



腾讯网易再次刷新全球游戏格局

《三角洲行动》《七日世界》 “双王霸榜”

4月下旬,全球手游市场迎来历史性一幕:腾讯《三角洲行动》与网易《七日世界》两款国产游戏,在短短几天内横扫全球iOS免费榜。4月22日,腾讯《三角洲行动》手游版在海外上线,迅速登顶169个国家和地区免费榜;4月24日,网易《七日世界》手游版全球同步上线,也登顶了166个国家和地区免费榜。

两大游戏包揽全球手游市场免费榜前两名的奇观,引发业内广泛关注。有业内人士表示,这场“非直接竞争”的较量,不仅展现了中国厂商在射击赛道的创新实力,更标志着国产游戏全球化战略进入新阶段。

■新快报记者 陈学东

差异化突围:

射击游戏的“新大陆”争夺战

当玩家还在为“射击游戏是否已无新意”争论时,腾讯和网易用截然不同的破局思路给出答案。

作为腾讯首款主打“搜打撤”(搜索、战斗、撤离)模式的跨端射击游戏,《三角洲行动》凭借高自由度与策略性迅速打开市场。游戏PC版自2024年上线Steam后,同时在线峰值稳定在10万以上,手游版上线首日即登顶169个国家和地区免费榜,DAU突破1200万,季度收入超10亿元。

网易的SOC(生存、开放世界、建造)游戏《七日世界》则以“诡异美学”破圈。游戏将克苏鲁元素与日常场景结合,设计出“长腿公交车”“人眼树木”等超自然怪物,既满足欧美玩家对神秘主义的偏好,又融入中式恐怖细节(如红灯笼、祠堂),形成独特的全球吸引力。手游版上线首日即登顶166个国家和地区免费榜,海外用户占比超60%,Steam版更被外媒誉为“最不氪金”的国产游戏。

看似不相干的两款游戏,实则瞄准同一目标:填补全球手游市场的品类空白。据Sensor Tower数据显示,2023年全球射击手游收入达78亿美元,但头部产品仍集中在传统战术竞技领域。《三角洲行动》抓住海外“搜打撤”手游的空窗期,凭PC版积累的1200万DAU快速转化移动端用户;《七日世界》则利用Steam版验证过的“诡异美学”,在SOC(生存、开放世界、建造)赛道抢占先机。

这种差异化卡位策略成效显著。在北美市场,《三角洲行动》首日下载量超《使命召唤手游》同期数

据;《七日世界》则因独特的文化缝合,在Reddit相关板块单日新增讨论帖超2万条。一位海外玩家评论道:“中国厂商正在教会我们,射击游戏不止有枪和爆炸。”

全球化发行:

从“野蛮生长”到“精准爆破”

两款产品的全球攻势背后,还是中国游戏工业沉淀多年的发行方法论升级。

“PC端开路,移动端收割”成为共同选择。《七日世界》早在2023年7月便上线Steam,通过“最低配置 GTX 1060”的高品质表现征服核心玩家,其Discord社区半年内突破50万成员,为手游版储备了天然用户池。《三角洲行动》则采用更激进的跨端策略:端手游版本同步开发,数据互通,让玩家能在手机上完成物资整理,在PC端享受高清战斗。

本土化营销也告别了简单“贴标签”时代。网易为《七日世界》设计了三套营销方案:在欧美主打“克苏鲁生存挑战赛”,邀请《荒野求生》明星德爷直播72小时极限通关;在日本推出“都市怪谈创作大赛”,将涩谷十字路口、秋叶原女仆店等场景植入游戏;针对东南亚市场,则与便利店7-Eleven联动,推出限定道具兑换码。腾讯则把电竞赛事作为突破口,《三角洲行动》上线当天即宣布千万美元奖金池,并在Twitch发起“48小时冲榜马拉松”,吸引Shroud等顶级主播参赛。

这套组合拳效果立竿见影。《七日世界》在日韩地区的预约转化率达37%,远超行业20%的平均水平;《三角洲行动》欧美用户付费率较同类产品高出15%,验证了“高投入高回报”的发行逻辑。

行业变局:

射击赛道进入“中国时间”

