

射击类移动游戏发展趋势报告

2025Q1



目录

catalogue

01 全球射击类移动游戏市场发展现状

02 典型射击类移动游戏案例分析

03 射击类移动游戏市场发展趋势

射击类游戏的主流玩法类别

端游爆款引领市场认知与潮流 同类型移动游戏拓宽用户圈层

1

团队竞技

普及产品：CS系列、守望先锋

以两组小队对抗的形式，在地图上进行多回合战斗，优先完成地图目标的一方取得胜利。早期多为传统拟真射击（CS系列），后来发展出了包含英雄技能等玩法元素更丰富的英雄战术射击品类（守望先锋、无畏契约等）。

2

大逃杀

普及产品：绝地求生、APEX

以单人或小队形式，与其他几十位玩家同场竞技，直至战场上仅剩余最后一人或小队生存并赢得胜利的玩法。由《绝地求生》引发了市场热潮，也基于该游戏诞生了“吃鸡”一词。后由《APEX》引入了英雄战术竞技大逃杀品类。

3

夺金撤离

普及产品：全境封锁、逃离塔科夫

以搜索、战斗、撤离为目标，旨在将尽量多的道具带离战场，并可以通过交易所换取资金强化自己。但由于带入战场的道具也会因为玩家死亡而掉落，所以天然形成了“高风险高回报”的独特心流体验。

4

大战场

普及产品：战地系列、人间地狱

由单方至少数十人组成两支庞大的队伍，在一个大地图上进行大规模的合作与对抗。这种玩法需要极强的团队合作与推进策略，对新玩家来说，即便已经是射击类游戏的老手，依然存在着较高的上手门槛。

5

融合RPG

普及产品：方舟:生存进化、无人深空

融合了RPG游戏的部分要素，包括但不限于故事情节、角色养成、装备升级、家园建造等。游戏体验更偏向于MMO网游，“射击”则是用于承载战斗的主要方式。

6

载具射击

普及产品：坦克世界、战舰世界

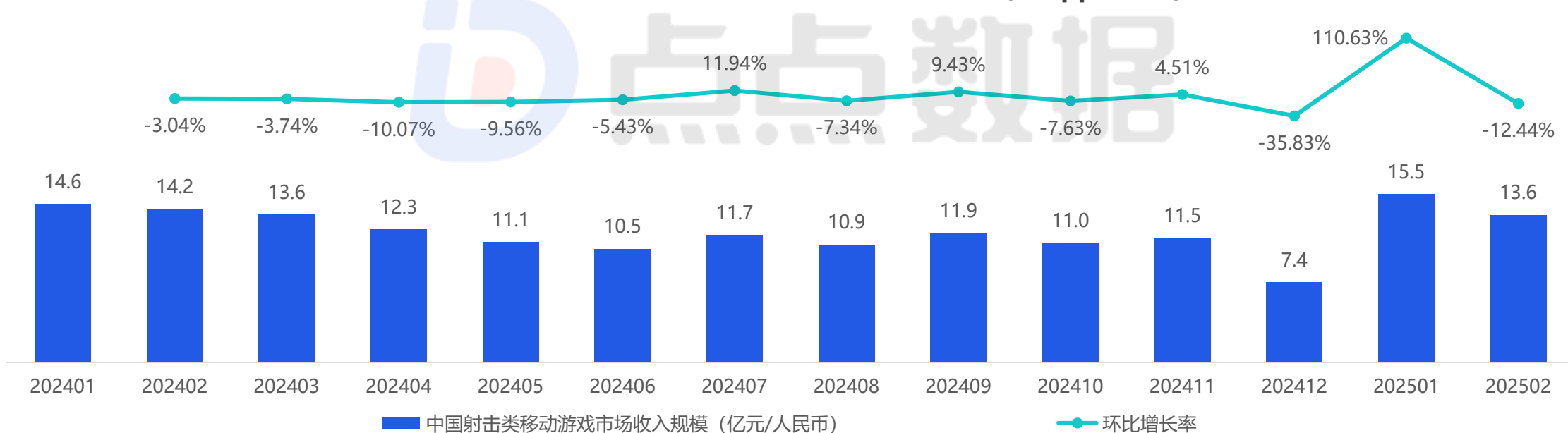
基于驾驶战争载具进行射击对战的游戏，多为坦克、飞机、舰船等，其操作逻辑与传统设计游戏截然不同，且不同载具的游戏体验也完全不同。后逐渐发展出科幻题材，多为驾驶/操控机甲进行对战，在射击玩法的框架下也融入了一些动作游戏要素。

中国射击类移动游戏市场收入规模

由“吃鸡”大战滋生出射击游戏品类 学生群体等新生代玩家是主力军

随着《绝地求生》在全球范围内的爆火，各大游戏厂商也借此东风，推出了多款围绕大逃杀玩法的射击类移动游戏。最终在《和平精英》正式上线，并完整继承了《绝地求生：刺激战场》的玩家数据后，这场“吃鸡手游大战”才彻底奠定格局。但这一轮市场竞争最重大的意义在于，让大量玩家开始接受并习惯射击类游戏在手机屏幕上的操作方式，从而使得“射击游戏”正式成为移动游戏的一大品类，这也才催生了现如今看到的团队竞技、夺金撤离、融合RPG等丰富玩法的射击类移动游戏。但相对新颖且复杂的操作方式（社交媒体中有大量关于射击类移动游戏从“二指”到“五指”的操作教学），注定了新生代玩家才是主力军。从下方的数据中也不难看出，全年数据波动的两个波谷（6月与12月），正对应着学生群体的学期期末阶段。

202401-202502中国射击类移动游戏市场收入规模（仅App Store）



注释：1、中国移动游戏市场统计范围：仅包含在中国大陆地区上线的移动端游戏，不包含PC端、游戏主机端或其他硬件平台上的游戏（例如一款游戏同时发布了移动端版本、PC客户端版本和游戏主机端版本，本报告也仅统计移动端版本的相关数据）；2、收入规模包含统计范围内用户消费的总金额，不包含广告变现、第三方充值等其他收入模式；3、本报告中后续涉及的“中国移动游戏收入”相关的统计数据，都以此标准进行统计；4、部分数据可能会在点点数据2025年相关报告中做出调整。

