海外下载量大收入高、亚洲市场份额全球占比较大三个明显特征。市面上多数游戏均可添加RPG游戏元素发展成为RPG游戏的一种，因此RPG游戏包含多个子品类并且有逐渐壮大的趋势；中国RPG游戏海外下载量排名靠前，在日本、美国和韩国的收入占据中国RPG游戏海外收入主要份额；RPG手游亚洲市场较大，其中中国市场份额连续三年全球排名第二。RPG游戏发行流程主要可以分为调研、研发、测试运营、营销与推广几个方面，其中线上广告是移动游戏的主要宣传方式。2022年，中国港澳台手游广告在RPG游戏上的投放量占比为38%，在多种游戏中占比排名第一。在不同RPG的子品类游戏中以《Lineage W》为代表的MMORPG游戏、《赛马娘》为代表的组队类RPG游戏和以《怪物弹珠》为代表的解谜类RPG游戏营收规模较大，较受欢迎。2022年，这三类RPG子品类游戏总共为RPG游戏贡献了80%的收入，其中解谜类RPG游戏的收入份额从2020年的14%提升至2022年前三季度的16%。RPG角色扮演类游戏作为中国游戏的一个重要种类，近年来市场规模也在不断扩大：中国RPG游戏的市场规模由2018年的717.1亿元上涨至2022年的1,404.7亿元，复合年增长率为18.3%，预计2027年将增长至2,026亿元，复合年增长率为7.6%。

RPG角色扮演游戏行业定义^[1]

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

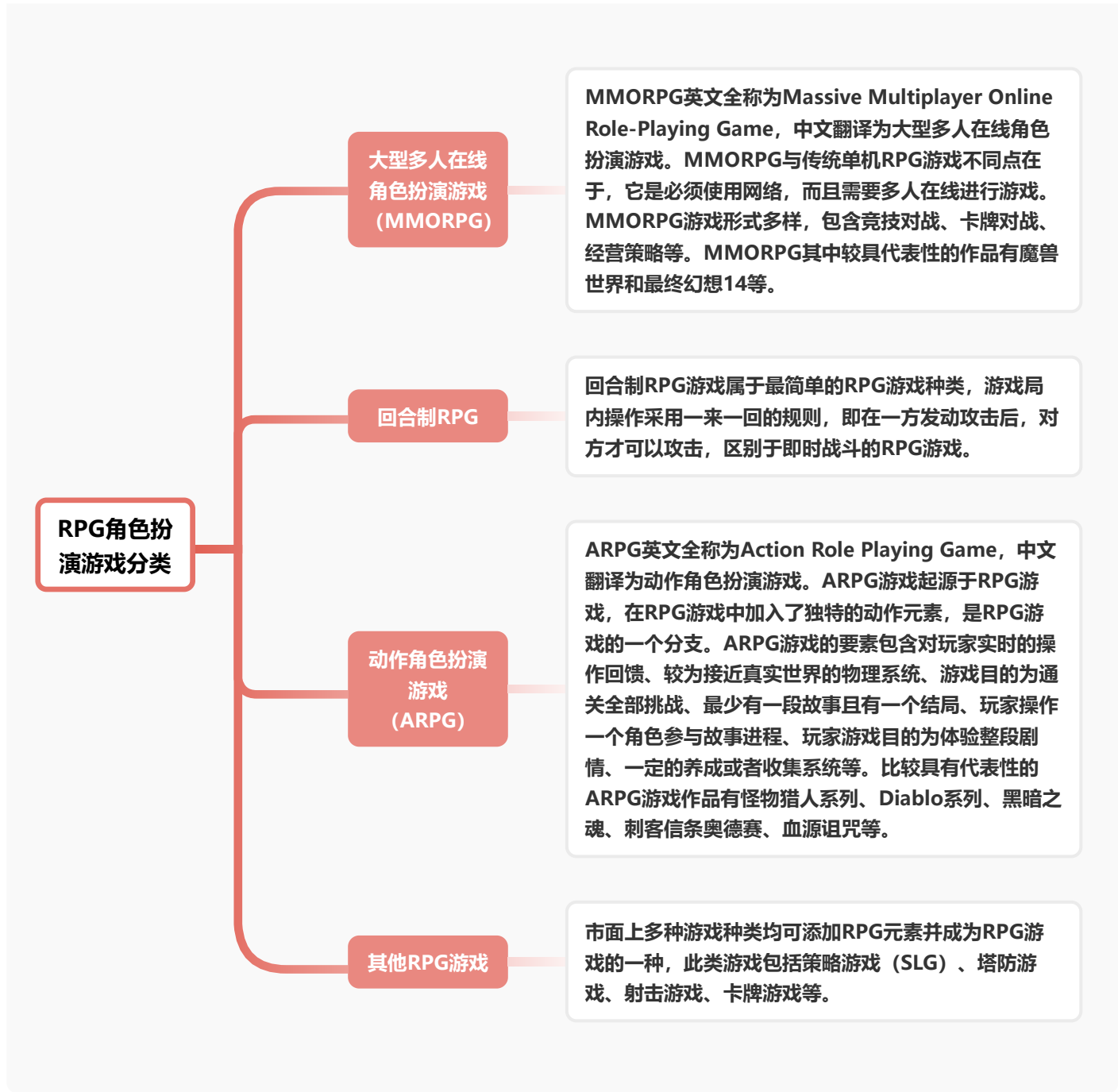
RPG全称为Role-playing Game，中文为角色扮演游戏，是游戏类型的一种。RPG游戏有完整故事情节，更强调剧情发展以及个人体验。RPG游戏的核心是扮演，玩家在游戏中扮演一个或数个角色，通过一些操作使得角色在一个写实或虚构的世界中按照游戏设定的结构化规则进行互动、战斗资源收集等一系列活动，令其所扮演的角色成长发展。

