

游戏行业周报-2026年6月第二周



本周信息摘要

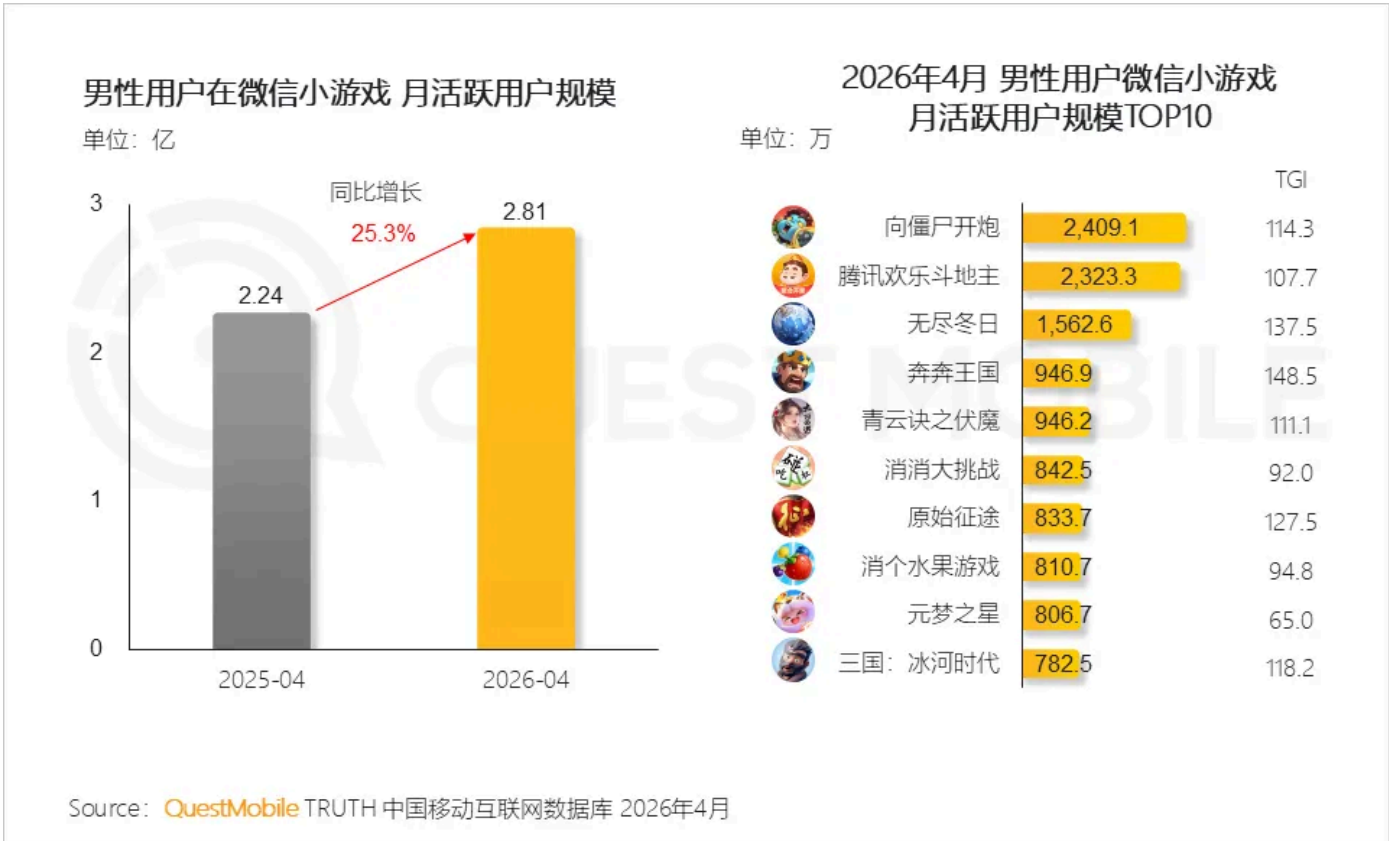
1. 2026男性游戏用户洞察：月活6.42亿，微小月活2.81亿，向“高沉浸、强社交”升级。
2. 5月网吧端游热度榜：射击游戏霸榜，《异环》《鸣潮》成跨平台黑马。
3. 2025年游戏黑产规模超100亿，PC外挂量翻倍，AI正重塑安全攻防格局。
4. 鸿蒙游戏用户将达亿级，是存量市场的新流量入口。
5. 5月全球手游收入66亿美元，《王者荣耀》榜首，《鸣潮》增长第一，箭头类益智游戏下载霸榜。
6. 《占城大师》凭RTS轻量化改造冲至抖小畅销榜第2、微小第6，验证经典玩法小游戏化潜力。
7. 7款超500人团队在研游戏曝光，豪赌都市开放世界、MMO等赛道。
8. 《打个螺丝》上线两年，五一期间日耗仍40万，死磕细节与数据，将次留从1%提至10%。
9. 网易《万民长歌：三国》研发团队从70人缩减至8人，靠AI与UGC加速开发。
10. 腾讯《奥星热浪》PV破千万播放，定位“梗乐园”，融合搜打撤+社交+模拟经营玩法。
11. Steam首页算法改版，“热门即将推出”更重已有热度的作品，中小团队游戏冲愿望单老办法失效。
12. AI原生平台AhaCreator用智能体自动化达人营销全链路，助品牌规模化“种草”
13. 5月全球买量市场降温，轻度游戏主导，烹饪合成、花园游戏成投放热点。
14. Steam2026年底全球停售实体充值卡，称打击诈骗，实则可省分销渠道费，提高利润率。
15. 土耳其厂商将寻物解谜与消除融合，《Triple Match City》月流水破4000万元。
16. 8人法国团队《遥遥西土》EA上线48小时销量破25万，首周流水近1亿，靠合作PvE出圈。