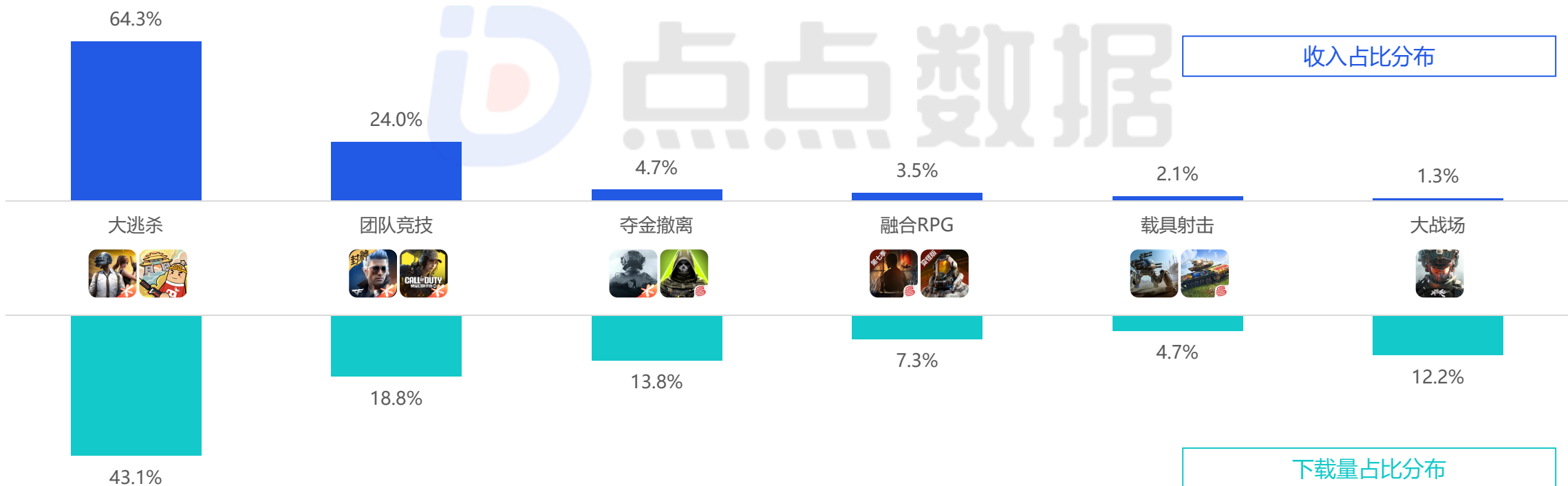
来源：中国移动游戏市场收入规模是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

中国各玩法射击类手机游戏占比分布

头部产品多为有自身主打玩法，同时融合其他多玩法作为附加内容

大逃杀作为引领中国射击类手机游戏的主要玩法，无论是在收入还是下载量上都是绝对的主力。目前各玩法的头部产品，虽然各自都有其主打玩法，但也几乎都附带了多种其他玩法模式供玩家选择。更有甚者，如《三角洲行动》，同时将夺金撤离（游戏中的“烽火行动”玩法）和大战场（游戏中的“全面战场”玩法）并列呈现，两者都具备独立的通行证、赛季和排位系统。同类型玩法间的博弈，不仅在外围玩法本身的设计上，更重要的是对“索敌-瞄准-射击”这一基础架构的细微打磨。例如射击游戏中最常被玩家津津乐道的TTK（Time To Kill，指完成一次击杀所需要的时间），不同长短TTK的设计对于玩家的实际游戏体验起到了天翻地覆的影响。

2024年中国各玩法射击类手机游戏收入、下载量（仅App Store）



来源：点点数据自主研究及绘制

中国射击类移动游戏厂商竞争格局

基于PVP为循环内核的大DAU产品是中国射击手游的主流方向

中国射击类移动游戏市场呈现出“双巨头主导、多元厂商细分突围”的竞争态势。由于中国玩家对射击游戏的启蒙多是基于PVP为循环内核的产品，且公平竞技无明显数值区分，所以有能力将产品大DAU化的厂商必然占据绝对优势，即由腾讯+网易形成的第一梯队。而第二梯队的产品明显主攻细分领域，如《香肠派对》的休闲竞技导向、《机器战队》的科幻机甲题材等，通过抓住小众玩家的差异化需求来立足于市场之中，但多数仍然难以脱离PVP内核。唯有西山居旗下的《尘白禁区》是一款主打PVE玩法的射击游戏，但其本质是基于二次元游戏内核，通过持续的内容迭代（包括核心玩法内容迭代和外围养成玩法内容迭代）来满足二次元玩家的游戏需求。

头部射击类移动游戏厂商一览

游戏 厂商	腾讯游戏 Tencent Games				网易游戏 游戏爱好者			HERO 英雄互娱		乐逗游戏 LOREMSKY GAMES		朝夕光年	
相关 游戏													
													

来源：点点数据自主研究及绘制

中国射击类移动游戏收入TOP榜

前五名“几乎”被腾讯包揽 多端成为重要运营策略

虽然《三角洲行动》在下表中的数据表现略逊《明日之后》一筹，但需要明确的是，《三角洲行动》是2024年9月26日才正式上线，即仅依靠三个月的流水成绩就排名榜单第六。若2025年没有其他新晋爆款，那么腾讯将极有可能达成包揽TOP5的壮举。另一方面，由于射击游戏需要“瞄准”的特殊性，键鼠操作仍是目前主流操作方式中（手柄操作、手机触屏操作）最适合射击游戏的。而纵观下列榜单，7成产品都配套了官方发布的PC版本。即便是无法提供原生PC端（原生PC端需要单独申请版号），由官方调教优化过的模拟器版本也能获得十分优质的游戏体验。

2024年射击类移动游戏收入TOP榜（仅App Store）

排名	icon	游戏名	厂商	上线时间	是否有官方PC端	主要玩法类型	包含玩法类型	流水预估（亿元）
1		和平精英	腾讯	2018年	WeGame模拟器	大逃杀	团队竞技、夺金撤离、大战场	88.86
2		穿越火线	腾讯	2015年	否	团队竞技	大逃杀、融合RPG	27.39
3		暗区突围	腾讯	2022年	否	夺金撤离	---	5.71
4		使命召唤手游	腾讯	2020年	WeGame模拟器	团队竞技	大逃杀、大战场、融合RPG	5.05
5		明日之后	网易	2018年	原生PC端	融合RPG	---	2.43
6		三角洲行动	腾讯	2024年	原生PC端	大战场	夺金撤离、融合RPG	1.84
7		机甲战队	创梦天地	2023年	否	载具射击	---	1.76
8		星球：重启	朝夕光年	2023年	原生PC端	融合RPG	夺金撤离	1.36
9		尘白禁区	西山居	2023年	原生PC端	融合RPG	---	0.99
10		萤火突击	网易	2024年	官方模拟器版本	夺金撤离	团队竞技	0.80

