

DELTA FORCE



10月8日,国产战术射击游戏《三角洲行动》正式宣布国服日活跃用户数(DAU)突破5800万。从2016年《逃离塔科夫》首次开创“搜索物资、战斗对抗、限时撤离”的核心机制,到如今多款产品累计覆盖数亿玩家,“搜打撤”用十年时间完成了从小众圈层到大众市场的跨越。

但几乎同一时间,育碧宣布《彩虹六号手游》将于2027年1月停服,韩国厂商KRAFTON叫停基于《绝地求生》IP的撤离射击新作《PUBG:黑域撤离》,太空题材搜打撤《无主星渊》《头号追击》也先后关停。

同一赛道,冰火两重天。作为近年来射击游戏最强劲的增量玩法,“搜打撤”正从硬核小众走向国民品类,也迎来一场剧烈的分化与洗牌。

■新快报记者 陈学东

从塔科夫到三角洲： 一场“搜打撤”的本土化破圈

从硬核亚文化到全民玩法：“搜打撤”的十年演进路

“搜打撤”玩法的雏形最早可追溯至2016年上线的《逃离塔科夫》，其核心逻辑围绕“高风险高回报”展开：玩家携带有限装备进入地图，在危险区域搜索高价值物资，与其他玩家、AI敌人展开对抗，最终必须在倒计时结束前抵达指定撤离点完成撤退。一旦中途被击倒，身上携带的全部装备都将掉落，成功撤离后则可收集到的物资出售换取游戏内货币，形成完整的经济循环体系。

这种融合了生存压力、资源管理与战术决策的设计，在上线初期迅速吸引了大量硬核射击玩家。但受限于极高的上手门槛、复杂的操作设定和相对小众的传播渠道，在很长一段时间里，“搜打撤”都只是射击品类下的一个亚文化分支，未能进入主流大众视野。直到国内厂商开始对这一玩法进行本土化改造，其市场潜力才被真正释放出来。

公开资料显示，该玩法后续被《暗区突围》《萤火突击》《三角洲行动》等国产作品延续，逐步形成了以战术行动、资源循环为特征的完整细分游戏类型。为了适配国内不同层次的玩家需求，国产产品陆续做出了大量降低门槛的优化：划分普通、封锁区、强化封锁三种难度的战术行动，为新手提供低风险入门场景；加入“伪装潜入”特殊玩法，让玩家以零成本进入地图体验；通过动态天气系统、优化撤离点设置等方式，进一步降低普通玩家的挫败感。

这一系列变化直接推动“搜打撤”从硬核玩家的专属，变成了覆盖数亿用户的全民级玩法。

5800万 DAU 背后：《三角洲行动》的长青密码

在众多国产搜打撤产品中，《三角洲行动》的增长曲线最具代表性。自2024年9月正式上线以来，这款游戏的DAU始终保持持续向上的态势：2025年4月突破1200万，2026年1月突破4100万，最终在上线两周年的节点刷新至5800万。在游戏行业普遍进入存量竞争的当下，一款上线两年的产品仍能保持高速增长，其背后的运营逻辑被行业视为“搜打撤赛道长青样本”。

“《三角洲行动》的成功，本质上是把一个小众硬核玩法做成了大众化产品。”游戏行业分析师张毅在接受采访时表示，“它没有固守‘硬核’标签，而是主动降低门槛、丰富内容，让不同类型的玩家都能找到乐趣。”

从内容供给层面看，高密度且精准的版本迭代是其核心支撑。公开运营数据显示，上线两年间《三角洲行动》累计推出十一个赛季，平均不到两个月就上线一个大版本更新，这个内容更新频率在全球同类产品中都处于第一梯队。

更关键的是，这些更新并非简单的道具和地图堆料，而是围绕不同玩家群体的需求持续拓展玩法边界：早期以烽火地带、全面战场、黑鹰坠落三大模式奠定核心战术玩家基本盘，后续陆续加入钓鱼休闲玩法、1v1单挑模式，以及最新上线的5v5回合制拆弹玩法“黑潮爆破”，让休闲玩家、技术向玩家都能在游戏中找到适合自己的体验。