[1] 1: 青瓷游戏招股书

RPG角色扮演游戏行业分类^[2]

根据游戏操作类型的不同，RPG游戏主要可分为两类：大型多人在线角色扮演游戏（MMORPG）、回合制RPG、动作角色扮演游戏（ARPG）以及其他RPG游戏。

RPG游戏分类



[2] 1: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=16888888888888888888&wfr=spider&wfr_no=1) | 2: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=16888888888888888888&wfr=spider&wfr_no=2) | 3: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=16888888888888888888&wfr=spider&wfr_no=3) | 4: Sensor Tower, 游戏测...

RPG角色扮演游戏行业特征^[3]

RPG游戏行业具有游戏种类丰富、海外下载量大收入高、亚洲市场份额全球占比较大三个明显特征。市面上多数游戏均可添加RPG游戏元素发展成为RPG游戏的一种，因此RPG游戏包含多个子品类并且有逐渐壮大的趋势；中国RPG游戏海外下载量排名靠前，在日本、美国和韩国的收入占据中国RPG游戏海外收入主要份额；RPG手游亚洲市场较大，其中中国市场份额连续三年全球排名第二。

RPG游戏包含多个子品类，多种游戏均可添加RPG游戏元素，成为RPG游戏的一种。

目前已知的RPG游戏种类包含MMORPG、组队RPG、解谜RPG、回合制RPG、放置RPG、生存RPG、动作RPG等。其中MMORPG游戏、组队RPG游戏和解谜RPG游戏在2020年到2022年的全球收入份额排名中稳居前三，这三个子品类为RPG游戏贡献了近80%的收入。

2 海外下载量大且收入高

中国RPG游戏海外下载量排名靠前，日本、美国和韩国海外收入占据中国RPG游戏海外收入主要份额。

2022年全球RPG手游下载量前10名的游戏中，由中国发行商发行的游戏有两个，分别为由网易发行的梦幻西游以及由三七互娱发行的Puzzles&Survival。在2022年前三个季度全球RPG手游发行商收入排行榜中，中国发行商表现良好，网易、三七互娱和腾讯分别凭借《梦幻西游》、《Puzzles&Survival》以及《火影忍者》排名第2、3和9名，其中《Puzzles&Survival》在2022年前三季度海外收入为4.5亿美元，位列中国RPG手游海外收入榜首，其发行商三七互娱也凭借超过6亿美元的RPG游戏海外收入继续保持中国RPG手游发行商海外收入冠军的位置，积极出海不仅是三七互娱的重要收入来源，也是中国RPG游戏市场的主要发展方向。