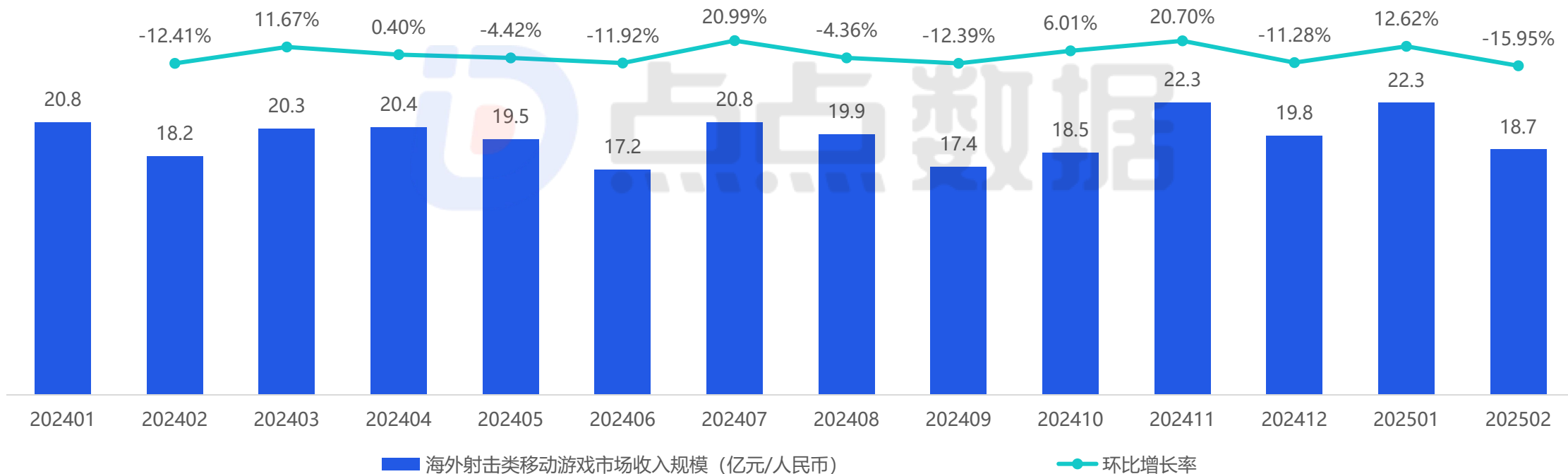
来源：中国移动游戏产品收入是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

海外射击类移动游戏市场收入规模

月度收入及环比增减波动剧烈 即受到版本更新节奏影响显著

海外射击类移动游戏市场月度收入规模最低值和最高值差距超5亿元，最大环比差值达21%，可以说波动十分剧烈。而考虑到目前射击类移动游戏多以皮肤（包括角色皮肤和枪械皮肤）为主要收费点，而极少售卖影响数值的道具，所以收入的波动变化与版本更新节奏有极强的关联性。从这一点上来说，射击类移动游戏厂商可一定程度参考二次元移动游戏的竞争策略，利用头部产品的更新真空期来帮助自身产品提高市场竞争力。

202401-202502海外射击类移动游戏市场收入规模



注释：1、海外移动游戏市场统计包括所有在App Store和Google Play上架的移动游戏产品（除中国大陆地区以外），不包含PC端、游戏主机端或其他硬件平台上的游戏（例如一款游戏同时发布了移动端版本、PC客户端版本和游戏主机端版本，本报告也仅统计移动端版本的相关数据）；2、收入规模包含统计范围内用户消费的总金额，不包含广告变现、第三方充值等其他收入模式；3、本报告中后续涉及的“海外移动游戏收入”相关的统计数据，都以此标准进行统计；4、部分数据可能会在点点数据2024年相关报告中做出调整。

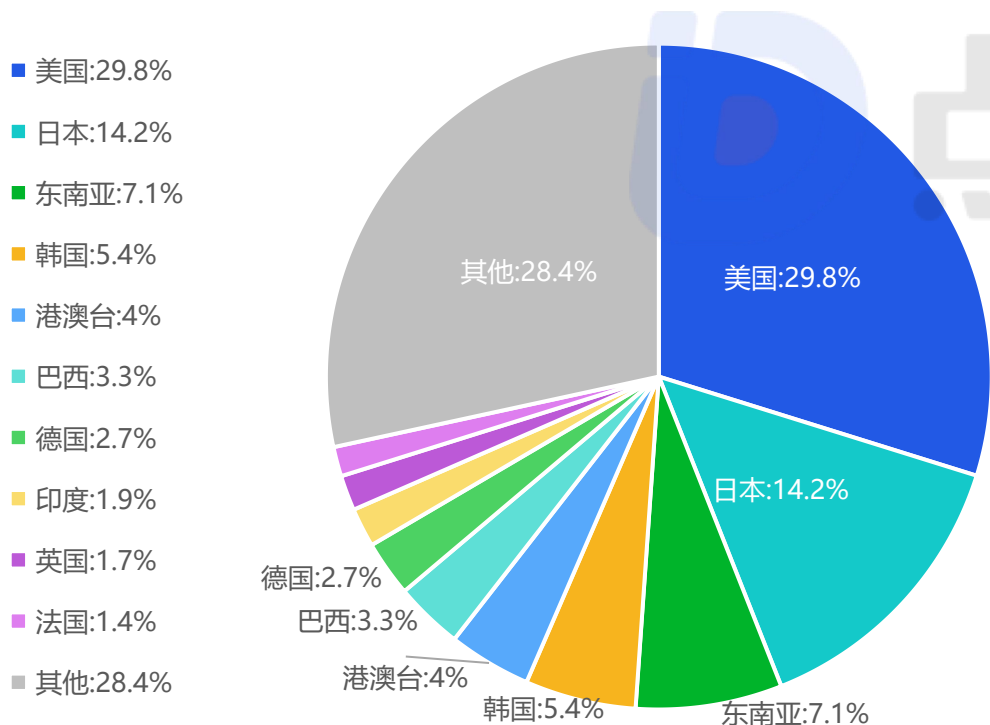
来源：海外移动游戏市场收入规模是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