一、国内行业信息

1. 游戏行业信息

• 2026男性游戏用户洞察：月活6.42亿，微信月活2.81亿，向“高沉浸、强社交”升级

- 男性手游偏好升级：男性用户游戏需求向“高沉浸、强社交”升级。《三角洲行动》男性用户同比增长128.1%，《洛克王国：世界》《鹅鸭杀》分别代表MMORPG与益智休闲品类创新突破。
- 微信小游戏男性市场扩大：微信小游戏男性月活达2.81亿，同比增长25.3%。《向僵尸开炮》《腾讯欢乐斗地主》《无尽冬日》男性月活均超1500万。
- 男性线上消费力持续攀升：男性月活用户规模6.42亿，月人均使用时长185.8小时。线上消费能力千元以上男性占比超七成，中高消费意愿占比近八成。



• 5月网吧端游热度榜：射击游戏霸榜，《异环》《鸣潮》成跨平台黑马

- 腾讯射击矩阵成型：5月网吧热力榜前五名全被腾讯包揽，TOP10中独占8席。《三角洲行动》（第2）、《无畏契约》（第3）完成新一代射击产品的接力，覆盖竞技FPS、搜打撤、PVE、大战场等主流射击品类。
- 跨平台二次元游戏成PC端黑马：《异环》单月上升11位至第17名，《鸣潮》提升6位至第14名。网吧正成为跨平台高规格游戏的重要体验场景，高配置PC能显著提升开放世界产品的画面表现和运行稳定性。
- 开放世界赛道分化加剧：《王者荣耀：世界》本月排名下滑16位至第27名，成为波动最明显的大世界产品。IP影响力能快速获客，但长期活跃仍取决于内容更新速度和玩法深度。