这场对决看似是两家大厂的较量,实则揭开了中国游戏全球化的新篇章。有业内人士指出,传统射击游戏趋于饱和,但“射击+X”模式正开辟新赛道。

射击游戏正从单一品类裂变为“超级赛道”。腾讯除了《三角洲行动》,还有《暗区突围:无限》《Exoborne》和《ARC Raiders》,手握四款在研射击产品,涵盖了搜打撤、SOC、英雄射击等细分类型;网易从早期的《荒野行动》到后来的《明日之后》,再到如今的《七日世界》,以及近期推出的《漫威争锋》《界外狂潮》等,不断探索和创新射击游戏的玩法和模式,积累了丰富的经验和庞大的用户群体;连以二次元见长的米哈游,也被曝出秘密研发写实风射击项目。据Niko Partners预测,到2025年国产射击游戏海外收入将突破40亿美元,占据该品类35%市场份额。

技术力成为新护城河。《七日世界》开发团队透露,其自研引擎让手游版在保留PC版动态天气系统的同时,将安装包压缩至2GB以内;《三角洲行动》则应用了腾讯AI实验室的“智能分辨率”技术,让千元机也能流畅运行写实画质。这些突破正在改写行业规则——过去海外大厂垄断的3A手游化进程,如今由中国厂商主导。

《三角洲行动》与《七日世界》的“双王霸榜”,不仅是腾讯网易的胜利,更是中国游戏工业化的里程碑。当玩法创新、技术积累与全球化运营形成合力,国产游戏已从“文化出海”迈向“规则制定”。未来,射击赛道的细分竞争或将催生更多“平台级产品”,而中国厂商或主导新一轮射击游戏变革。



周游闻

开放世界新游《沙丘:觉醒》 5月9日开启最终公测



新快报讯 腾讯投资发行的开放世界生存MMO大作《沙丘:觉醒》将于5月9日-12日举行最终公开测试。这将是该作自2022年公布以来规模最大的一次测试活动,预计向数万名玩家开放体验资格。本次测试将完整呈现阿拉基斯星球的浩瀚沙海世界,玩家可体验包括沙虫突袭、沙尘天气等标志性场景,并解锁首章主线剧情约20小时的游戏内容。

根据目前官方公布的物料,游戏的核心玩法包括以下几点:玩家需要学习如何在严酷的环境中生存,包括管理水分、建造避难所、避免沙虫攻击等;通过战斗、香料收集、建筑和贸易来提升角色的能力,并沿着不同的职业路径进行专精;从简单的庇护所开始,逐步扩展为功能齐全的堡垒,使用游戏内的强大建造系统;与其他玩家合作或竞争,加入公会,参与大规模的资源争夺战,甚至影响全球政策和税务指令;游戏中的地貌会因风暴等因素而变化,带来新的机遇和挑战。

《沙丘:觉醒》还拥有复杂的服务器架构,允许数百名玩家流畅地穿梭于不同的区域之间,提供了前所未有的社交体验。

《王者荣耀》 安琪拉、瑶妹新皮肤上线



新快报讯 《王者荣耀》两款新皮肤4月28日上线,可爱值拉满。这两款皮肤均隶属于三丽鸥家族皮肤,其中一款是安琪拉-酷洛米之心,安琪拉化身酷洛米魔法屋特立独行的妆造师,帮你找到真实的自己。神秘低调的紫色双马尾,结合粉闪挑染和爱心编发,是她甜甜酷的气质写照。技能特效设计方面,从酷洛米魔法屋主题出发,以紫色调为主,搭配钻石、小魔灵等元素营造甜甜酷华丽的氛围。

另一款皮肤是瑶-大耳狗之梦,瑶化身大耳狗甜品坊温暖可爱的少女,用甜点治愈烦恼。整体设计以大耳狗甜品坊为主题,结合云朵、泡泡等元素展现瑶可爱甜美的形象。技能特效设计围绕着大耳狗甜品坊主题展开,以浅蓝色调为主,搭配云朵、甜品、泡泡等元素营造童话般的梦幻氛围。



广州市天河区软件和信息产业协会



加入我们 一起玩