海外部分地区射击类移动游戏收入占比分布

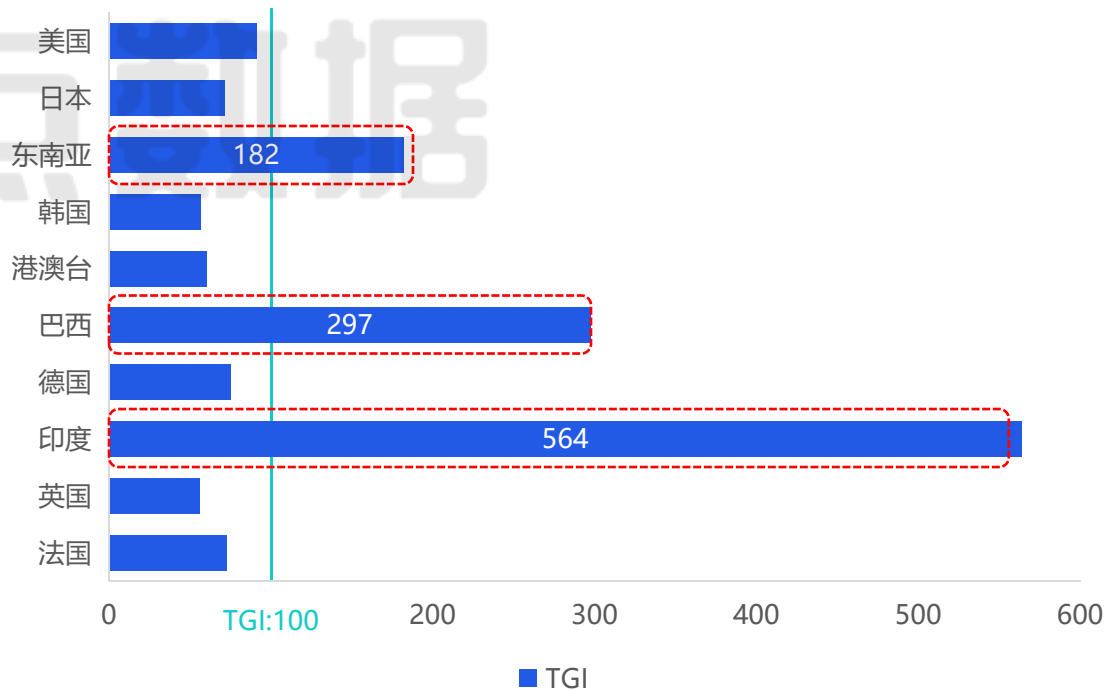
高收入国家用户付费能力强但偏好度低 下沉市场用户兴趣旺盛但付费转化不足

从下图数据可以看出，海外地区的收入规模与玩家偏好呈现出了截然相反的倒置格局。以美日韩为代表的高收入地区，用户偏好指数均低于基准值；而巴西、印度的玩家对射击手游兴趣旺盛，但受限于经济水平，市场整体收入能力有限。唯有东南亚地区没有产生这种错位结构。这也足以说明，射击类移动游戏在区域运营策略上需要有明确的针对性：对于成熟市场，应更侧重产品内容的深度开发，如玩法创新、IP联动等，通过内容迭代影响玩家的付费选择；对于下沉/新兴市场，则需更加关注市场推广以及长期热度，如裂变奖励、电竞赛事等，再辅以长期微付费、混合变现等方式实现长尾营收增长。

海外部分地区射击类移动游戏收入占比分布



海外部分地区玩家对射击类移动游戏消费偏好

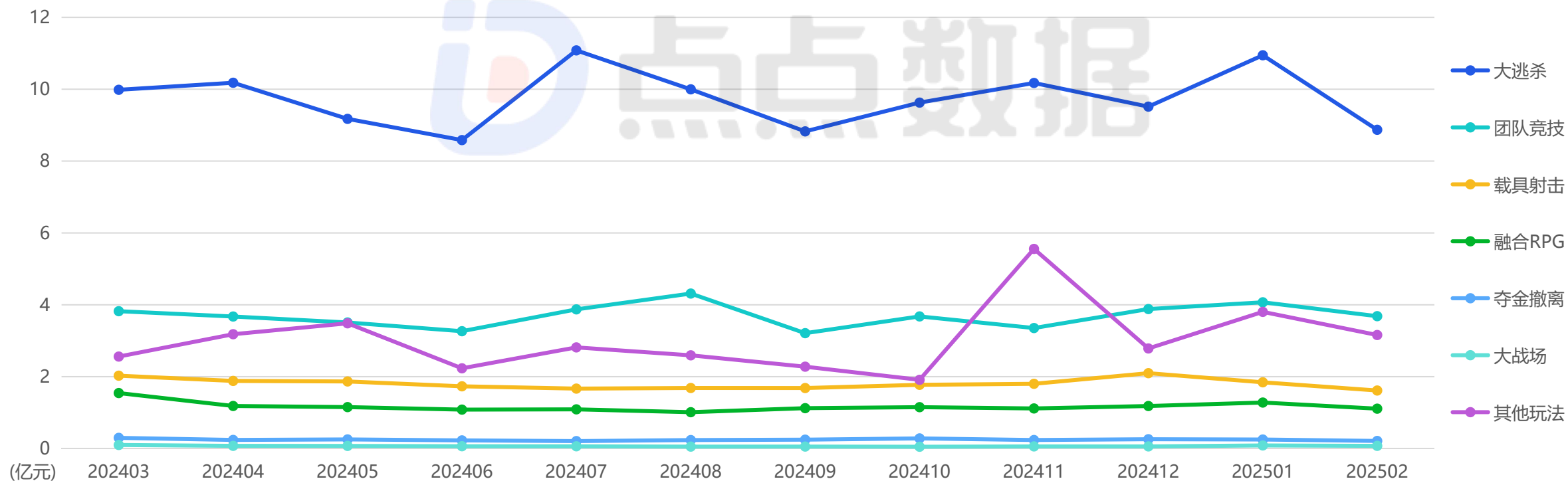


海外各玩法射击类移动游戏收入分布趋势

大逃杀玩法已断层领衔市场数年 细分赛道难以突破“硬核创新”瓶颈

如《PUBGM》、《Free Fire》等大逃杀玩法射击游戏自诞生以来就快速冲上第一梯队，目前仍处于无法撼动的领先地位。其核心壁垒在于对玩家心流的构建，即赢下对局成就感极强，而输掉对局也不会有太大的挫败感。反观其他玩法，相较于大逃杀都明显更为硬核，“硬核”的优势是利好于稳定社交场景，促进长线留存；但不利于随机匹配场景，容易拉低短期留存。而近两年兴起的夺金撤离玩法，虽然玩法模式上有所创新，但硬核程度却反之更甚。不得不承认的是，射击类移动游戏的玩家关注度已被大逃杀品类高度“驯化”，未来细分赛道的错位竞争将主要集中在“降低学习成本”与“保持玩法深度”之间的平衡。