3 中国市场份额下滑

亚洲是RPG手游最大的市场的市场，其中中国市场份额连续三年全球排名第二，但近年来全球占比逐年下滑。

日本、中国以及韩国的RPG手游收入全球排名前三，三个国家的市场份额总和从2020年到2022年均超过70%，是全球RPG手游收入的主要来源。中国三年来蝉联第二，2022年前三季度的总收入为31亿美元。但由于疫情政策等因素的影响，中国游戏产业面临生产、消费和投融资等多个方面的困难，整体规模缩减，2022年中国占全球市场份额为20%，相较2020年下降15%。

[3] 1: Sensor Tower

RPG角色扮演游戏发展历程^[4]

RPG游戏行业迄今主要经历三个发展阶段：**在1970-1979年的萌芽期**，战棋游戏以及《魔戒》在欧美的流行共同推动了RPG游戏的诞生，《龙与地下城》（DND）的正式推出，也预示着RPG游戏的历史从此正式开启。**在1980-1989年的启动期**，计算机不断发展与普及，DND规则也渐渐被引入计算机游戏中，RPG游戏的形象彻底改变，开始使用图形的表现方式来呈现游戏界面，无论是从游戏表现还是乐趣门槛都有了革命性的变化，RPG游戏也从此开始正式发展。**在1990年至今的高速发展期**，欧美厂商开始了RPG游戏设计的探索和进化，多

种类型的RPG游戏竞相发展，同时3D技术日渐成熟对RPG类型产生重大影响，RPG厂商不断推出三维立体（3D）的RPG游戏，标志着RPG游戏3D时代的全面开启。

萌芽期 · 1970~1979

在上世纪70年代的美国，玩战棋游戏是美国青年的一大爱好，当时《魔戒》在欧美也颇受欢迎，这些因素共同推动了RPG游戏的诞生。《魔戒》玩家加里·吉盖克斯把一些新元素融入战棋游戏，并在1971年推出了一套名为《链甲》（Chainmail）的战棋规则。随后经过戴维·阿纳森的改良，1974年《龙与地下城》（DND）正式推出。

该阶段RPG游戏被玩家视作一种新型的战棋游戏，RPG游戏的历史正式开启，此时在桌上使用纸笔来进行的RPG游戏被称为TRPG（T指Table，桌面RPG），与后来诞生的电子游戏有所区别。

启动期 · 1980~1989

随着计算机的发展与普及，DND规则被引入计算机游戏中。1980年，理查德做出了《创世纪》；受该游戏影响，1978年安德鲁·格林伯格和罗伯特·伍德海德创造了欧美三大RPG之一的游戏《巫术》，并在1981年由Sirotek兄弟成立的Sir-tech公司发行；90年代末，日本买走了《巫术》的开发权；1986年12月，由Jon Van Caneghe制作的《魔法门》发售。

该阶段RPG游戏的形象彻底改变，开始使用图形的表现方式来呈现游戏界面，无论是从游戏表现还是乐趣门槛都有了革命性的变化。

高速发展期 · 1990~至今

1994年第五代主机世嘉土星（Sega Saturn）和索尼PlayStation的面市，标志着游戏主机开始正式进入三维立体的时代；1996年Voodoo显卡的出现；1994年和1996年，Bethesda先后推出了《上古卷轴》系列第一二两部作品，开创了RPG中的一个新流派即开放世界型RPG。；1997年，Interplay开发了末日废土题材的RPG游戏《辐射》，该游戏创新地采用了无职业的设计，玩家只在能力和装备上区分不同的特长；同年，Square发布了三维立体化的《最终幻想》：FF7，在叙事和剧情推进中均引入了三维计算机图形（3DCG）动画的表现形式，让剧情沉浸感和临场感上升到一个全新的维度；1998年，三大RPG游戏之一的《魔法门》推出了第六代：天堂之令。

该阶段长期缺乏资金支持的欧美游戏业裹足不前，面临被日本游戏远超的困境，以三大RPG系列为代表的传统欧美RPG开始走下坡路，欧美厂商率先开始了RPG游戏设计的探索和进化，多种类型的RPG游戏竞相发展；同时3D技术日渐成熟对RPG类型产生重大影响，各大厂商推出三维立体的RPG游戏。

[4]

1: [https://mp.weixin....](#)

2: [https://mp.weixin....](#)

3: [https://mp.weixin....](#)

4: [https://mp.weixin....](#)

5: [https://mp.weixin....](#)

6: [https://mp.weixin....](#)

7: [https://mp.weixin....](#)

8: 腾讯游戏学堂

RPG角色扮演游戏产业链分析^[5]