《5月网吧游戏热力榜TOP50》榜单数据来源顺网星研社

排名	升降	游戏名称	所属厂商
TOP1	-	英雄联盟	腾讯
TOP2	-	三角洲行动	腾讯
TOP3	-	无畏契约	腾讯
4	-	穿越火线	腾讯
5	-	地下城与勇士	腾讯
6	-	永劫无间	网易
7	-	洛克王国：世界	腾讯
8	↑ 1	QQ飞车	腾讯
9	↓ 1	逆战：未来	腾讯
10	↑ 3	守望先锋	网易
11	↓ 1	NBA2KOL2	腾讯
12	-	暗区突围：无限	腾讯
13	↑ 1	逆战	腾讯
14	↑ 6	鸣潮	库洛游戏
15	-	梦幻西游	网易
16	↑ 1	CSGO	完美世界
17	↑ 11	异环	完美世界
18	↑ 7	QQ炫舞	腾讯
19	↓ 3	燕云十六声	网易
20	↓ 1	FC Online	腾讯
21	↓ 3	魔兽世界	网易
22	-	炉石传说	网易
23	-	原神	米哈游
24	↓ 3	Dota2	完美世界
25	↓ 1	梦三国2	电魂网络
26	-	CFHD高清竞技大区	腾讯
27	↓ 16	王者荣耀世界	腾讯
28	↓ 1	坦克世界	360游戏
29	-	崩坏星穹铁道	米哈游
30	-	NBA2KOL	腾讯

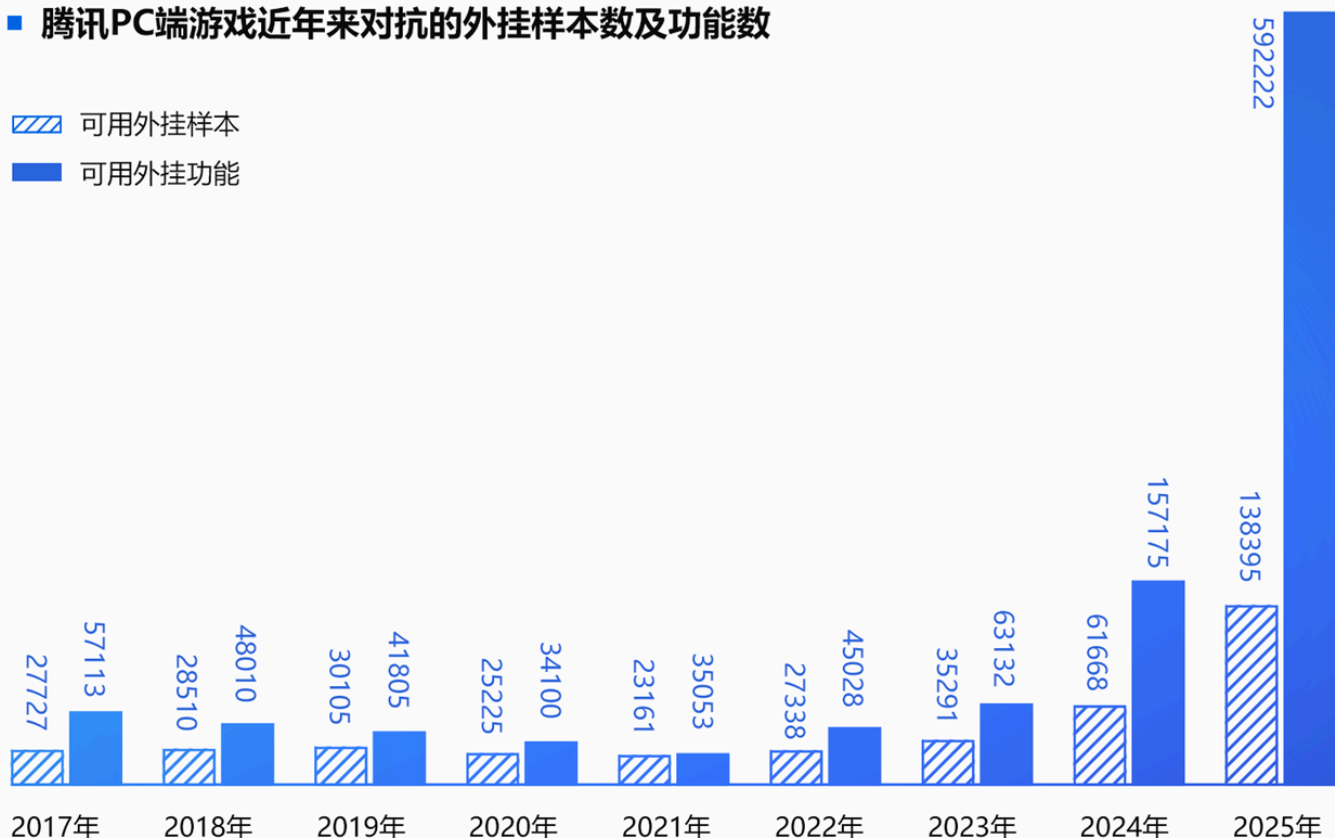
30		NBA2KOL	腾讯
31	-	我的世界	网易
32	-	梦幻西游：时空	网易
33	↑ 1	生死狙击2	无端科技
34	↓ 1	街头篮球	天游
35	-	起凡群雄逐鹿	起凡游戏
36	-	反恐精英Online	世纪天成
37	↑ 1	绝区零	米哈游
38	↑ 3	劲舞团	久游网
39	↓ 2	明日方舟：终末地	鹰角网络
40	↓ 1	魔兽世界怀旧服	网易
41	↓ 1	星际战甲	腾讯
42	↑ 6	荒野行动	网易
43	↑ 2	巅峰极速	网易
44	↓ 2	大话西游2经典版	网易
45	↑ 4	星际争霸2	网易
46	↑ 1	新天龙八部永恒经典版	畅游
47	↓ 1	战舰世界	360游戏
48	↓ 5	问道	光宇
49	↑ 3	剑网3	西山居
50	↑ 11	枪神纪	腾讯

