

中国游戏市场份额缘何持续扩大

本报记者 李豪悦

12月19日,2025年度中国游戏产业年会在上海举行。大会现场发布的《2025年中国游戏产业报告》(以下简称《报告》)显示,2025年中国游戏市场实际销售收入达到3507.89亿元,同比增长7.68%,总体呈现“质效双升、出海提速”的良好态势。

《报告》显示,2025年,国内游戏市场实际销售收入3507.89亿元,同比增长7.68%;用户规模6.83亿,同比增长1.35%。两项数据均创历史新高。其中,带动国内市场收入与用户规模同步增长的原因,除了移动游戏市场长青,游戏和新品稳定发展外,小程序游戏的增长以及多端互通游戏扎堆出现,对扩张玩家数量起到了很大的帮助。

DataEye数据预测,2025年小游戏规模达到610元,同比增长22%。DataEye研究院研究总监刘尊表示,把传统App游戏在小游戏平台多开包体或者打开小游戏入口,也将是2026年推动小游戏大盘的增长点。

当前,游戏不仅“小游戏化”,发售渠道也变得更多样。近年来,游戏厂商发布的新品,早已不再局限于手机移动端,高成本的游戏普遍同时采用移动端、PC端、主机端多端发售的方式。

心动网络股份有限公司董事长兼CEO黄一孟11月份就在社交媒体表示,2026年在研的S级产品里,已经有90%的游戏属于PC端和手机端都上线的双端互通产品,剩下的游戏是纯PC端,而纯手游的S级产品已经快没有了。

一位游戏上市公司相关负责

人向《证券日报》记者表示:“一方面,游戏行业研发成本抬升但移动端渠道商收取的收入分成却没有明显降低;另一方面,游戏行业技术的进步让移动端越来越完美呈现游戏厂商追求的体验效果。这些因素都驱动了PC端和主机端的崛起。”

在海外市场,中国游戏市场份额持续扩大。《报告》显示,2025年自研游戏海外市场实际销售收入204.55亿美元,同比增长10.23%,规模已连续六年超千亿元人民币。

其中,自研移动游戏海外市场实际销售收入184.78亿美元,同比增长13.16%。在全球经济波动、竞争明显加剧背景下,中国游戏企业展现出不俗实力和强劲韧性。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山在大会现场表示,2025

年被视为“游戏大年”,国际上大量重磅作品集中推出,精品化创作迈上新台阶。其中,中国游戏正逐步成长为具有辨识度的“文化名片”,是世界读懂中国的重要窗口。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示,2025年中国游戏及相关产业经济规模超过12000亿元。

具体来看,由游戏产业本体创造的经济规模,作为核心经济层超过4800亿元;游戏硬件、B端服务、IP衍生消费作为关联经济层规模约为5548亿元;文化、旅游、教育、医疗等更多领域与游戏的交叉融合,成为游戏的辐射经济层,经济贡献超过1730亿元。

“从文化角度看,游戏产品本身是一个具有沉浸感、互动性和全球传播力的数字容器;在经济上,它又是‘科技+文化+消费’的融合

体,多元价值对游戏产业具有巨大的带动作用。”上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者说。

如何最大化利用游戏产业的效能,敖然提出了三点建议,首先,让游戏产业的价值“被看见”,要完善游戏产业的经济价值评估体系,开展科学的监测统计;其次,让行业动能“被激活”,要以精品内容为引领,助力文化双创,搭建跨行业合作平台,加强跨界人才培养,充分发挥游戏产业对文化经济和数字经济的双重驱动作用;最后,是让空间“被打开”,要继续拓展游戏助力经济与社会发展的空间,促进游戏科技和游戏载体的跨界应用,鼓励游戏化方式和游戏化思维的广泛转化,探索游戏在教育、医疗、工业、农业、交通等更多产业领域开展融合共创。

西部矿业迎喜讯
子公司取得采矿许可证

本报记者 李立平

12月19日,矿业龙头企业西部矿业股份有限公司(以下简称“西部矿业”)发布关于全资子公司取得采矿许可证的公告。公告显示,公司全资子公司格尔木西矿资源开发有限公司(以下简称“格尔木西矿资源”)于近日取得青海省自然资源厅颁发的《中华人民共和国采矿许可证》。