RPG游戏产业链上游包括IP拥有方，IP拥有方分为自创与授权两种。授权IP的优势在于其本身自带知名度，一些跨界的IP合作能够在宣发期提供流量，因此授权IP目前仍是各大游戏厂商的主要选择。RPG游戏产业链上游包括游戏开发商，其中包含独立游戏开发商和综合游戏厂商。RPG游戏产业链上游包括游戏引擎开发商。Unity与Unreal为目前游戏引擎开发商中两大主流引擎。RPG游戏产业链中游为游戏发行商，发行商主要负责游戏的市场推广与运营。游戏产业呈现出研运一体化的发展趋势。产业链下游为终端游戏玩家，目前年轻人是中国移动游戏的主流玩家，但移动游戏也正在被更为广泛年龄段群体接受。

RPG游戏发行流程主要可以分为调研、研发、测试运营、营销与推广几个方面，其中线上广告是移动游戏的主要宣传方式。2022年，中国港澳台手游广告在RPG游戏上的投放量占比为38%，在多种游戏中占比排名第一。在不同RPG的子品类游戏中以《Lineage W》为代表的MMORPG游戏、《赛马娘》为代表的组队类RPG游戏和以《怪物弹珠》为代表的解谜类RPG游戏营收规模较大，较受欢迎。2022年，这三类RPG子品类游戏总共为RPG游戏贡献了80%的收入，其中解谜类RPG游戏的收入份额从2020年的14%提升至2022年前三季度的16%。

上 产业链上游

生产制造端

IP拥有方

上游厂商

深圳市腾讯计算机系统有限公司 >

网易（杭州）网络有限公司 >

上海米哈游网络科技股份有限公司 >

查看全部

产业链上游说明

RPG游戏产业链上游包括IP拥有方，IP拥有方分为自创与授权两种。授权IP的优势在于其本身自带知名度，一些跨界的IP合作能够在宣发期提供流量，因此授权IP目前仍是各大游戏厂商的主要选择。2021年，自创类IP的数量占比为41%，同比增长5%，IP未来将具有更大的发展空间。

生产制造端

游戏开发商

上游厂商

- 上海可那信息科技有限公司 >
- 深圳市游科互动科技有限公司 >
- 武汉铃空网络科技有限公司 >

产业链上游说明

RPG游戏产业链上游包括游戏开发商，其中包含独立游戏开发商和综合游戏厂商。游戏开发商的游戏研发投入增长迅速，2021年中国市值排名前十的游戏公司研发投入占比同比增长超过30%，高级研发人员需求量巨大。

生产制造端

游戏引擎开发商

上游厂商

- 优美缔软件（上海）有限公司 >
- 上海艺铂软件设计咨询有限公司 >

产业链上游说明

RPG游戏产业链上游包括游戏引擎开发商。Unity与Unreal为目前游戏引擎开发商中两大主流引擎，其中Unity主要服务于轻量级游戏例如王者荣耀等手游的开发，Unreal则主要用于重量级游戏的开发，如和平精英等。

中 产业链中游

品牌端

RPG游戏发行商

中游厂商

- 上海米哈游网络科技股份有限公司 >
- 三七互娱网络科技集团股份有限公司 >
- 网易（杭州）网络有限公司 >
- 查看全部 >

产业链中游说明

游戏发行流程主要可以分为调研、研发、测试运营、营销与推广几个方面，其中线上广告是移动游戏的主要宣传方式。2022年，中国港澳台手游广告在RPG游戏上的投放量占比为38%，在多种游戏中占比排名第一。在不同RPG的子品类游戏中以《Lineage W》为代表的MMORPG游戏、《赛马娘》为代表的组队类RPG游戏和以《怪物弹珠》为代表的解谜类RPG游戏营收规模较大，较受欢迎。2022年，这三类RPG子品类游戏总共为RPG游戏贡献了80%的收入，其中解谜类RPG游戏的收入份额从2020年的14%提升至2022年前三季度的16%。

8/17

2018至2022年，中国游戏玩家数量持续增长。2022年中国游戏玩家总数为6.6亿人，相较于2018年增长6.1%，不断扩大的中国游戏用户规模使得2018年至2022年的RPG游戏市场规模不断攀升。2022年，全球女性玩家数量约为3亿人。随着未来女性向RPG游戏数量的增多，女性玩家数量将进一步增加。