202403-202502海外各玩法射击类移动游戏收入分布趋势



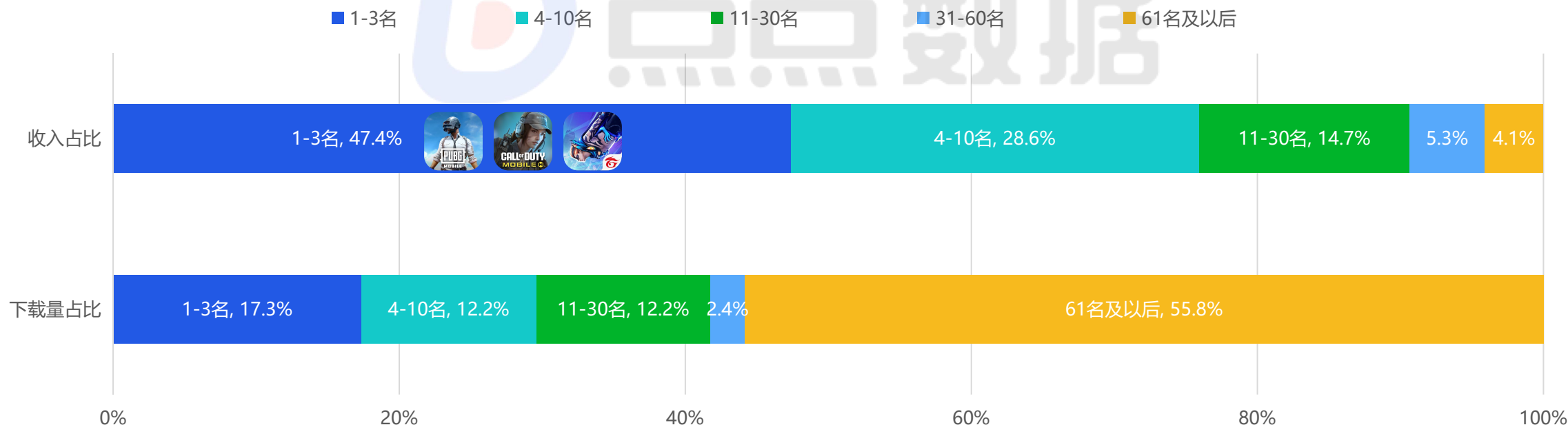
来源：点点数据自主研究及绘制

海外射击类移动游戏市场集中度

长尾产品下载量占比超5成 市场进入门槛低仍有机可寻

海外射击类移动游戏市场呈现出典型的“寡头主导、长尾竞争”格局，TOP10产品收入占比约76%，局面近乎于赢家通吃。反观下载量数据，60名之后的游戏占据了55.8%的下载份额，这个数据一方面反应出用户规模与付费转化的难度，与报告前文所述的“下沉市场用户兴趣旺盛但付费转化不足”形成了相互印证；而另一方面，也展现出海外射击类移动游戏的入门门槛并不高，新游在用户获取上仍有充足的发挥空间，中小厂商可考虑打造更轻度休闲的玩法，并加强产品成本控制，同时优化商业模式使其符合价格敏感市场的玩家习惯，或有机会创造出更多的利润空间。

202403-202502海外射击类移动游戏市场集中度



来源：点点数据自主研究及绘制。

海外射击类移动游戏收入TOP榜

前四强产品各自通过精准定位形成了市场的差异化竞争

虽然报告前文指出了海外射击类移动游戏市场集中度超高的现状，但落实到具体产品上，我们还是能明确的看出不同产品的市场定位和差异化竞争策略：《PUBG MOBILE》基于IP还原端游体验；《使命召唤手游》主打多种玩法模式叠加；《Free Fire》则瞄准下沉市场用户对低端手游优化极佳；《胜利女神：NIKKE》以二次元为内核、以射击为包装吸引多属性用户，以上差异化精准定位让这几款产品在各自领域构建了坚实的竞争壁垒。

202403-202502海外射击类移动游戏收入TOP榜

1		PUBG MOBILE 流水：43.3亿元 大逃杀、还原端游	2		使命召唤手游（欧美服） 流水：35.59亿元 团队竞技、多玩法融合	3		Free Fire 流水：33.44亿元 大逃杀、低端机流畅运行	4		胜利女神：NIKKE（国际服） 流水：22.92亿元 融合RPG、二次元、可自动战斗
5		荒野行动 流水：13.63亿元 大逃杀、联动二次元	6		Free Fire MAX 流水：10.43亿元 大逃杀、画质增强、数据互通	7		War Robots 流水：7.80亿元 机甲改装、团队竞技	8		PUBG MOBILE（日韩服） 流水：4.89亿元 大逃杀、还原端游
9		坦克世界闪击战 流水：4.41亿元 载具射击、历史真实坦克型号	10		使命召唤手游（亚服） 流水：3.68亿元 团队竞技、多玩法融合	11		Hunting Sniper（美服） 流水：3.31亿元 动物狩猎、枪械升级	12		胜利女神：妮姬（港澳台服） 流水：2.87亿元 融合RPG、二次元、可自动战斗
13		War Machines 流水：2.72亿元 载具射击、坦克改装、锦标赛	14		暗区突围 流水：2.66亿元 夺金撤离、交易系统	15		Mech Arena 流水：2.58亿元 机甲射击、高速移动、短TTK	16		对峙2 流水：2.58亿元 接近CS体验、交易市场