根据公告,矿区位于青海省海西蒙古族藏族自治州格尔木市它温查河西C5异常区,开采矿种包括铁矿、硫矿、铜矿、锌矿、铅矿和金矿。许可证有效期自2025年11月26日至2044年11月25日。该矿区拥有铁多金属矿资源量2007万吨,平均品位mFe31.59%,同时伴生有铜金属量7.61万吨,锌金属量6.04万吨,金金属量2.86吨。

此次获得采矿许可证是西部矿业锚定铁资源板块可持续发展的关键一步。

西部矿业相关负责人向《证券日报》记者表示,格尔木西矿资源作为省内铁资源整合平台,主要承担铁资源的拓展及开发,本次取得它温查河西C5异常区铁多金属矿采矿许可证是公司锚定铁资源板块可持续发展的基础,为后续整合、打造铁资源板块提供资源储备,将进一步提升公司抗风险能力和市场竞争力,对公司长远发展具有积极影响。

根据西部矿业2025年半年报,报告期内,公司全资持有或控股14座矿山——有色金属矿山6座、铁及铁多金属矿山7座、盐湖矿山1座。其中铁(矿石量)保有储量为28245.22万吨。

北方民族大学经济学院教授张晓凤向《证券日报》记者表示,我国铁矿石对外依存度较高,国产矿在成本和品位上短期内面临挑战。在此背景下,西部矿业作为区域性资源整合平台和重要供应商,其加强国内资源储备的举动,是对国家资源安全战略的响应,也是提升自身原料保障能力、平滑行业周期波动的重要举措。

此次获得新采矿权并非孤立事件,而是西部矿业系统性资源战略的一部分。

在今年5月份召开的业绩说明会上,西部矿业在回复投资者提问时表示,未来一段时间,公司将继续加快资源增储步伐,目前分别于拉萨和格尔木设立资源拓展项目组,拉萨项目组主要关注西藏、四川矿产资源,格尔木项目组主要关注新疆、青海、甘肃等地资源情况,同时加快推进相关矿权办理工作,扩大公司产业优势。

今年以来,西部矿业在资源储备上动作频频。除刚获得的这份采矿许可证外,早在4月30日,公司控股子公司四川鑫源矿业就取得了四川省白玉具有热铅锌矿的采矿许可证。该铅锌矿证载规模为60万吨/年,拥有铅锌矿石资源量679.2万吨。

10月份,西部矿业控股子公司西藏玉龙铜业以86.09亿元成功竞得安徽省宣州区茶亭铜多金属矿勘查探矿权。根据安徽省宣州区茶亭铜多金属矿勘查探矿权挂牌出让公告,该项目勘查矿种包括铜矿、铅矿、锌矿、金矿、银矿、自然硫。这处铜矿的铜金属量合计超过174万吨,且伴生金金属量达248.07吨,属于大型斑岩型铜金矿床。

银价上涨推高成本
隆基绿能率先上调组件价格

本报记者 殷高峰

银价持续上涨导致光伏电池、组件成本上升,日前有消息称,光伏龙头隆基绿能科技股份有限公司(以下简称“隆基绿能”)已经率先上调组件价格。

12月19日,隆基绿能相关负责人回复《证券日报》记者提问时表示:“消息属实,目前每瓦上调了2分钱到4分钱。”对于此次价格上调,该负责人称,主要是基于近期银价的持续上涨,同时,也是隆基绿能对反“内卷”竞争的又一次响应。

今年以来,白银价格呈现历史性上涨行情,伦敦现货银价年初约30.1美元/盎司,12月17日,白银现货价格突破66美元/盎司,价格涨幅约120%。

“一块组件里面就要用到7克到8克的白银,银价的持续上涨使光伏组件的成本大幅上升。”隆基绿能上述负责人进一步表示,同时,硅料、光伏玻璃、胶膜、铝边框等材料价格较年初也有比较大的上涨。

“与硅料价格不同,银价涨价是产业链外的变量冲击,对此,电池片必然会因成本支撑加强而调涨。”上海有色网光伏电池片分析师蒋辰怡在接受《证券日报》记者采访时表示,对于此类不可控因素导致的价格调整,下游的接受度也会稍高一些。