2023年至2027年，由于游戏技术的迭代、各大游戏公司对精品游戏研发运营投入的加大、海外市场需求的不断上涨等因素影响，中国整体游戏市场正在加速变革，中国游戏企业将有更多的发展机会，中国RPG游戏行业市场规模也将不断扩大。中国RPG游戏行业市场规模预计从2023年的1,511.5亿元增长至2027年的2,026亿元，年复合增长率为7.6%。RPG游戏种类繁多，在游戏中加入RPG元素正在成为趋势，专注打造精品化游戏的公司例如网易、米哈游等公司，不断深耕打磨游戏的画风、操作流畅度、人物属性的多样化、系统的自由度，使得市场上涌现出质量更高，可玩性更强的RPG游戏，中国RPG游戏行业市场规模也在众多竞争者的推动下不断增长。多数中国上市游戏公司也不断加大研发投入力度，如中手游、网易、腾讯2022年的研发投入占比同比增长均超过30%，各大游戏公司对于高质量RPG游戏的追求将从根本上推动中国游戏的特效、美工、建模、光影、音效配乐的发展，从而为玩家提供更优质的游戏体验，提高中国玩家对于国产RPG游戏的粘性。

中国RPG角色扮演游戏市场规模2018-2027E

青瓷游戏招股书

下载原始数据



- [6]
- 1: <https://baijiahao.b...>

2: <https://baijiahao.b...>

3: <https://baijiahao.b...>

4: <https://t.yinet.cn/b...>

5: <https://baijiahao.b...>

6: 中国音数协游戏工委, ...

RPG角色扮演游戏政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《推动对外文化贸易高质量发展的意见》	商务部等27部门	2022-07	8
政策内容	聚焦推动文化传媒、网络游戏、动漫、创意设计等领域发展，开展优化审批流程改革试点，扩大网络游戏审核试点，创新事中事后监管方式。探索设立市场化运作的文物鉴定机构，鼓励社会力量参与博物馆展览、教育和文创开发。			
政策解读	该政策简化了网络游戏的审核流程，拓宽了网络游戏审批的渠道，使得游戏审核监管环境更为宽松，推进了游戏行业的发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	国家新闻出版署	2021-08	9
政策内容	所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时网络游戏服务。所有网络游戏必须接入国家新闻出版署网络游戏防沉迷实名验证系统，所有网络游戏用户必须使用真实有效身份信息进行游戏账号注册并登录网络游戏，网络游戏企业不得以任何形式向未实名注册和登录的用户提供游戏服务。			
政策解读	该政策严格限制了网络游戏面向未成年人开放的时间，并确保网络实名制以及防沉迷系统地有效运行，加强了对未成年人接触网络游戏的管控，有利于健康网络游戏环境地打造。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》	国家广播电视总局、中央宣传部	2022-04	9
政策内容	网络影视剧、网络综艺、网络直播、短视频等各类网络视听节目均不得直播未经主管部门批准的网络游戏，不得通过直播间等形式为各类平台的违规游戏内容进行引流。			
政策解读				

	该政策规范了网络平台对网络游戏转播、直播、植入等形式的应用，加强了主管部门对于网络游戏的审核及监管，有利于推动游戏内容的规范化。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国著作权法》	全国人民代表大会	2020-11	8
政策内容	详细指出著作权人及其权利范畴、著作权归属范围、权利保护期限、限制等规范要求。			
政策解读	该政策为游戏行业版权的授权、使用、保护等工作提供了规范性指引，推动了游戏行业的版权管理工作的日趋规范。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	文旅部	2020-11	9
政策内容	培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP，加强IP开发和转化，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络表演、网络视频、数字艺术、创意设计等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，继承革命文化，发展社会主义先进文化，打造更多具有广泛影响力的数字文化品牌。			
政策解读	该政策深刻把握网络游戏内容属性，加强原创能力建设，推动生产更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的数字文化产品。			
政策性质	指导性政策			

[7]	1: http://www.mofco...	2: http://www.gov.cn...	3: http://www.nrta.g...	4: http://www.gov.cn...
	5: http://www.gov.cn...	6: 商务部，国家新闻出版...		