• 2025年游戏黑产规模超100亿，PC外挂量翻倍，AI正重塑安全攻防格局

- **黑产规模与PC外挂激增：**国内游戏黑产市场规模预估超过100亿元。PC端外挂样本数同比增长124.4%，功能数同比增长276.8%，均创历史新高，其中射击类游戏占比达81.9%。
- **移动端与海外外挂翻倍增长：**移动端外挂功能数连续两年翻倍增长，定制外挂占比高达87.1%。海外手游外挂功能数同比增长106.7%，定制外挂占比达91.4%。
- **AI技术改变攻防格局：**AI正从“新兴变量”转变为“核心变量”。攻击侧出现AI视觉外挂等高隐蔽工具；防御侧腾讯游戏安全已利用AI（Transformer+大语言模型）重构防护，使头部游戏被盗率同比下降超50%。

■ 腾讯PC端游戏近年来对抗的外挂样本数及功能数

可用外挂样本
可用外挂功能



● 鸿蒙游戏用户将达亿级，这是存量市场中一个值得认真评估的新流量入口

- **用户规模与获客价值：**预计2026年底鸿蒙生态用户规模将达亿级，实现数百倍增长。当前72.95%的游戏企业渴望与流量平台深度合作，**这是存量市场中一个值得认真评估的新流量入口。**
- **核心场景创新功能：**超九成用户认可鸿蒙游戏多设备无缝流转流畅度；56%的玩家将“碰一碰组队”作为聚会开黑核心功能；超四成用户将桌面卡片作为游戏主要启动方式。

● 5月全球手游收入66亿美元，《王者荣耀》榜首，《鸣潮》增长第一，箭头类益智游戏下载霸榜

- **全球大盘与头部格局：**5月全球手游收入66亿美元（环比+2%），美国、中国iOS、日本分列前三。《王者荣耀》居收入榜首，主要得益于与《哪吒2》跨界联动。
- **收入增长亮点：**《鸣潮》位列收入增长榜全球第一，依托限定角色“绯雪”与“达妮娅”卡池；《异环》排增长榜第二，受益于限定S级角色“浔”与“安魂曲”及版本更新。
- **下载榜趋势：**箭头类益智游戏强势崛起，《Arrows Puzzle Escape》登顶全球下载榜。《Arrows GO!》等同类游戏也进入下载增长榜前列，该类玩法适配短视频广告素材，实现规模化扩张。



2. 游戏产品信息

- 小游戏《占城大师》凭RTS轻量化改造冲至抖小畅销榜第2、微小第6，验证了经典玩法小游戏化潜力
 - 玩法改造逻辑清晰：**游戏将传统RTS改造为轻度策略对战，核心是通过“地块随机产出建筑”、“不可控的出兵”与“战争迷雾可视化”，强化随机性降低挫败感，成功适配小游戏用户习惯。
 - 商业模式验证成功：**商业化设计围绕卡池展开，通过“错位资源供给”引导玩家从“以弱胜强”的体验面临数值瓶颈，再转化为付费。买量素材也直接呈现玩法实况，降低了营销成本并避免“货不对板”。