据了解,目前已有一些头部企业跟进上调组件价格。

今年以来,随着整治“内卷”竞争的持续深化,光伏产业链的价格开始反弹,但相比于硅料环节,组件环节价格反弹幅度要小得多。

中国光伏行业协会的数据显示,截至2025年11月份,光伏产业链的多晶硅、硅片、电池片、组件均价分别较年初上涨38.9%、2.2%、0.4%、2.3%。

从协鑫科技控股有限公司、新疆大全新能源股份有限公司等多晶硅头部企业披露的三季报来看,这些企业在今年第三季度均已经实现单季度盈利。

“目前硅片、电池片、组件等环节以及垂直一体化企业还多处在亏损之中。”一位业内人士表示。

在日前召开的2025光伏行业年度大会上,硅片、组件等环节的复苏也是行业关注的焦点。

隆基绿能创始人、首席技术官李振国呼吁产业链上下游企业加强务实合作,强化行业自律,坚决抵制非理性竞争,合力营造开放包容、规范有序、韧性高效的产业新生态。

“破‘内卷’需要主产业链硅料、硅片、电池、组件各个环节以需定产。目前,硅料起步较早,‘反内卷’竞争成效也比较明显。”天合光能股份有限公司董事长高纪凡认为,未来要积极推动硅片、组件等环节的横向协同,而且速度要快。此外,纵向也要协同,产业整治“内卷”竞争,要硅料、硅片、电池、组件甚至辅材环节都能共同达成盈利,才算行业治理达成目标。

“随着光伏行业整治‘内卷’竞争的持续深化,行业总产能将继续下降。光伏产业链整体价格也将逐步复苏。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示,2026年将是光伏行业整体回暖的一年,尤其是头部企业更具备明显的竞争优势。

五粮液:2026年计划新增专卖店100家

本报记者 梁傲男

白酒作为典型的周期性行业,其发展始终伴随着产能扩张与消费热度的循环波动。在新一轮行业调整的深水区中,头部酒企的战略抉择与行动备受市场关注。

12月18日,“五粮液第二十九届12·18共识共建共享大会”举行,吸引了上千名经销商、投资者、行业人士与媒体代表齐聚宜宾。

面对行业整体承压,宜宾五粮液股份有限公司(以下简称“五粮液”)展现出战略定力与主动应变的双重姿态。公司宣布将2026年定位为“营销守正创新年”,明确以持续提升五粮液品牌价值为核心,强化营销变革、强化应市策略,强化执行能力,并进行薪酬激励与组织优化等一系列举措。可见,如何平衡战略定力与主动求变,正成为白酒企业穿越周期、行稳致远的关键命题。

“五粮液通过凝聚厂商共识、强化品牌势能、优化渠道结构,并积极布局年轻化与国际市场,不仅为自身跨周期发展储备动能,也为行业提供了可借鉴的‘和美范本’。”中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞向《证券日报》记者表示,五粮液正在以系统化布局,迎接新一轮市场复苏与品牌跃升。

酒类消费趋于理性

“2025年是中国酒业发展史上极不平凡、极不容易、极其艰辛的一年,整个产业正在经历一场涉及产品结构、市场结构、消费结构的全方位与颠覆性深刻变革。”五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示。

中国酒业协会理事长宋书玉称,酒类消费已全面进入“消费态度理性、消费价格理性、消费选择理性”的“理性时代”,产能过剩、高企库存、价格倒挂、场景缺失是困扰产业的四大问题。

行业数据印证了这一判断,数据显示,今年前三季度,20家A股白酒上市公司营收合计为3177.79亿元,同比下降5.90%;实现归属于上

市公司股东的净利润合计为1225.71亿元,同比下降6.93%;经营活动产生的现金流量净额合计为877.06亿元,同比下降20.85%。

尽管挑战严峻,但积极信号正在显现。宋书玉认为,当前产能正处高度优化过程中,行业已从最低点走出,分别表现为优质产能增长、劣质产能下降、小企业停产、名酒企业贮存能力提升。同时,高企库存也正缓解——名酒企业调整市场投放节奏,主动消化库存成效明显。另外,消费场景正在恢复之中,场景持续恢复是不可逆转的趋势。

曾从钦从宏观层面,提到了行业发展的新机遇。从规模来看,我国经济基础稳、优势多、韧性大、潜能大,白酒产业逆周期、跨周期调整具备坚实的基础;从结构来看,我国经济结构转型,一批新商务人群、新消费场景正在快速形成,白酒消费仍然具备坚实的市场基础。产业政策导

向蕴含新机遇,消费提质扩容蕴含新机遇,年轻化、她经济、老酒市场、银发经济、国际市场成为关注焦点。

中金公司研报显示,预计2026年白酒报表有望出清改善,上行拐点逐步清晰,需求端政策影响会持续减弱,消费场景会迎来稳步修复,同时促进消费政策的深化有望驱动需求提升。