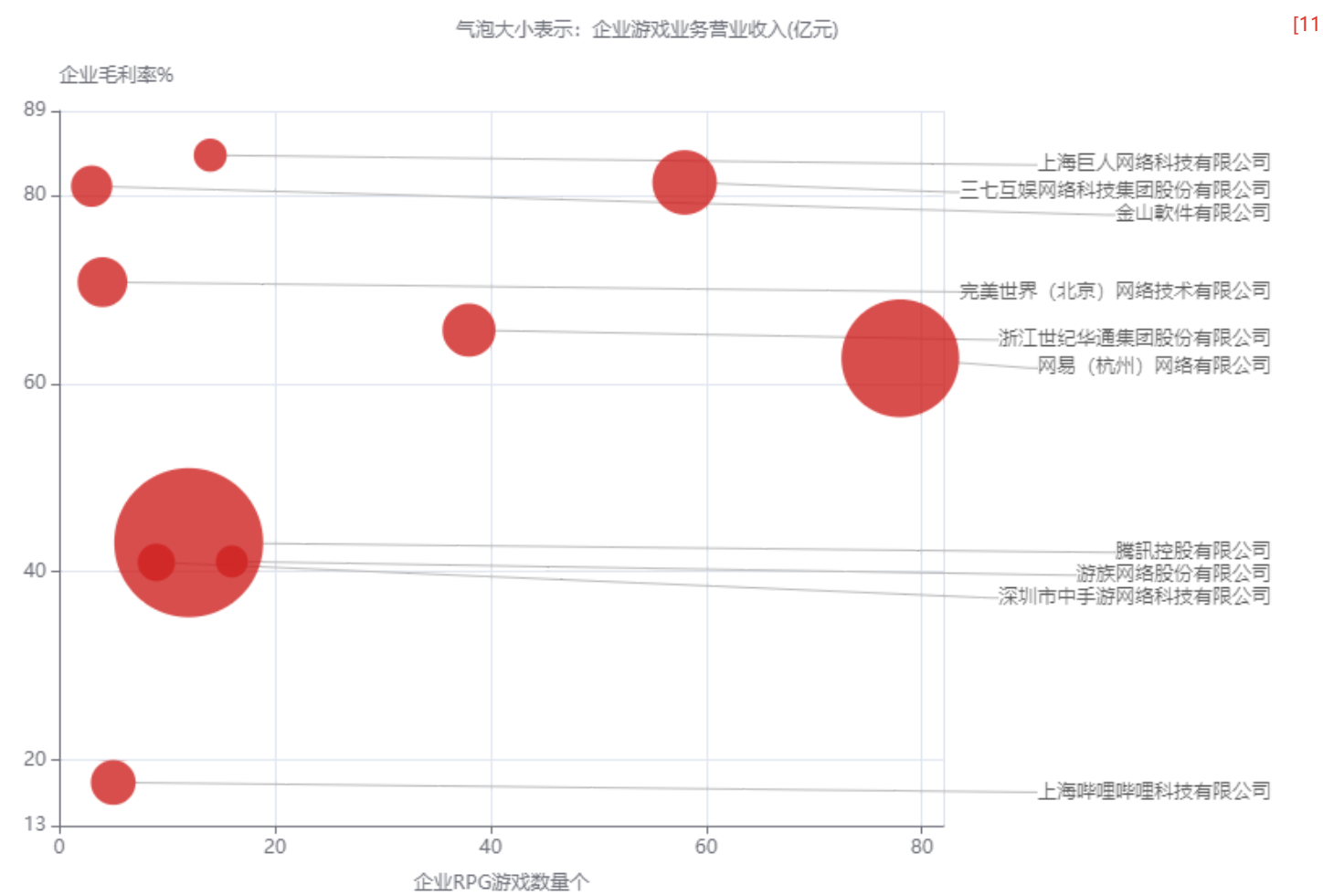
RPG角色扮演游戏竞争格局^[8]

中国RPG游戏行业呈现出两家企业独大，剩余多家企业百花齐放的竞争格局。从游戏营业收入的角度看，腾讯以2022年1,239亿元的游戏营业收入在中国游戏领域稳居绝对头部地位，作为互联网头部企业，腾讯特有的社

交平台以及天然渠道优势使其具有庞大的潜在游戏用户规模，为其在游戏领域打下了坚实的基础。腾讯的目标群体较为广泛，其推出的游戏多以迎合多数玩家的兴趣为前提。网易是精品化、IP深耕化、创新化、领域细分化的代表企业之一，其游戏开发路径被多数相对较小的游戏厂商借鉴，以保持垂直细分领域的竞争优势，例如哔哩哔哩深耕二次元风格、游族网络持续更新的少年三国志系列IP等。