来源：点点数据自主研究及绘制。

目录

catalogue

01 全球射击类移动游戏市场发展现状

02 典型射击类移动游戏案例分析

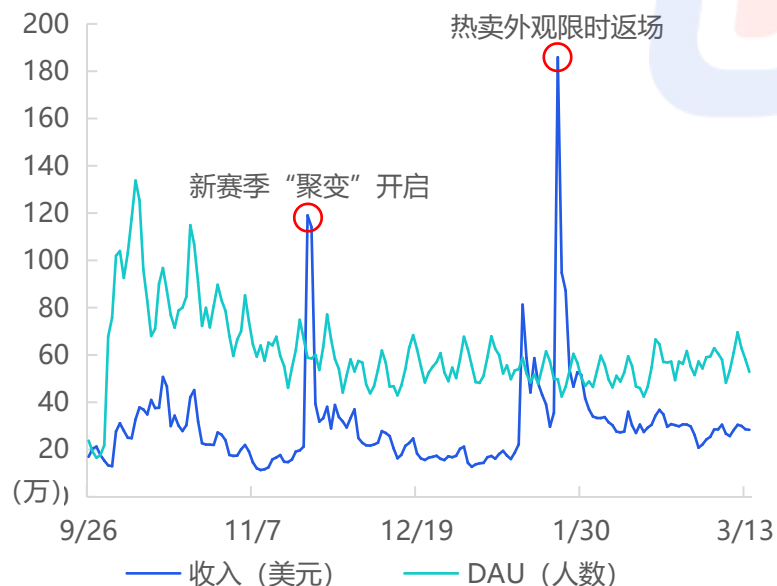
03 射击类移动游戏市场发展趋势

典型射击类移动游戏案例分析：三角洲行动

从宣发期就能让玩家充分感受到要做长线运营的诚意之作

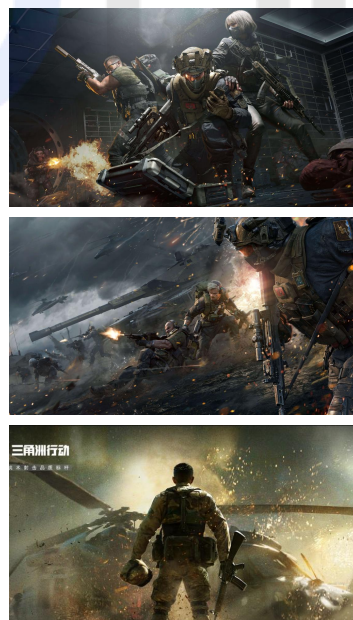
《三角洲行动》从大规模宣发的初期，就始终在强调自身长线运营的定位，包括“永不卖金”、“免费枪皮”、“哈夫币购买”等，可谓拉满了“福利”。而从数据表现上也确实如此，不同于常规游戏的“开服即巅峰”，《三角洲行动》在开服初期的流水甚至可谓平平，但换来的则是稳定的活跃玩家规模。而随着新赛季、运营活动的开启，已经获得优质体验并对产品产生信任感的玩家也慷慨解囊，形成了一波高过一波的流水曲线。而更甚一步，则是“战役模式-黑鹰坠落”的上线，这样一个足以对标海外顶尖3A射击游戏战役模式的玩法内容，竟然完全免费开放。这也再次验证了《三角洲行动》真正贯彻腾讯“长青游戏”的战略方向。截止至报告撰写日，《三角洲行动》国服已上线半年有余，在某头部直播平台射击游戏中的热度，已形成断层式领先，与排名第一《和平精英》也仅一线之隔。

《三角洲行动》国服日收入&日活跃
(仅App Store)



来源：点点数据自主研究及绘制

《三角洲行动》主要玩法模式



烽火地带

在“夺金撤离”的基础上，融合了兵种搭配、英雄技能、以及随机变化的撤离条件，使得每局游戏都充满变数。

全面战场

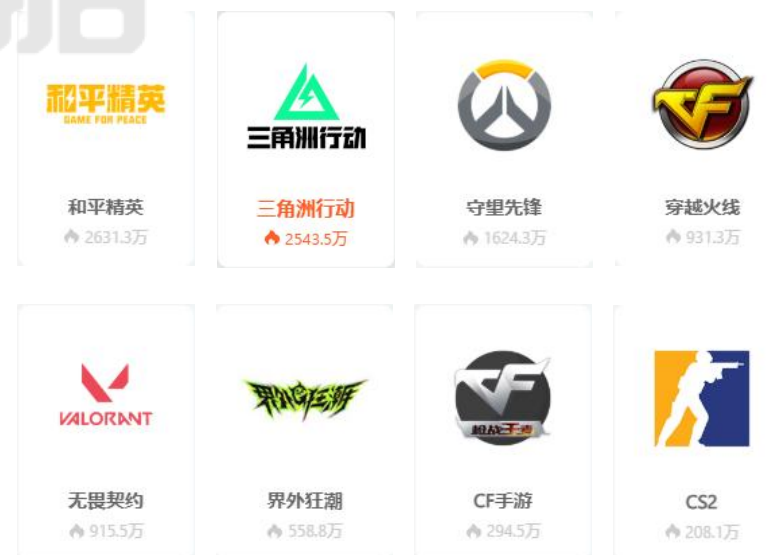
传承于《三角洲特种部队》的经典模式，32v32的超大战场、数十款载具形成了海陆空全栖作战模式。