占城大师

"守护王国领土"

2026-04-01 - 2026-05-29

排名趋势



- **《打个螺丝》上线两年，五一期间日耗仍40万，死磕细节与数据，将次留从1%提至10%**
 - **长线运营表现突出：**游戏上线超600天，五一期间单日消耗仍40万左右，且依然稳定在微信小游戏畅玩榜单上。
 - **关键调优策略：**团队通过两个半月、几十版数值调整打磨“拉扯感”；针对玩家反感“从有序到无序”的关卡变化，将设计改为“乱中有序”；并设置保底机制防止卡死。
 - **转型成效显著：**发行方从短线成语游戏（次留仅1%）转型中度消除，将《打个螺丝》的次留提升至10%、90日留存做到1%，后续产品《消个水果》90日留存达1.6%。
- **《偃武》新赛季更新，强化RTS+SLG战场对抗，MAU已超百万**
 - **产品核心策略：**聚焦于高自由度的RTS玩法，强调实时操作、可变兵阵与武将流派，旨在满足核心玩家对“有勇有谋”战斗过程的诉求。
 - **赛季更新亮点：**新XP赛季推出“联军”策略机制与建筑隘口，旨在加速阵营对抗；并新增乐进、吕蒙等武将及阵法，强化策略博弈感与历史沉浸感。
 - **运营思路：**走差异化路线，不卷美术卷玩法，靠核心玩家维持口碑。