腾讯作为中国最大的游戏公司，旗下热门游戏众多，但RPG游戏的数量仅为12个左右并不具备竞争优势。三七互娱旗下推出过58个RPG角色扮演类游戏，数量仅次于中国第二大游戏公司网易的78个，在RPG游戏领域的专注度方面具有较大优势。三七互娱拥有斗罗大陆等一系列知名IP，具有较强的IP运营能力，在营业收入方面三七互娱也仅次于腾讯和网易两家头部企业，其2022年游戏营业收入为164.1亿元，该企业的代表出海产品《Puzzles&Survivals》在海外市场表现优异，位居2022年前三季度中国RPG手游海外收入排行榜榜首。

从毛利率看，大部分游戏厂商的盈利能力较强，其中巨人网络、三七互娱、金山软件三家企业表现最为优秀，三家公司均拥有知名的IP比如巨人网络的征途，三七互娱的斗罗大陆，金山软件的剑网等IP，并且该类企业均有良好的运营创新能力，维护其经典IP的知名度以及在经典IP的基础上进行延续创新，打造出系列产品，降低成本并提高毛利率。



上市公司速览

三七互娱网络科技集团股份有限公司 (002555)				腾讯控股有限公司 (00700)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
更多免费行业报告				并购家	www.ipoipo.cn		

- [8] 1: 竞争格局底稿, SensorT...
- [9] 1: 各企业2022年年度报告
- [10] 1: 各企业官网
- [11] 1: 各企业2022年年度报告

RPG角色扮演游戏代表企业分析^[12]

1 网易（杭州）网络有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	13760万美元
企业总部	杭州市	行业	互联网和相关服务
法人	丁磊	统一社会信用代码	91330000788831167A
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)	成立时间	2006-06-02
品牌名称	网易（杭州）网络有限公司		
经营范围	一般项目：计算机软硬件及外围设备制造；软件开发；网络与信息安全软件开发；通信设备... 查看更多		

竞争优势

网易专注游戏业务，其游戏研发专业能力较强，游戏业务收入规模较大。网易游戏事业部成立于2001年，网易作为中国第二大游戏公司，其游戏业务收入位列全球第六，仅次于谷歌。2021年正在运营中的网易游戏产品超过100余款，旗下有多款IP广泛受到市场好评，如《梦幻西游》、《阴阳师》、《第五人格》等，通过与暴雪合作，代理的知名游戏有《魔兽世界》《炉石传说》《守望先锋》等，凭借其品类创新能力、IP运营能力以及玩家服务能力网易游戏蝉联"全球安行商52强"排行榜第二。

2 深圳市腾讯计算机系统有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	6500万人民币
企业总部	深圳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	马化腾	统一社会信用代码	91440300708461136T

企业类型	有限责任公司	成立时间	1998-11-11
品牌名称	深圳市腾讯计算机系统有限公司		
经营范围	一般经营项目是：计算机软、硬件的设计、技术开发、销售（不含专营、专控、专卖商品及... 查看更多		

融资信息



A轮

220万美元
2000-04-01

B轮

未披露
2002-06-01

战略融资

未披露
2005-01-01

股权转让

1260万美元
2001-06-01

IPO上市

15.55亿港元
2004-06-16

战略融资

4435万美元
2018-06-26

战略融资

2550万港元
2022-12-30

竞争优势

腾讯在互联网业务上布局广泛，旗下微信等社交平台为其游戏产业提供庞大用户群体。腾讯旗下拥有六大事业，分别为企业发展事业群、云与智慧产业事业群、互动娱乐事业群、平台与内容事业群、技术工程事业群以及微信事业群，在互联网业务以及新兴业务上布局广泛。旗下社交软件微信与QQ在中国拥有广泛的使用人群，2022年一季度微信月活人数达到12.9亿，QQ月活人数达5.6亿人，是中国最大的两款社交软件，以微信与QQ两大社交软件为切入口，腾讯搭建了腾讯游戏、QQ音乐、腾讯动漫、腾讯新闻、微信小程序等一系列应用生态，其中，腾讯收费增值服务用户注册数于2022年一季度达到24亿人。

