

## 收入碾压原神 下载量倍超王者 这款派对游戏在春节档赢麻了

眨眼间，春节假期就已经过去了，春节假期，有人充满了归家的喜悦，也有人充斥着不舍得离别，而各大游戏厂商也是几家欢喜几家忧。

先来看看各大游戏厂商在春节的数据表现：

## 游戏春节档收入排行

排名	游戏	厂商	上线时间	预估收入 (万美元)
1	王者荣耀	腾讯	2015年	3620.81
2	和平精英	腾讯	2019年	1434.18
3	蛋仔派对	网易	2022年	782.77
4	原神	米哈游	2020年	467.11
5	三国志战略版	阿里	2019年	375.95
6	穿越火线	腾讯	2015年	372.82
7	长安幻想	诗悦网络	2022年	336.33
8	金铲铲之战	腾讯	2021年	286.46
9	英雄联盟手游	腾讯	2021年	281.44
10	梦幻西游	网易	2015年	250.14
11	火影忍者	腾讯	2016年	238.03
12	捕鱼大作战	在线途游	2016年	204.58
13	QQ飞车	腾讯	2017年	192.15
14	使命召唤手游	腾讯	2020年	149.7
15	崩坏3	米哈游	2016年	144.05
16	一念逍遥	雷霆游戏	2021年	123.82
17	率土之滨	网易	2015年	118.41
18	咸鱼之王	豪腾天佑	2021年	117.95
19	实况足球	网易	2019年	115.66
20	阴阳师	网易	2016年	111.31
21	明日方舟	鹰角网络	2019年	102.29
22	FIFA足球世界	腾讯	2018年	97.78
23	斗地主	竞技世界	2011年	96.24
24	光遇	网易	2019年	85.22
25	弹壳特工队	上海乐钻科	2022年	83.3
26	神武4	多益网络	2019年	82.95
27	光与夜之恋	腾讯	2021年	79.81
28	弹弹堂大冒险	第七大道	2022年	79.56
29	明日之后	网易	2018年	78.91
30	开心消消乐	乐元素	2013年	76.52

制表：时代财经 | 注：上述数据仅统计iphone数据  
统计时间：2023年1月22日-28日，数据来源：蝉大师

从图上可以看见，《王者荣耀》依旧领跑全场，以3620.81万美元登顶第一，作为头部手游，《王者荣耀》在春节期间一共推出了9款新皮肤、还有5款限定皮肤返厂，以及各种活动等等；《和平精英》1434.18万美元位居第二。

让人比较意外的是第三名《蛋仔派对》，这款游戏以782.77万美元的收入超过了《原神》和《三国志战略版》。除此之外，还有一项更不可思议的数据，那就是它在春节档的下载量。

### 游戏春节档下载量排行榜

游戏	厂商	上线时间	下载量 (万次)
蛋仔派对	网易	2022年	149.94
王者荣耀	腾讯	2015年	76.55
和平精英	腾讯	2019年	69.52
地铁跑酷	iDreamSky	2012年	52.83
迷你世界	迷你玩	2015年	23.58
开心消消乐	乐元素	2013年	20.67
腾讯欢乐麻将全集	腾讯	2014年	20.38
小小蚁国：真实蚂蚁世界	星合互娱蚁巢工作室	2022年	20.05
贪吃蛇大作战	武汉微派网络	2016年	19.53
汤姆猫跑酷	汤姆猫	2016年	19.16
金铲铲之战	腾讯	2021年	18.29
我的世界	网易	2014年	17.84
原神	米哈游	2020年	17.42
光明冒险	三七手游	2022年	17.22
欢乐斗地主	腾讯	2013年	16.9

制表：时代财经 | 注：上述数据仅统计iphone数据  
统计时间：2023年1月22日-28日，数据来源：蝉大师

《蛋仔派对》以149.94万的下载量，倍杀了76.55万排名第二的《王者荣

耀》，成为春节期间的大爆款游戏。

自去年12月登上iOS免费榜榜首，挤进畅销榜TOP10。《蛋仔派对》至今已霸榜近一个月，DAU也破了千万，成为当之无愧的新晋爆款。



这款游戏在其他社交平台的数据也非常火爆，小红书上面的相关笔记内容已经超过100万篇，抖音#蛋仔派对#单个话题下的视频播放量已经上百亿了。

除此之外，《蛋仔派对》对于其他游戏和电影的行动也不甘落后。像网易旗下的《明日之后》联动了大热电影《流浪地球2》建造太空庄园；腾讯的《和平精英》联动《中国乒乓》；诗悦新游《长安幻想》联动《满江红》。