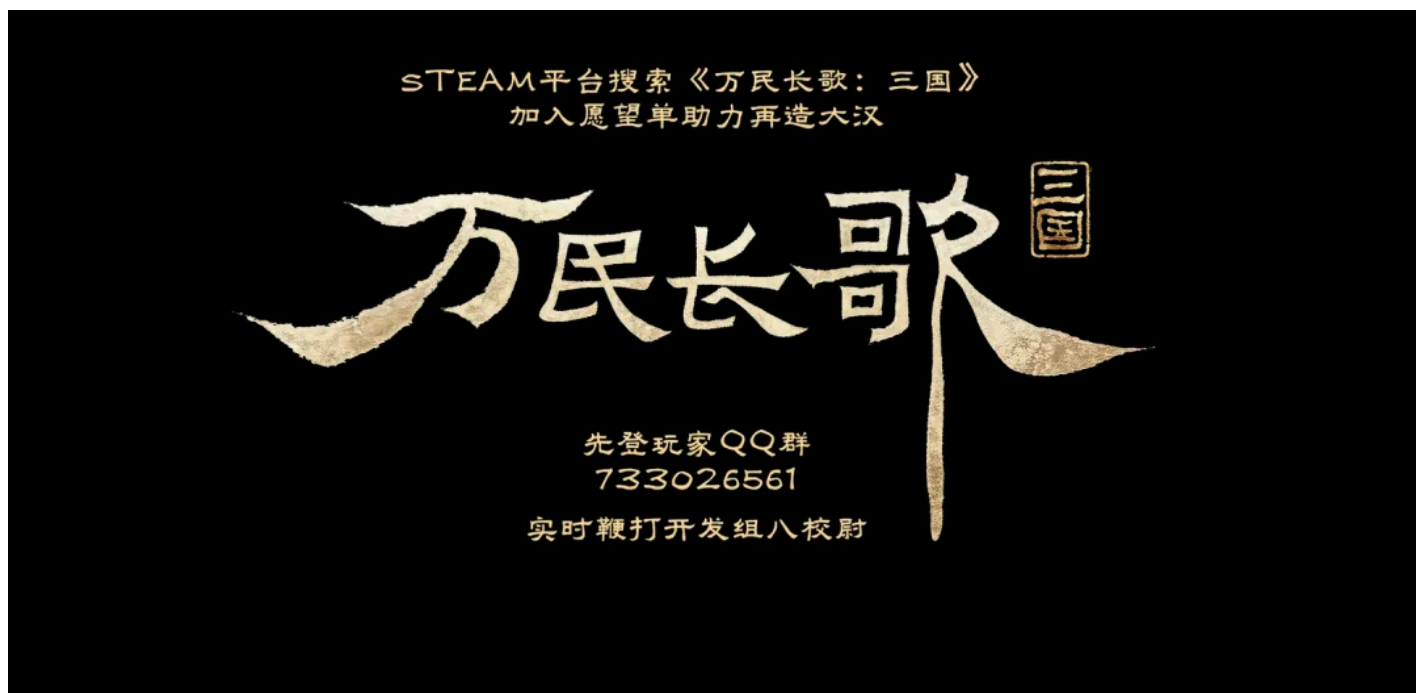


- **7款超500人团队在研游戏曝光，豪赌都市开放世界、MMO等赛道**

- **都市开放世界成头部押注焦点：**诗悦网络《望月》（600+人）、网易《无限大》（700-800人）均瞄准该赛道，与《异环》形成直接竞争。其中《无限大》取消了角色抽卡，计划以皮肤、房屋等外观付费为主。
- **米哈游探索AI+人文沙盒：**蔡浩宇带队的《Varsapura》采用高精度写实二次元风格，将深度融合AI技术，致力于创造新的人文交互体验，目前暂无明确竞品。
- **其他高投入差异化项目：**快手弹指宇宙600人研发《诡秘之主》MMO，强调无职业设定与四年原著剧情更新计划；蛮啾网络《蓝色星原：旅谣》主打二次元+捉宠玩法；网易《遗忘之海》则融合Roguelike策略与开放世界探索。

- **网易《万民长歌：三国》研发团队从70人缩减至8人，靠AI与UGC加速开发**

- **团队规模与研发模式：**项目在砍掉重启后，研发团队从70人缩减至8人（被玩家戏称“八校尉”），不得不依赖AI和UGC共创来加速后续优化与内容更新。
- **玩法大幅简化：**为适配快节奏和RTS化，Demo引入了即时暂停功能、取消募兵指令、提供内政全自动陈情系统，降低了理解门槛。同时战斗改为可框选+右键即时控制。
- **UGC战略方向：**鉴于游戏具有良好的底层沙盒潜力（地形、天气、势力等），项目决定走UGC共创方向。目前Demo已上架Steam，玩家可下载体验并参与共创。



- 腾讯《奥星热浪》PV破千万播放，定位“梗乐园”，融合搜打撤+社交+模拟经营玩法

- 市场热度：游戏PV播放量已超1000万，TapTap评分9.7分，好游快爆8.6分。
- 核心玩法：主要玩法融合“搜打撤”（来财行动）、大世界社交探索与模拟经营。游戏内充斥大量互联网迷因（如香蕉猫、mur猫等），被玩家形容为“在大量的梗里找到了少量游戏”。
- 开发模式与用户定位：项目采用全透明共创模式，定期向“股东”（玩家）汇报进度并吸纳反馈。产品明确瞄准“乐子人”群体，强调提供情绪价值与社交归属感。

二、海外行业信息

1. 海外市场信息

- Steam首页算法改版，“热门即将推出”更重已有热度的作品，中小团队游戏冲愿望单老办法失效。
 - 推荐逻辑变化：Steam首页“热门即将推出”区域的排序逻辑已从临近发售时间转变为更偏向已有热度更高的作品。一些发售日尚远但愿望单量大的游戏占据了位置。“热门即将推出”这个黄金展位不再看游戏是不是快发售了，而是看谁的热度高、谁愿望单数量大。
 - 中腰部团队受冲击：过去发售前攒约7000愿望单可能获得首页助推，而新机制下竞争线可能升至七八万甚至数十万。愿望单在5000-20000之间的中腰部独立游戏受影响严重。
 - 替代方案与方向：Steam新增了根据玩家口味推荐的“个人日历”功能，流量分发更趋算法化与个性化。未来小众游戏可能需依赖精准推荐，其转化率比曝光量更为关键。
- AI原生平台AhaCreator用智能体自动化达人营销全链路，助品牌规模化“种草”