3 三七互娱网络科技集团股份有限公司【002555】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	221786.4281万人民币
企业总部	芜湖市	行业	互联网和相关服务
法人	李卫伟	统一社会信用代码	91340200713927789U
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1995-05-26
品牌名称	三七互娱网络科技集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	网络及计算机领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务（涉及前置许可的除外）... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	----------

销售现金流/营业收入	1.05	1.04	0.98	1.07	0.98	1.06	-	-	-	-
资产负债率(%)	16.8127	19.7345	25.9475	20.4525	27.1811	28.1072	42.586	24.796	27.978	31.122
营业总收入同比增长(%)	132.6676	678.4336	12.6934	17.9298	23.33	73.2961	8.865	12.617	1.169	-7.936
归属净利润同比增长(%)	938.0808	1224.1844	111.4876	51.4333	-37.7691	109.6939	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	88.8362	27.4413	43.9845	49.4601	51.4918	35.1978	31	27	30	35
流动比率	2.1423	2.3397	1.5087	2.6098	2.0992	2.4439	1.289	2.703	2.438	2.323
每股经营现金流(元)	0.2819	1.0373	0.5046	0.8528	0.9198	1.5422	1.386	1.65	1.604	0.591
毛利率(%)	42.6098	59.2869	63.0083	68.5207	76.2676	86.5726	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	99.0433	99.3543	98.0208	81.0425	87.3003	91.1921	99.991	94.957	90.774	89.49
速动比率	1.6094	1.8796	1.1403	1.9659	1.8228	2.1413	1.289	2.703	2.438	2.323
摊薄总资产收益率(%)	2.78	22.9328	22.1021	23.6261	13.1173	26.0702	26.664	23.003	18.739	4.288
营业总收入滚动环比增长(%)	336.9665	23.4996	27.5548	24.5104	-6.023	5.1113	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	2564.0732	21.9883	17.374	-107.1287	-270.2909	43.5763	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	4.21	17.58	26.56	28.12	16.59	32.66	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.25	0.58	0.513	0.76	0.47	1	1.31	1.31	1.34	0.35
净利率(%)	9.7968	19.7934	23.1839	29.6744	15.0855	18.2718	21.0826	17.5745	17.7358	20.3276
总资产周转率(次)	0.2838	1.1586	0.9533	0.7962	0.8695	1.4268	1.391	1.297	1.041	0.208
归属净利润滚动环比增长(%)	5150.809	10.4853	19.4626	13.4301	-150.3263	6.9194	-	-	-	-
每股公积金(元)	6.9317	1.8952	0.4482	0.9183	0.1406	0.0346	0.0543	1.343	1.2519	1.269
存货周转天数(天)	55.6036	11.9904	12.8918	16.0127	-	-	-	-	-	-

营业总收入(元)	5.98亿	46.57亿	52.48亿	61.89亿	76.33亿	132.27亿	144.00亿	162.16亿	164.06亿	37.65亿
每股未分配利润 (元)	0.1061	0.4855	0.678	1.3126	1.5682	2.2304	1.8745	2.6579	3.0472	3.3967
稀释每股收益 (元)	0.25	0.58	0.513	0.76	0.47	1	1.31	1.31	1.34	0.35
归属净利润(元)	3821.34 万	5.06亿	10.70亿	16.21亿	10.09亿	21.15亿	27.61亿	28.76亿	29.54亿	7.75亿
扣非每股收益 (元)	0.24	0.51	0.485	0.49	0.22	0.99	1.13	1.2	1.3	0.3023
经营现金流/营 业收入	0.2819	1.0373	0.5046	0.8528	0.9198	1.5422	1.386	1.65	1.604	0.591

竞争优势

三七互娱旗下游戏产品矩阵丰富，多款游戏畅销海内外。2021年，三七互娱旗下《叫我大掌柜》、《云上城之歌》、《Puzzles&Survivals》、《斗罗大陆：魂师对决》等系列RPG游戏作品畅销海外游戏市场。2022年公司海内外储备产品约三十款，涵盖MMORPG、SLG等各个品类，产品品类矩阵不断完善。2021年，三七互娱在每月Sensor Tower公布全球移动游戏发行商全球收入排行稳居前十，最高排名为第4名。商务部等六部门2021年度评定三七互娱为-2021-2022国家文化出口重点企业。

[12] 1: <https://www.37wa...> 2: <https://www.tence...> 3: <http://game.163.c...> 4: 三七互娱官网, 腾讯官...

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。