构建全方位竞争优势

2025年,五粮液的动作可以概括为三个“主动”:主动应市调整,积极帮助渠道消化库存,修复市场生态;主动纾解困局,减缓发货节奏,降低回款要求,协调一切可以协调的资源赋能市场动销;主动求变求变,创新营销机制体制,持续稳存量、拓增量、求变量,全力以赴对行业深度调整作出积极的应对。

基于行业呈现产能优化、库



存缓解、价格趋稳、场景复苏的态势,五粮液将2026年定为“营销守正创新年”,计划从三大维度深化改革,构建全方位竞争优势。

在产品端,曾从钦表示,将着力构建“一核两擎两驱一新”的产品体系。其中“一核”以第八代五粮液为核心;“两擎”是五粮液经典系列、五粮液·紫气东来定位超高端;“两驱”是五粮液1618、39度五粮液定位为新增长点,着力打造为两个百亿元级大单品;“一新”是坚持以29°五粮液·一见倾心·39度五粮液、五粮液1618三个产品专班以及一个电商运营专班。

白酒行业专家、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对《证券日报》记者表示,2026年的工作布局中,五粮液将重心从过去关注“让渠道愿意卖”的推广模式,转向更加注重“让消费者愿意买”的拉力机制。这一战略转身,不仅关乎短期动销与库存化解,更体现了企业面对行业深度调整时,主动回归市场本质、重塑长期竞争力的决心。

国金证券分析师表示,对于有明确品牌、组织、渠道等禀赋的酒企,相信在行业重回上行周期时,能够进一步突破规模上限,实现可持续增长。

长城汽车持续深化“生态出海”战略

本报记者 张晓玉

12月19日,长城汽车发布消息称,将携全场景智能出行解决方案及全球战略车型,参加2026年美国拉斯维加斯国际消费类电子产品展览会(以下简称“CES”)。

据长城汽车相关负责人介绍,在CES展台上,将集中展示其在新能源、智能化领域的核心技术突破与全球战略车型矩阵。其中包括搭载高阶智能驾驶辅助系统的智能电动车型、基于新体系电池技术的新能源产品,以及适配全球不同市场需求的多元化动力解决方案,全面展现中国智造的技术实力与产品魅力。

近年来,“走出去”成为中国车企突破发展瓶颈的关键路径。相关数据显示,2025年中国汽车出口规模已逼近700万辆,2026年有望突破800万辆,全球市场成为中国汽车产业新的增长引擎。而CES作为全球科技与消费领域的顶级盛会,汇聚了全球顶尖企业、行业精英与消费群体,是展示前沿技术、对接全球资源、提升品牌国际影响力的核心舞台,更是中国车企从“产品出海”向“生态出海”升级的重要跳板。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹对《证券日报》记者表示,长城汽车宣布参加CES,这是其坚定推进“全球化智能科技公司”战略转型的关键一步。继2025年首次参展并展示空间语言智能体ASL、Hi4智能四驱电混技术等成

后,再次出征这一全球顶级科技舞台,旨在向世界宣告其从“整车出海”向“技术出海”的深刻转变。这不仅是为了在欧美主流市场刷新其高科技品牌形象,更是为了在国际舞台上与全球科技巨头同台竞技,展现中国汽车在智能化、电动化领域的领先实力,为其全球战略的深入实施铺平道路。

事实上,长城汽车的全球化实践已取得显著成效。长城汽车自1997年开启“出海”之路以来,已完成从单一产品出口到“研、产、销、服”全价值链“出海”的战略蜕变。截至目前,长城汽车海外销售渠道超1400家,产品覆盖170多个国家和地区,累计海外销量突破200万

辆,在海外建成三大全工艺整车制造基地及多家KD工厂,形成了完善的全球化生产与服务体系。在拉美市场,长城汽车巴西工厂正式竣工投产,成为辐射拉美地区的战略支点。在欧洲、东盟等市场,长城汽车通过精准的产品定位与本土化服务,市场份额持续提升。

长城汽车表示,公司将以CES为契机,深度融入全球市场竞争,未来将持续深化“生态出海”战略,以技术创新为核心驱动力,以本地化运营为根基,以全球化视野布局产业链、供应链,让更多高品质的中国汽车产品与服务走向世界,为中国汽车行业破局“内卷”,实现高质量发展注入强劲动力。