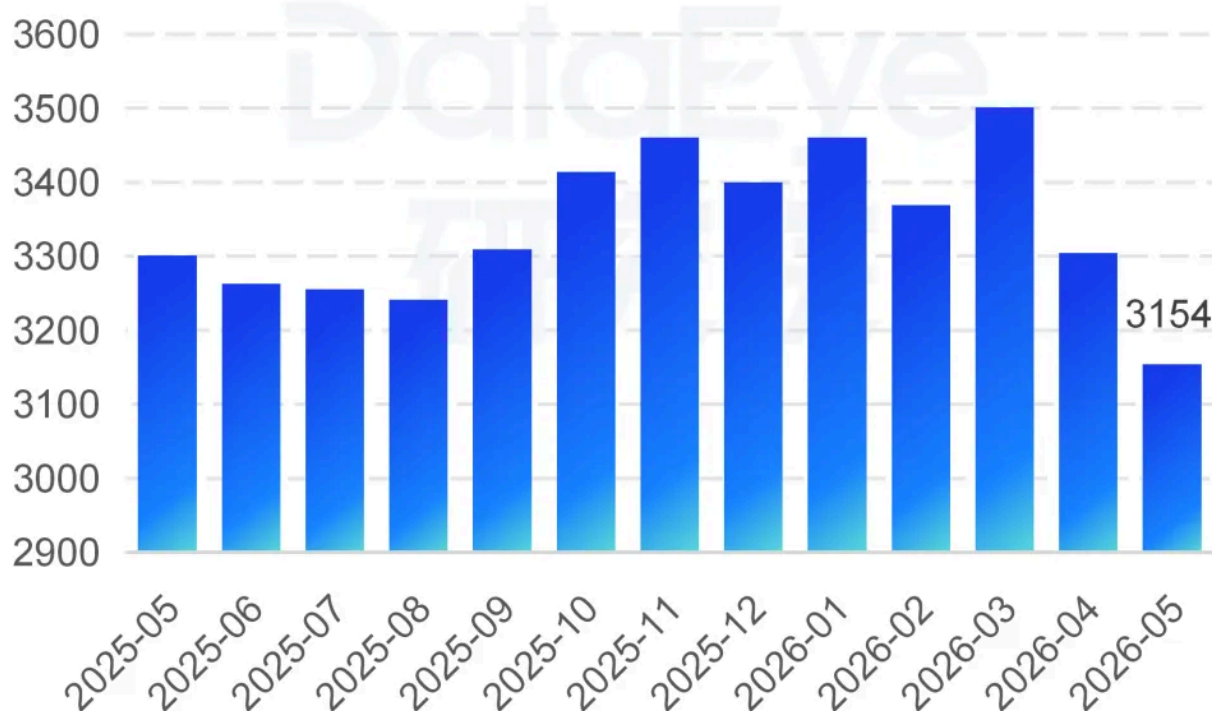
- **平台定位与规模：**AhaCreator定位为“AI海外达人营销员工”，已吸引超10万海外达人入驻，覆盖500多万可合作达人池，覆盖TikTok/YouTube/Instagram等五大主流社媒平台。
- **核心解决问题：**AI全链路执行：精准匹配、风险筛查、动态定价谈判、自动审稿（1000条几分钟审完）、进度追踪；运营人员只做四个判断：创建Campaign、审核名单、审核内容、查看数据。

The graphic is a promotional banner for AhaCreator. At the top left is the AhaCreator logo. Below it, the text reads '全球规模最大 · AI-NATIVE CREATOR NETWORK'. The main headline in large, bold Chinese characters says '全球最早实现端到端 100% AI 的达人营销平台'. Below this, a smaller line of text states: '平台覆盖达人数量 10万+, 是目前全球规模最大的 AI 原生 (AI Native) 达人营销网络。'. The right side of the graphic features a central illustration of a large, colorful, rounded square button with a white 'A' logo. Surrounding this are several smaller elements: a speech bubble asking '告诉AhaCreator今天做什么', a small video thumbnail of a woman, a small video thumbnail of a man, and a search bar labeled '寻找精准匹配的达人'. At the bottom, three large numbers are displayed: '10万+' (with '已入驻活跃达人 ACTIVE ON PLATFORM' below it), '140+' (with '覆盖国家与地区 COUNTRIES & REGIONS' below it), and '300+' (with '服务品牌 BRANDS SERVED' below it). In the bottom right corner, there is a watermark for '公众号 · 白鲸出海'.