战役模式-黑鹰坠落

基于硬核拟真的底色，在还原与新体验中做到了平衡。更重要的是，这样一个3A级单人战役，完全免费。

某直播平台射击游戏热度

《三角洲行动》热度断层领先，与《和平精英》基本持平



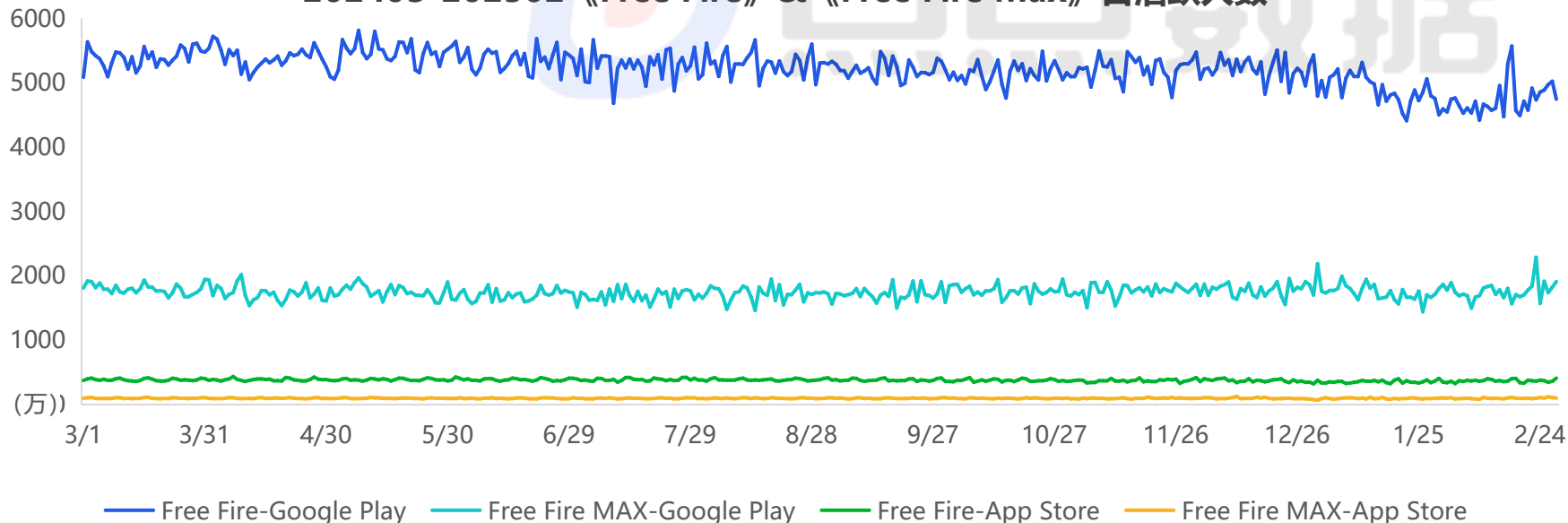
典型射击类移动游戏案例分析：Free Fire

以独特视角打开新兴市场 至今DAU仍保持7500万+

《Free Fire》最早于2017年10月上线，是首批加入“吃鸡手游大战”的竞争者。与同期竞争者（《刺激战场》、《终结者2》、《堡垒之夜》、《荒野乱斗》等）最大的区别，在于《Free Fire》早早就将目标定在了东南亚及拉美地区的下沉市场，主打低端机也可畅玩，包体仅百兆大小，并且这个思路依然延续至今（举例来说，其2020年的游戏版本，在iPhone4上依然可以稳定运行）。而游戏设计上，不仅大幅缩小了地图、单局对战人数也减半，并且还自带了竞品中最“逆天”的辅助瞄准，使得单局时间仅10分钟左右。凭借这一优势，《Free Fire》在东南亚市场站稳了脚跟，但此时距离市场龙头位置仍有一定差距。

直至2020年，海外市场最炙手可热的大逃杀手游《堡垒之夜》随着其发行商Epic与苹果、谷歌的冲突升级，被两大平台双双下架。突如其来的变故，使得巨量的大逃杀手游玩家急需寻找一个替代品，《Free Fire》也顺势迎来了第二波爆发式增长。其发行商Garena在2020Q3的收入近10亿美元，同比增长超100%。2021年7月《Free Fire》成为谷歌商店第三款下载量超10亿的产品。而后，数据互通、画面升级的《Free Fire Max》诞生，不仅让不同需求的玩家有了更为丰富的选择，同时摆脱了“低品质”标签，从而打开了欧美日韩等高质量市场的前景。

202403-202502 《Free Fire》 & 《Free Fire Max》日活跃人数



来源：点点数据自主研究及绘制



直至2020年，《Free Fire》仍能在iPhone4上稳定运行

Google Play下载量超10亿的游戏：



射击类移动游戏“负面”案例分析：Apex手游



荣获当年双平台年度最佳 但运营仅一年就黯然离场 内容还原不等于体验还原

由腾讯研发、EA发行的《Apex手游》于2022年5月17日在海外上线，并迅速登顶了72个国家/地区的App Store免费榜。从游戏内容来看，《Apex手游》忠实还原了端游内容，大到地图设计、小到枪械手感，都能让“端转手”的老玩家感受到满满的诚意，上线仅3周就获得了近9000万元的流水，并且在2022年同时荣获了App Store与Google Play的年度最佳游戏。但让人意外的是，仅仅不到一年，EA就宣布了游戏即将停运的消息，点点数据认为其核心原因有二：（1）虽然手游忠实还原了端游的内容，但实际玩家的游戏体验却截然不同。《APEX》作为一款长TTK、移动手段多、英雄技能丰富的大逃杀射击游戏，其操作复杂度即便在端游层面也堪称高难度。而近乎1:1的来到移动端后，可以想象其上手门槛堪称恐怖，对于新玩家极其不友好。（2）内容更新速度过慢。在《APEX手游》的整个生命周期仅完成了2个赛季，去除正式上线的首赛季，也就是说仅仅更新了1个大赛季。赛季更新的速度同样也影响了其他影响玩家体验的问题，包括BUG、外挂、优化等。

回想2020年《APEX》依靠泰坦陨落的IP、英雄技能、枪械手感、标点系统，在几乎没有什么宣发、甚至只是个早期测试版本的情况下，成为大逃杀赛道的一匹黑马。但《APEX手游》完全缺少了端游当初的灵性。看似“还原端游”是一种稳扎稳打研发策略，但错误的将内容还原当成体验还原是造成产品走上末路的最大败笔。

《Apex手游》全生命周期内日流水（国际服+港澳服）



最终《APEX手游》也仅更新了两个完整赛季内容，包含S1.5和S2.5两次半赛季更新



目录

catalogue

01 全球射击类移动游戏市场发展现状

02 典型射击类移动游戏案例分析

03 射击类移动游戏市场发展趋势

射击游戏面临跨平台升级的机遇与风险

玩家对于多端数据同步需求明显 但输入设备差异又导致体验割裂

点点数据曾在报告《2025年全球移动游戏行业白皮书》中大篇幅讨论了“多端发行的机遇与困境”，而这种需求在射击类移动游戏上又更为显著。背后的核心驱动是不同输入设备对玩家操作能力的影响巨大，并远超其他游戏品类。从实现方式来说，射击游戏在移动端的操作主要模拟了游戏手柄的输入方式，但手机缺少手柄的肩键/扳机键，天然适配性有所降低，直至今日仍有众多玩家表示无法适应（类比当初MOBA手游的“双轮盘”操作模式，虽然诞生之初也有玩家不适应的问题，但双指操作本身与手机有适配性，玩家需要的只是习惯而非硬性门槛）。而反之，键鼠操作却与射击游戏的操作有着天然的适配性，这也使得射击游戏玩家对于跨平台的呼声更高。但由于操作上下限的差异，许多游戏虽然实现了数据跨平台，但为了保障移动端用户的体验，又额外规定双平台用户无法联机游戏。但参考EA旗下的《APEX英雄》端游，官方努力对游戏手柄的输入体验进行了大幅优化，使得手柄玩家与键鼠玩家几乎可以形成不相上下的操作水平，或许这也能成为射击类移动游戏未来在操作优化方向提供一定的参考。