《蛋仔派对》选择和国民动画IP《喜羊羊与灰太狼》联动。

种种数据表明，《蛋仔派对》在春节是属于欢喜的那一档，为何这样一款上线不到一年的游戏，能够在春节这种重要的时期力压其他游戏，做到下载量第一，流水排第三呢？

其实，蛋仔派对也不是一上线就火爆市场的，在上线之初，凭借着“潮玩盲盒+可爱蛋仔”的元素，经历了一段短暂爆火的时期，但是玩家们很快就腻味了，排名也在畅销榜上滑落至200名开外。

然而事情的转机发生在2022年8月，《蛋仔派对》新增了双人组队的新玩法，更重要的是，官方鼓励玩家自己制作地图，并且会选几张具有代表性，质量比较高的地图，将其融入到官方内容中。



这样一来，大大提高了玩家的创作热情，也放大了派对游戏的社交属性。

至此，《蛋仔派对》开始逆风翻盘，去年12月16日，游戏同时在线人数突破100万大关。

在用户上升期间又撞上了春节档这样合家团圆的日子，亲朋好友聚会的时候，没事无聊就可以来两局。如此想来，这款游戏爆火出圈也在意料之内了。

除了《蛋仔派对》之外，在去年年底，一款名叫《鹅鸭杀》的游戏突然风靡网络，各大平台的游戏主播纷纷入坑，叫上自己圈子里的好友，玩到凌晨三四点。

#鹅鸭杀#这能不能一次性修复了啊，天天崩，啥玩意啊，真服了

转发

评论

赞



刚内

#鹅鸭杀#你真该死 又崩了🤔

转发

评论

赞 1



10月7号

#鹅鸭杀#咋就突然没了555

转发

评论

赞



#鹅鸭杀#可恶啊玩一半弹出来了

转发

评论

赞

1月8日，《鹅鸭杀》同时在线人数峰值突破60万人次，成为Steam历史在线峰值最高的派对游戏。还数次挤爆了服务器，让官方紧急停服进行修复。

在微博上也多次登上热搜榜，和《鹅鸭杀》相关的话题累计阅读数量已经超过10亿。

两款游戏能够成为游戏舞台聚光灯下的焦点，虽然离不开直播平台上各大主播的助推效应，还有发展时机的运气性，但更重要的还是游戏内核——社交属性。



全球居家办公的大环境下，能够满足用户社交的游戏大行其道，2020年《糖豆人》、《Among us》先后成为现象级游戏，再到后来的《Party Animals》、《螃蟹游戏》，以及现在的《蛋仔派对》和《鹅鸭杀》等等。

每一款游戏的爆火出圈都能证明，玩家的社交需求已经从线下变为了线上，这类游戏不需要很深度的游戏机制与竞技性，只要轻松明快有趣的美术表现、简单易懂的游戏规则、可以与朋友开黑的乐趣就行了。

在游戏市场中，有一类用户群体最容易被忽略，他们对《英雄联盟》《王者荣耀》那种竞技性比较强的游戏没有任何兴趣，因为他们不需要在游戏里面，去通过一局游戏的胜利获得快感，他们反而会喜欢轻松

, 容易上手的游戏。



而这一类用户群体多数是老人，小孩，各种白领以及女性用户。这类用户的数量累积起来相当庞大，且迷恋上了一款游戏就不会轻易脱坑，粘度属性非常高。

毕竟三次元的生活节奏已经太快了，靠竞技游戏吃饭的职业选手，主播只是极少数人，多数人还是只想在空闲之余，玩两把放松身心。

用户需求决定市场，这点在社交游戏身上体现得淋漓尽致，短短两年时间，已经出圈了非常多的休闲社交游戏，然而还没等彻底统治市场，用户的新鲜感过了，又或者是有更好玩的游戏出现了，又只能回归寂寥。



社交游戏也在不断地发展，游戏研发者应该考虑的事情是如何稳住用户，不断地更新游戏环境和玩法，给用户带来新鲜感。

2022年11月巨人网络的《太空行动》拿到了版号，今年一月初正式上线，新增的用户注册数量已经超过了100万。

今年1月3日，雷霆旗下的手游《Funny Fighters》已经在新加坡，泰国，马来西亚等多地开启了不删档测试。

《动物派对》也已在直播及社交平台积攒了大量人气，预计将于2023年登陆Steam与Xbox平台。

看见了社交游戏的潜在用户群体，各大游戏厂商蜂拥而至。只是谁能率先在这片市场成为领头羊，便要看各大厂商的研发人员对用户需求的把握以及心理研究了。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16754254307045.html>