- **5月全球买量市场降温，轻度游戏主导，烹饪合成、花园游戏成投放热点**
 - a. **市场回归全面竞争：**5月全球投放素材数回落至380万组，但参与投放游戏数回升至6.5万款，市场从头部集中放量回归到更多产品共同竞争的状态。
 - b. **中国出海进入调整期：**中国厂商出海素材数降至54.8万组，参与产品数降至3154款，首次出现素材数与产品数同步下降，厂商更重视长期回收能力。
 - c. **热门品类与产品动态：**烹饪合成类（如《食光旅行》）、花园/迷雾小镇类游戏在全球热投；波克城市《迷雾小镇：合成游戏》在多国榜单前列；君海网络等厂商新游表现亮眼。

中国出海手游参与投放产品数

■ 参投游戏App产品数 (款)



数据来源: DataEye研究院

以数为本 洞见未来

Source: ADX海外版
Data Range: 2025.5-2026.5



- **Steam 2026年底全球停售实体充值卡: 官方称打击诈骗, 实则可省分销渠道分成, 提高利润率**
 - **停售时间与范围:** Valve已正式确认, 预计在2026年底前, 全球范围内所有线下渠道 (便利店、超市等) 的Steam实体礼品卡将停止销售且不再补货。
 - **官方停售原因:** 官方理由是打击诈骗犯罪。诈骗分子利用实体卡“无记名、难追踪”的特性, 通过电话、邮件等诱导受害者购买并骗取卡密。
 - **商业背景与影响:** 实体卡销售需向渠道商支付高额分成, 停售可帮助Valve节省成本、提高利润率。

2. 海外游戏产品

- 土耳其厂商将寻物解谜与消除融合，《Triple Match City》月流水破4000万元

- 玩法融合与迭代逻辑：核心是把“找东西”这个寻物和消除共通的技能点打通，场景生活化、物品尺寸差异大（大象+小女孩同时消除）；游戏早期借助同类热点产品（“找猫”游戏《Find The Cat》）的素材风格迅速起量。



- 8人法国团队《遥遥西土》EA上线48小时销量破25万，首周流水近1亿，靠合作PvE出圈

- 销售成绩与团队规模：4月28日游戏以抢先体验形式上线Steam，48小时内销量突破25万份，首周累计流水预估近1亿元（超1300万美元）。Steam英文区好评率97%，整体“好评如潮”。开发团队为法国独立工作室Evil Raptor，规模仅约8人。
- 产品定位与核心体验：游戏主打四人合作、PvE射击、Roguelite构筑与撤离任务，融合西部怪谈风格。其核心打法在于提供“不贵、不累、上手快”的轻量社交游戏场景，便于玩家快速组队并产生自传播的混乱喜剧效果。
- 成功路径与当前风险：游戏通过Steam新品节Demo（试玩超30万人）积累了愿望单，并以低价首发（国区72元）降低组队门槛。目前面临内容消耗快、后期重复度高的问题，简体中文区评价相对克制。团队承诺在约12个月的EA期内持续更新新内容。



三、行业深度阅读

1. 成立仅2年、团队不足80人、年流水近5亿美元，这家手游新贵总结了5条增长法则
2. 《无限机兵》、《逃离鸭科夫》、《楼兰：诅咒之沙》制作人专访
3. 腾讯云AI Agent Workbuddy可让个人快速完成小游戏原型从策划到编码的全流程
4. 短剧协作平台AniShort获近亿融资，点众年收145亿押注AI短剧，短剧AI化加速
5. Unity中国推出AI编程工具Cowork公测，专为Unity/团结引擎设计，可深度理解项目