射击类移动游戏操作方式变迁

官方公告明确说明跨平台无法组队游戏

本质上是为保证移动端玩家体验

硬件迭代

苹果公司推出的3D Touch功能，触屏力度轻与重可实现同一按键多个交互，使得瞄准+射击可以有效兼容。但3D Touch功能本身精度不够，体验偏差，后也被玩家抛弃。

自定义布局

厂商无法给出最优解的情况下，将选择权交给了玩家。几乎所有的按键、页面UI布局，玩家都能自定义大小、位置。从而诞生了三指、四指乃至五指操作。这也是目前的主流方案。

仍有待升级

至今很多玩家仍表示“无法适应”射击手游操作，也意味仍有提升空间。但也或许，简化、精准与功能全面也是射击手游触碰操作下的不可能三角。

操作简化

厂商都在寻找简化操作的方式，例如掩体一键切换，减少射击过程中的移动操作；敌方进入准心后自动开火等，但反而减少了射击游戏的操作乐趣

虚拟摇杆确立雏形

暴力移植手柄的操作逻辑，左右双虚拟摇杆控制移动+瞄准，固定按钮控制射击。基本确立了射击手游的操作原型。

Q1: PC、安卓和iOS上数据互通吗?

A: 账号数据互通^Q。但匹配对局分端游对局、手游对局，无法跨端匹配同一场比赛。

举例：您无法使用电脑和移动端好友同时进入一场比赛，但可以添加好友；您的账号数据以QQ或微信号为准，即使在不同设备登录，您的账号数据仍然存在。

主打PVE玩法的射击类移动游戏仍有待破局者

主机端已有非常多优秀的先驱者 商业化是移动端面临的核心问题
或许PVE射击游戏的天花板较低 但竞争者少且能避免大DAU陷阱

在全平台射击游戏领域，主打PVE玩法的射击游戏可以说是顶梁柱级别的赛道。而目前移动端的设备性能，也完全有足够能力胜任一些“老3A”级别的游戏了，但主要受限于以买断制为主的商业模式，即便是在主机端大受好评的PVE射击游戏，在移植到移动平台后的商业化表现并不出彩。就目前来看，该赛道竞争者仍为少数，且已经有少量产品脱颖而出（如尘白禁区、Hunting Sniper等），或许这将成为射击类移动游戏的下一个热门赛道。

主打PVE玩法的射击游戏在主机端已有非常多优秀的先驱者

叙事类



最后生还者

刷宝类



无主之地

创意玩法类



死亡循环

移动端PVE射击游戏



生化危机4 重置版



光明记忆：无限



生化危机2 重置版



死亡搁浅



合金装备



全境封锁



喋血复仇

近年来，手机端也有部分PVE射击游戏上线，多为单机游戏移植版本。但买断制的付费模式使得产品在商业化表现上并不出彩。

外挂问题是目前射击游戏难以根治的痛

开挂的底层是玩家心理 防挂的本质是成本博弈

射击游戏之所以是外挂泛滥的重灾区，其核心原因在于操作简单明了，即“索敌-瞄准-射击”，是最为典型的上手易、精通难玩法。而玩家想要开挂的原因，最本质的还是基于竞技游戏所赋予的段位、排名等相关系统，让有竞技野心又面临技术瓶颈的玩家产生了投机取消的想法。而另一方面，外挂的发展伴随着技术的进步，仍在不断的“推陈出新”，特别是当前泛滥成灾的DMA（直接内存访问），以及更为隐蔽的视觉AI辅助，让厂商反外挂功能越来越难。不仅仅是反外挂本身的难度高，更在于反外挂系统本身也有可能出现意料之外的BUG，反向影响正常玩家的游戏体验。例如海外厂商最为常用的Easy Anti-Cheat（国内俗称“小蓝熊”），就常被玩家指责消耗设备性能、导致游戏卡顿、无法登录等问题。但即便如此，“小蓝熊”依然是目前覆盖率最高的反外挂软件，究其原因主要在于免费使用。2021年起，Epic Games宣布将“小蓝熊”纳入为游戏开发者提供免费的在线服务项目（ESO），这项举措大幅提升了“小蓝熊”的市场覆盖率，同时也从侧面印证了反外挂的难度和高居不下的成本问题。

目前主流的游戏外挂原理

“封号”是目前最主要的防治打击手段

---但同时也意味着，每封一个号，就已经有许多玩家已经受到了外挂的恶劣影响

1

内存修改类

直接读取/修改内存中的游戏相关数据

2

辅助操作类

辅助玩家操作，如自动战斗、自动喝药等

3

封包类

拦截并篡改客户端与服务器的通信数据

4

注入类

将代码注入到游戏进程中，操纵内部逻辑



大区	昵称	处罚类型	违规类型	段位分
手Q	冰***篇	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5312
微信	抖***1	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5307
手Q	翼***盛	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5305
微信	陌***4	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5302
手Q	A***明	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5289
手Q	那***宅	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5257
微信	斯***顿	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5236
手Q	专***巴	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5230
手Q	陪***雪	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5229
微信	奶***昔	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5229
手Q	呆***经	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5198
手Q	回***人	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5197
手Q	不***露	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5190
手Q	D***t	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5171
微信	黑***	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5168
微信	零***闪	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5167
手Q	风***安	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5167
微信	麟***一	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5046
手Q	此***男	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5043
微信	罗***情	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5036
手Q	当***一	封号 3650 天+清分	使用外挂作弊	5030

版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合点点数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与点点数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

点点数据是移动应用、游戏数据监测服务商，为全球企业提供APP下载量、收入、使用行为和应用市场监测的一体化平台。



应用覆盖

1000万+



日活跃设备监控

1.7亿+



日数据存储量

100亿+



监测国家和地区数

262个



最全的应用数据库

- App Store
- GooglePlay
- 国内安卓
- TapTap



强大的数据算法

- 三维重建算法
- 游戏数值算法

精准统计分类

- 应用分类
- 游戏题材
- 玩法
- IP



API支持

- 实时抓取
- 多维度



游戏数据/移动应用分析平台

点点数据



产品相关咨询