超出行业常规预期的线下生态建设，则进一步完成了用户粘性的闭环。2026年《三角洲行动》创办烽火职业联赛，推出“周周有比赛”的高频赛制。这种“内容带动直播、直播反哺游戏”的正向循环，让游戏的影响力从线上对局延伸到线下观赛场景，最终构建起覆盖普通玩家、核心高手、职业选手的完整电竞生态。

海外集体遇冷：搜打撤赛道的“水土不服”警示

就在国产搜打撤产品在国内市场高歌

猛进的同时，海外同赛道却正在经历集体寒冬，多家头部厂商的重点项目接连折戟。

10月1日，《绝地求生》开发商KRAFTON正式宣布终止撤离射击新作《PUBG：黑域撤离》的开发，这款经历了两轮封闭Alpha测试的产品，最终被官方判定“无法让玩家长期享受”，此前投入的大量研发成本全部付诸东流。

另一款海外热门搜打撤产品《Arc Raiders》上线初期曾创下48.1万的同时在线峰值，但到2026年4月，Steam平台日均在线人数已经跌至约9万，用户流失率超过80%。

海外产品集体翻车的背后，是多重行业矛盾的集中爆发。首先是高投入写实路线的边际效益快速递减：头部厂商普遍追求拟真级画面、超大开放地图和极致硬核的战斗体验，导致单款产品的研发成本动辄数亿，开发周期长达数年，但最终能承接这种重度体验的核心玩家群体规模有限，很难支撑起覆盖成本的用户体量。

其次是玩法创新的同质化困境。多数海外搜打撤产品始终围绕“PVP对抗+高风险掉落”的核心框架做文章，没有针对普通玩家的体验痛点做出优化，导致新手玩家上手门槛极高，一旦在对局中掉落全部装备，很容易直接选择退游。

育碧旗下《彩虹六号手游》上线不到8个月就宣布停运的案例，更印证了硬核战术射击在移动端的水土不服。这款产品下载量突破千万，却因干员解锁节奏慢、付费影响竞技平衡、匹配大量机器人、与PC端体验严重割裂等问题，最终被玩家用低分和沉默投票淘汰。

这一系列失败案例共同证明：单纯移植PC端的硬核体验，而不针对移动平台用户习惯做出本土化改造，搜打撤产品根本无法在大众市场站稳脚跟。

观察

轻量化、差异化
将成下一阶段核心方向

经历了两年的高速扩张和洗牌之后，搜打撤赛道已经告别“随便做一款就能分到红利”的野蛮生长期，正式进入精耕细作的存量竞争阶段。对于全行业而言，5800万DAU的纪录既是对过去玩法探索的肯定，也为未来的发展指明了新的方向。

未来的搜打撤赛道，不再是大厂凭借资金优势堆资源就能取胜的赛场，中小团队反而迎来了属于自己的差异化窗口。头部产品已经占据了写实拟真的主流赛道，中小厂商完全可以避开正面竞争，从风格化、垂直题材入手寻找机会。

2025年上线的《逃离鸭科夫》就是典型案例，这款主打PVE体验的俯视角搜打撤游戏，上线6天销量就突破52万份，证明垂直向的细分玩法完全可以获得玩家的认可。

同时，降低门槛、拥抱更广泛的用户群体，将成为全行业的共识。即便是《逃离塔科夫》这类传统硬核标杆产品，也正在逐步移除“为复杂而复杂”的冗余设定，降低新玩家的上手门槛，吸引Steam平台的海量轻度用户。搜打撤玩法的本质魅力，从来不是用复杂规则劝退玩家，而是让不同技术水平的用户，都能体验到“搜索—战斗—成功撤离”的紧张刺激与成就感。

对于国产游戏行业而言，搜打撤赛道的崛起，不仅诞生了一款DAU5800万的标杆产品，更探索出了一条“引进外来玩法—本土化改造—反向输出经验”的可行路径。

未来随着国产搜打撤产品逐步走向全球市场，如何平衡不同地区玩家的体验偏好，如何用更丰富的题材和更低的门槛覆盖全球用户，将成为整个赛道下一步最大的想象空间。



广州市天河区软件和信息产业协会



加入我们一起玩